



REO núm: 998  
Data: 01/06/2021

## Hàbits de consum dels catalans. 2a onada 2020

### Informe de resultats (castellà)



Generalitat de Catalunya  
**Agència Catalana del Consum**



Generalitat de Catalunya  
**Agència Catalana  
del Consum**



# Hábitos de consumo de los catalanes



## Impacto de la crisis sanitaria por el COVID19

# 1. Introducción

La Emergencia sanitaria derivada de la crisis del COVID19 ha provocado cambios en el consumo de los catalanes, es por ello que desde la Agencia Catalana de Consumo, se plantea la realización de un estudio que permita obtener una radiografía de cómo la crisis económica provocada por la COVID19 ha impactado en los hábitos de consumo.

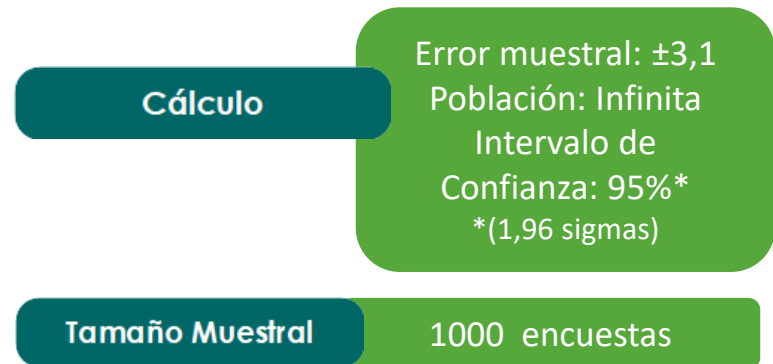
Con este estudio se pretende detectar los cambios en la forma de consumo de productos y/o servicios de los catalanes ante la nueva normalidad e identificar tendencias de futuro.

## 2. Fitxa tècnica

**Instrumento:** Para lograr los objetivos marcados en este proyecto, se realiza un trabajo de aplicación de encuestas mediante **un cuestionario** elaborado y aprobado por la Agencia Catalana del Consumo

**Técnica:** La aplicación de encuestas se ha realizado mediante la técnica **CATI** (Computer Assisted Telephone Interview), reforzada con un software de aplicación de encuestas para la recolección de los datos.

### Distribución Muestral:



**Tipo de muestreo:** Por cuotas

**Fechas de trabajo de campo:** Del 1 al 4 de Diciembre.

# 2. Ficha técnica

## Variables de segmentación:



### Género

- Hombre
- Mujer
- No binario

### Edad



- De 18 a 29
- De 30 a 44
- De 45 a 59
- De 60 o más

### Provincia

- Barcelona
- Gerona
- Lérida
- Tarragona



### Dimensión del municipio

- Menos de 10 mil habitantes
- De a 100 mil habitantes
- De 100 a 500 mil habitantes
- Más de 500 mil (BCN ciudad)

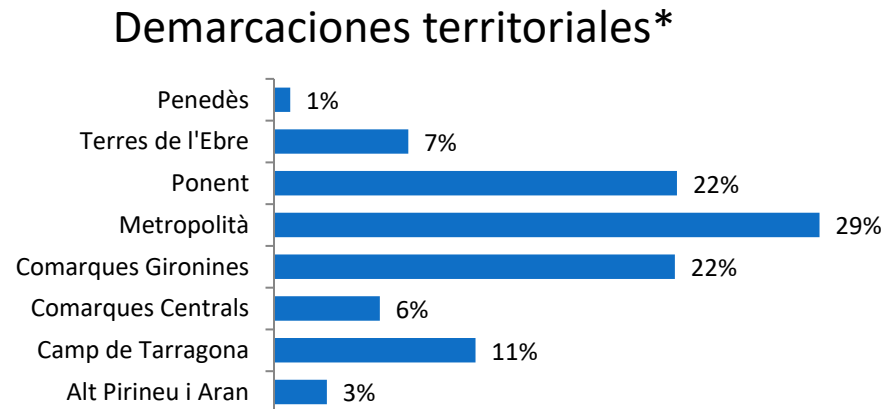
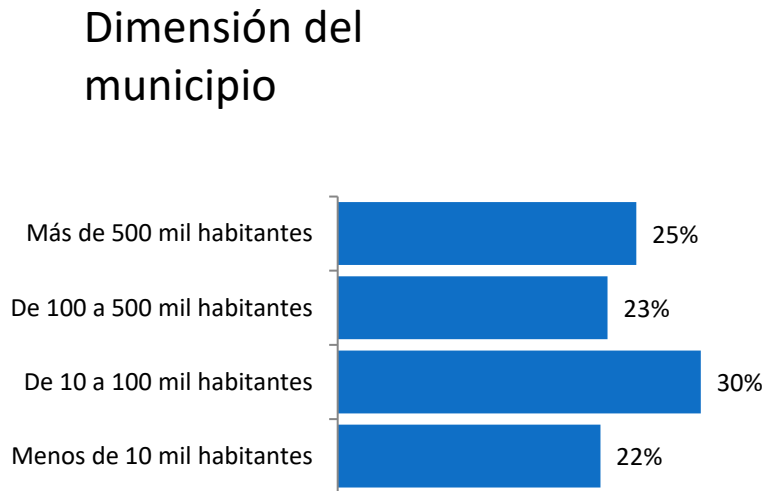
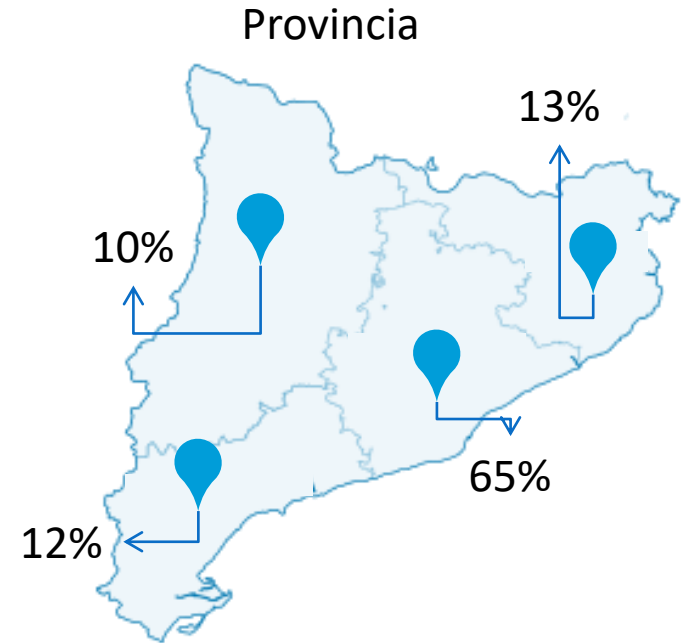
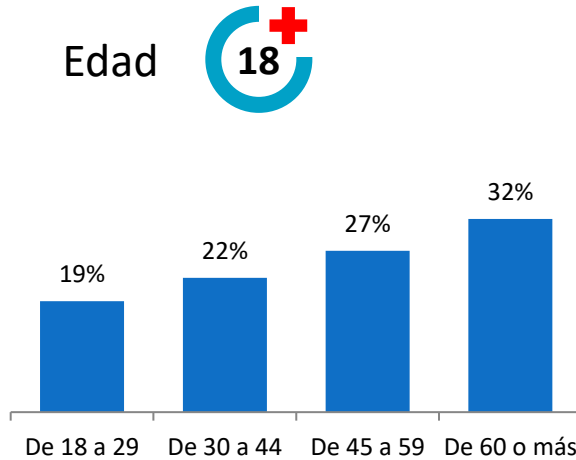
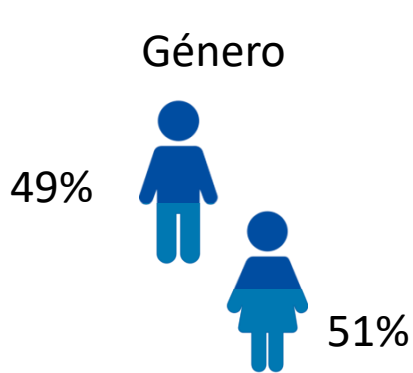
### Demarcaciones territoriales

- Alto Pirineo Arán
- Camp de Tarragona
- Comarcas Centrales
- Comarcas Gerundenses
- Metropolitano de Barcelona
- Poniente (Tierras de Lleida)
- Tierras del Ebro
- Penedés



# RESULTADOS

# 3. Descripción de la muestra



\*n=914



# Consumo y Nueva Normalidad

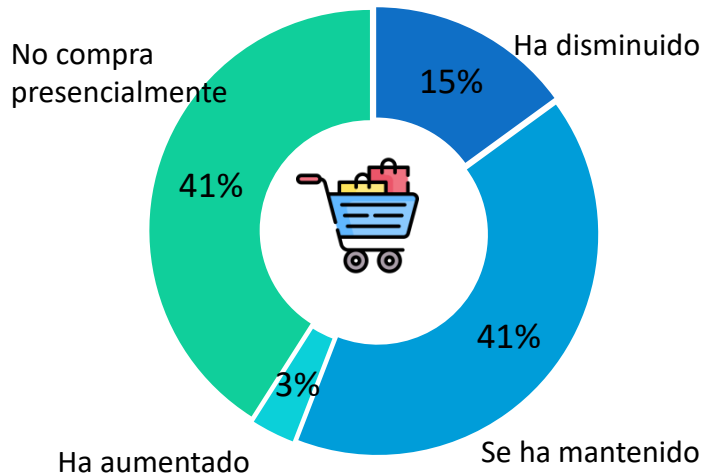


# 4. Compras y Consumo

En relación a los inicios de la crisis del COVID19 sus compras en...

## El mercado

### Presenciales



### Online



Se aprecia que las compras presenciales han disminuido en el 15% de la población, y que el 41% no compra de manera presencial en los mercados, por otro lado, el 98% de los catalanes no compra online a los mercados.

# 4. Compras y Consumo

En relación a los inicios de la crisis del COVID19 sus compras en...

## Tiendas de proximidad

### Presenciales

No compra presencialmente

Ha disminuido

14%

10%

Ha aumentado

13%

63%

Se ha mantenido



### Online

Se ha mantenido

Ha disminuido

1%

1%

1%

Ha aumentado



97%

No compra online

Se aprecia que las compras presenciales han disminuido en el 10% de la población, y que el 14% no compra de manera presencial en las tiendas de proximidad, por otro lado, el 97% de los catalanes no compra online en las tiendas de proximidad.

# 4. Compras y Consumo

En relación a los inicios de la crisis del COVID19 sus compras en...

## Supermercados

Presenciales



Online



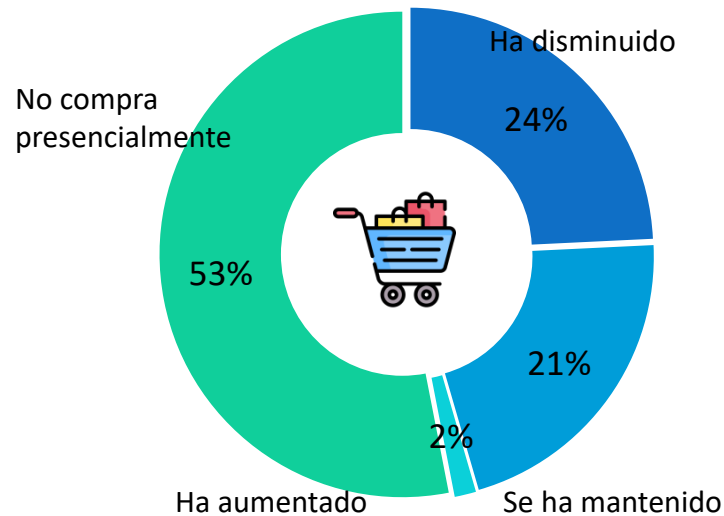
Se aprecia que aún hay personas que no compran de manera presencial en los supermercados, por otra lado las compras online en supermercados ha aumentado en el 4% de la población

# 4. Compras y Consumo

En relación a los inicios de la crisis del COVID19 sus compras en...

## Grande superficies

Presenciales



Online

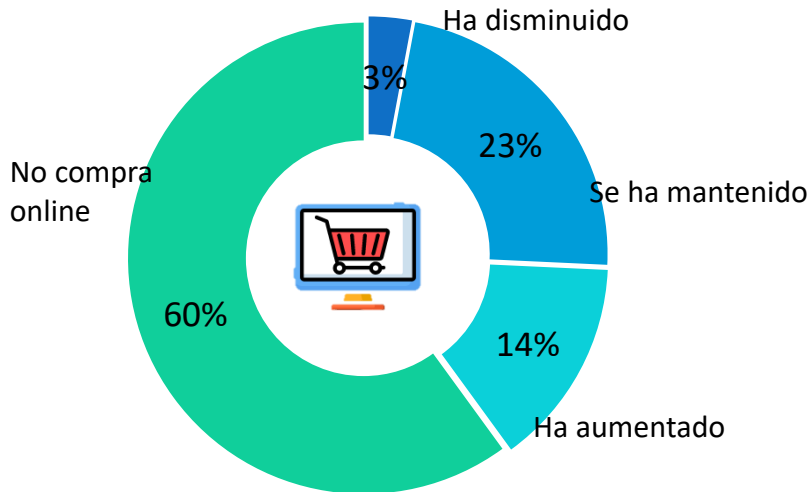


La compra en grandes superficies ha disminuido en un 24% y el 53% de los ciudadanos no compra de manera presencial en las grandes superficies.

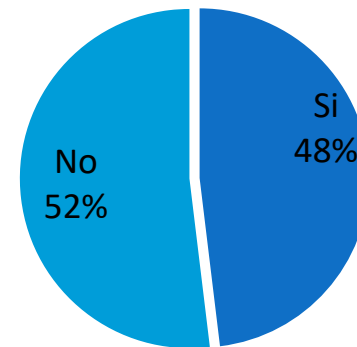
# 4. Compras y Consumo

En relación a los inicios de la crisis del COVID19 sus compras en...

## Plataformas de internet



Ha hecho alguna compra con envío a su casa en los últimos 3 meses?

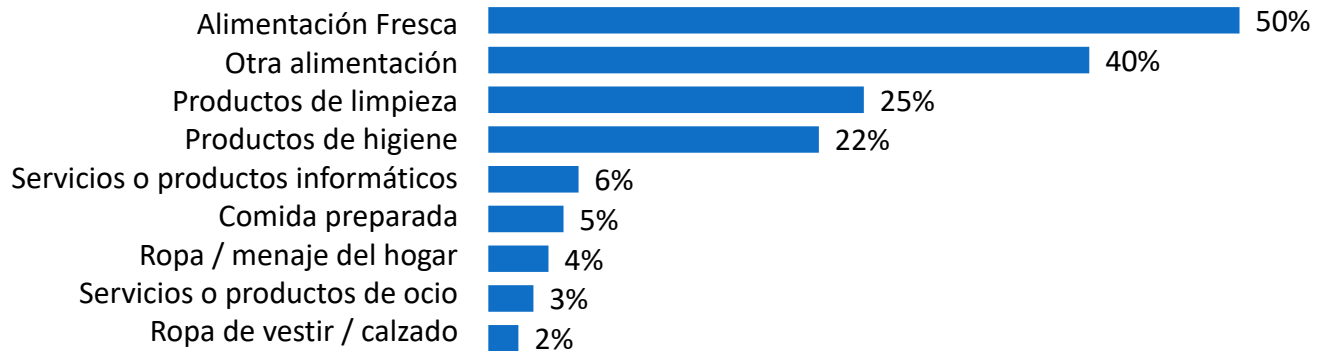


Las compras por plataformas de internet en la nueva normalidad han reducido un 3% sin embargo en el 23% de la población se han mantenido y en el 14% han aumentado. El 48% de la población afirma haber comprado algo con envío a su casa en los últimos 3 meses.

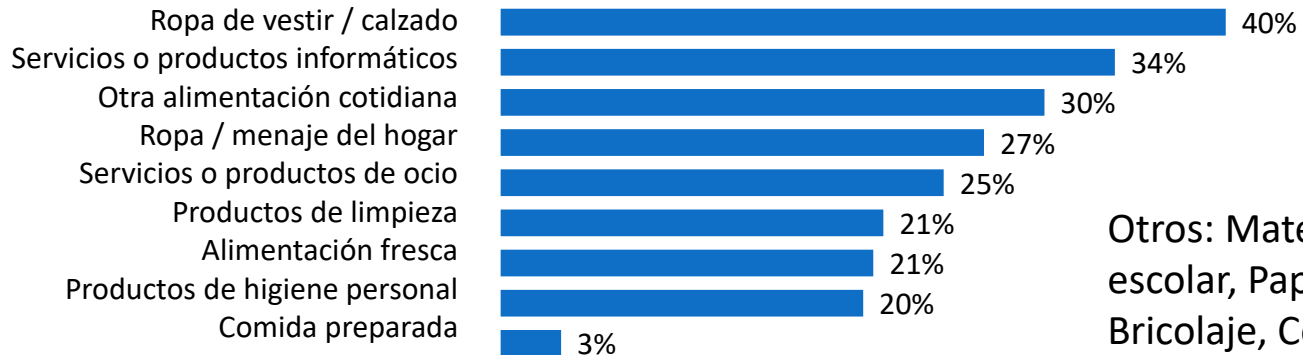
# 4. Consumo y nueva normalidad

Tipo de productos o servicios que han aumentado en compras...

Presenciales:



Online:



Otros: Material escolar, Papelería, Bricolaje, Cosmética

# 4. Consumo y nueva normalidad

Evolución de las compras en comparación con el período previo a la crisis del COVID 19



Presenciales:



6%



71%



23%



Online:



18%

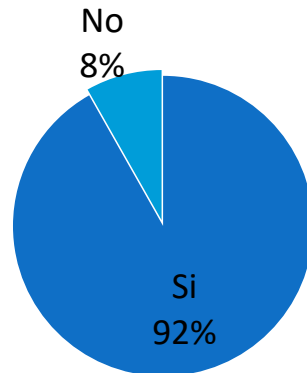


78%



4%

A la hora de seleccionar un establecimiento para realizar sus compras presenciales, toma en cuenta que el establecimiento respete las normas sanitarias:



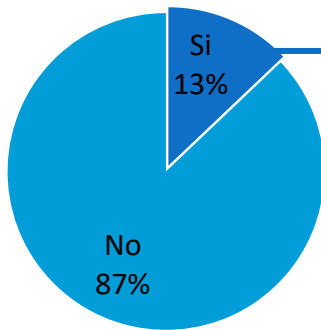
En comparación con el período previo a la crisis del COVID19 las compras presenciales han disminuido un 23% y las online han aumentado un 18%.

En la nueva normalidad alrededor del 75% consideran que las compras presenciales y online son iguales antes del COVID19 y ahora.

El 92% de la población toma en cuenta que el establecimiento respete las medidas y las normas de prevención sanitarias

# 5. Cambios y Cancelaciones

Había comprado o pagado algún producto o servicio que no ha podido utilizar debido a las medidas adoptadas ante los rebrotes



El 13% de la población encuestada había comprado o pagado algún producto o servicio que no ha podido utilizar debido a las medidas de seguridad adoptadas ante los rebrotes, la gran mayoría hace referencia a viajes de ocio y vuelos.



Vuelo 26%



Viaje de ocio 35%



Cuota de algún servicio 16%



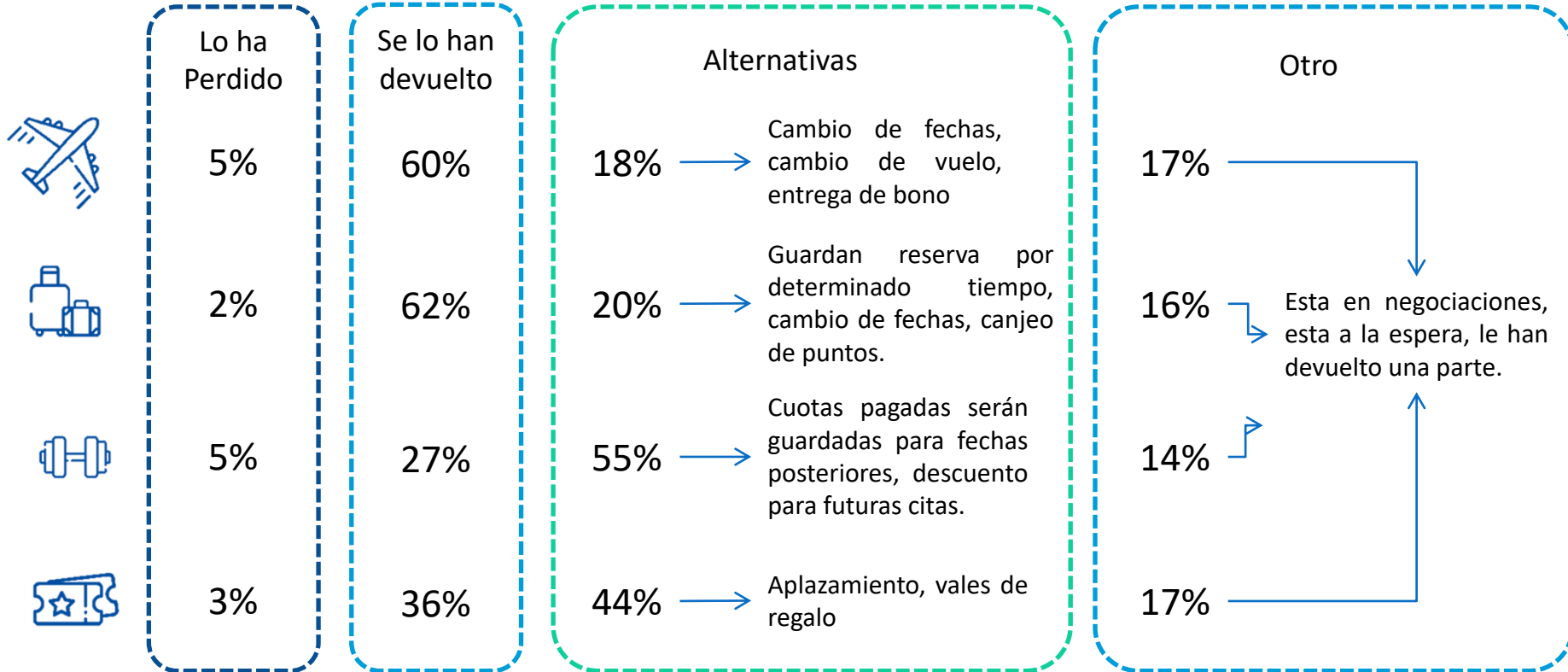
Entrada a espectáculo 24%

Otro 9%  
Belleza y estética, depilación,  
electrónica, sesión fotográfica.



# 5. Cambios y Cancelaciones

En relación a los productos o servicios que no ha podido utilizar:



Las reclamaciones pendientes o que no le han contestado son en su mayoría de devolución del dinero en vuelos y viajes de ocio.

# 6. Actitud ante el Covid19










En la actualidad –en los últimos 3 meses-, en relación a los siguientes productos y/o servicios, usted consume más, igual o menos del que hacía habitualmente antes de la COVID19?

	Menos	Igual	Más
Alimentación fresca	5%	<b>85%</b>	10%
Comidas preparadas	18%	<b>78%</b>	4%
Productos de higiene personal	1%	<b>79%</b>	20%
Productos de limpieza	0%	<b>70%</b>	30%
Comida o cenas en restaurantes	<b>76%</b>	23%	1%
Plataformas de ocio online (netflix, hbo...)	5%	<b>73%</b>	21%
Gimnasio/deportes	36%	<b>57%</b>	7%
Servicios sanitarios	39%	<b>53%</b>	8%
Ropa	38%	<b>49%</b>	13%
Menaje del hogar	<b>54%</b>	43%	3%
Actividades de ocio (espectáculos, conciertos, cine)	<b>80%</b>	20%	0%
Transporte público	26%	<b>72%</b>	2%

El consumo en comparación al período previo al COVID permanece igual en la mayoría de los productos/servicios, salvo en las comidas o cenas en restaurantes, productos del hogar y actividades de ocio.

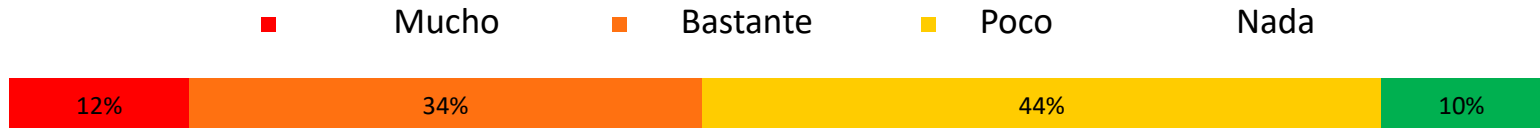
A pesar de ello, más del 44% de los ciudadanos ha ido a algún restaurante o a alguna terraza.

En los últimos 3 meses ha ido...:

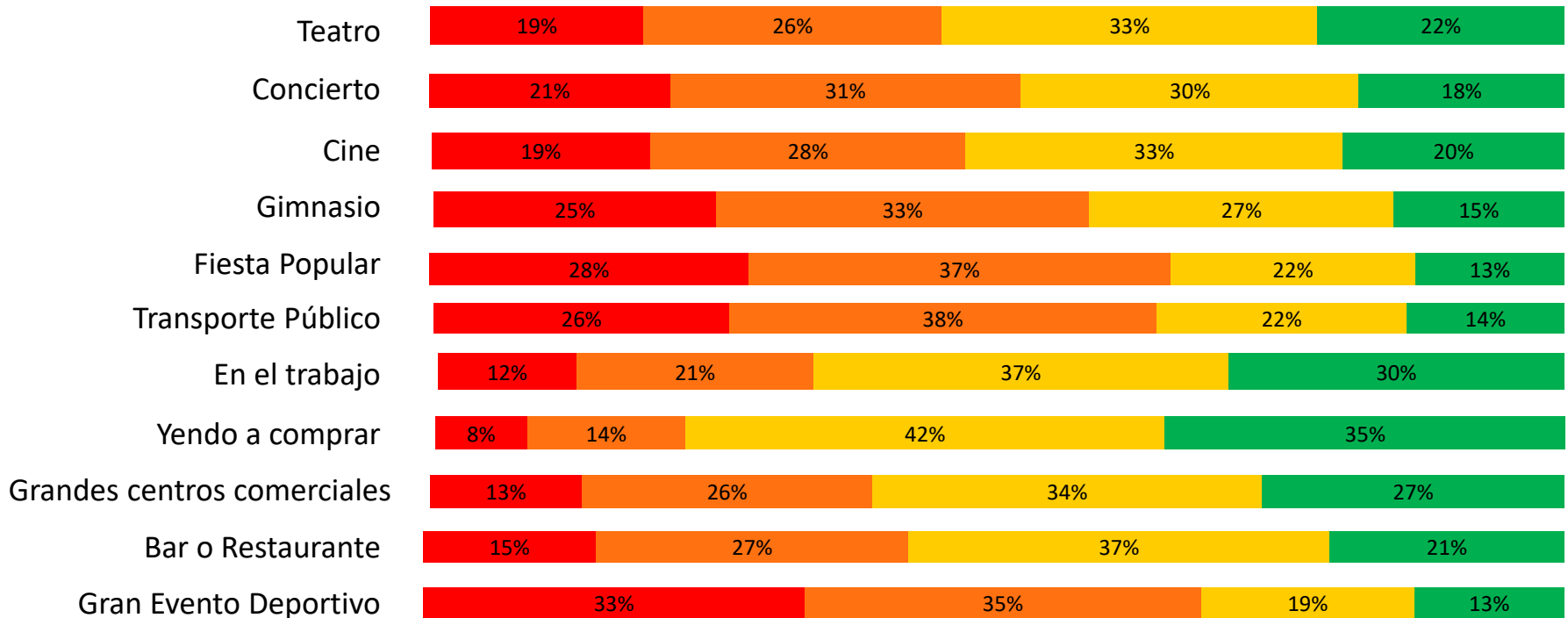
- 4%  al Teatro
- 6%  algún Concierto
- 5%  al Cine
- 3%  algún Evento Deportivo
- 18%  alguna Fiesta Popular
- 7%  a una piscina municipal
- 10%  a un Gimnasio
- 44%  a un Restaurante
- 53%  Cenado o tomado una bebida en una Terraza

# 6. Actitud ante el Covid19

¿Cuánto miedo cree que tiene la gente a contagiarse en espacios donde hay mucha gente?

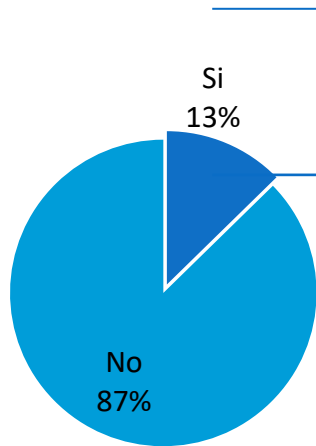


Le daría miedo contagiarse en:



# 7. Desplazamientos y Compras Navideñas

Tiene previsto desplazarse o hacer una salida de ocio con pernoctación fuera de casa durante las vacaciones de Navidad?



Prevé un desplazamiento o viaje de ocio - turístico

Prevé un desplazamiento o viaje para reunirse con familia y amigos para celebrar la navidad

Desplazamientos hacia:



Cataluña 82%



Resto de España 13%



Fuera de España 5%

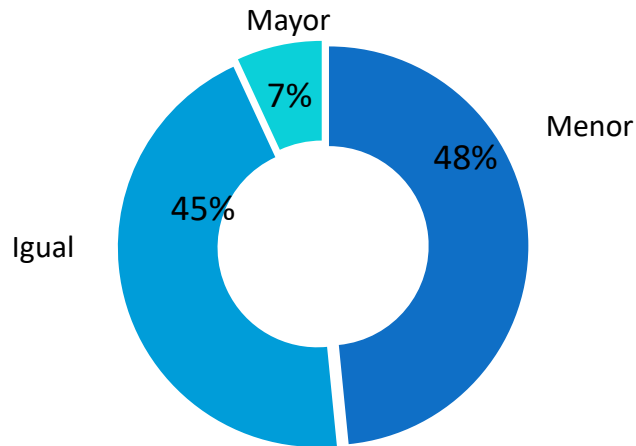


El 24% de la población ha tenido que posponer una compra o un gasto que tenía previsto antes que estallara la crisis del COVID, entre los gastos se encuentran las compras de electrodomésticos, artículos del hogar (ej. Muebles, ventanas), Viajes y celebraciones entre otros. Y el 53% de los ciudadanos afirma que lo dejará para más adelante frente al 27% que dice que ya no realizará ese gasto

# 7. Desplazamientos y Compras Navideñas

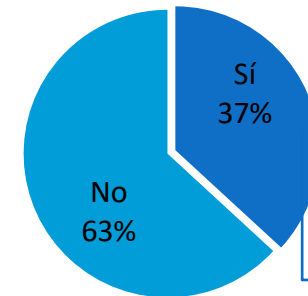
## Compras

Prevé que su gasto esta Navidad sea menor, igual o superior a la del año pasado?



	Menos	Igual	Más
Alimentación	47%	51%	2%
Juguetes	43%	55%	2%
Ocio	58%	42%	0%
Ropa	49%	49%	1%
Bienes electrónicos	45%	53%	2%

Realizó alguna compra aprovechando descuentos durante el Black Friday?



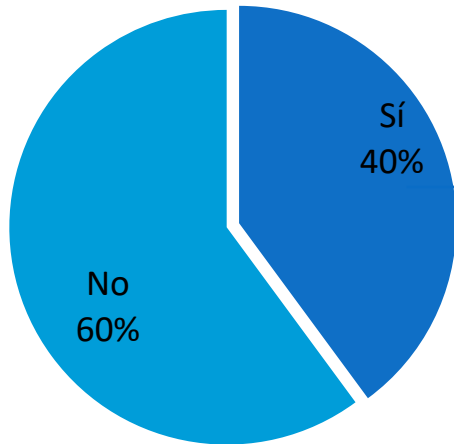
Establecimientos:

Comercios de proximidad	34%
Centros comerciales	15%
Plataformas online	58%
Otros	2%

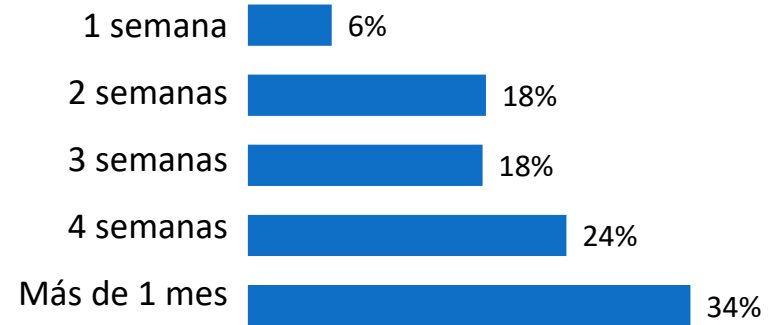
# 7. Desplazamientos y Compras Navideñas

## Compras

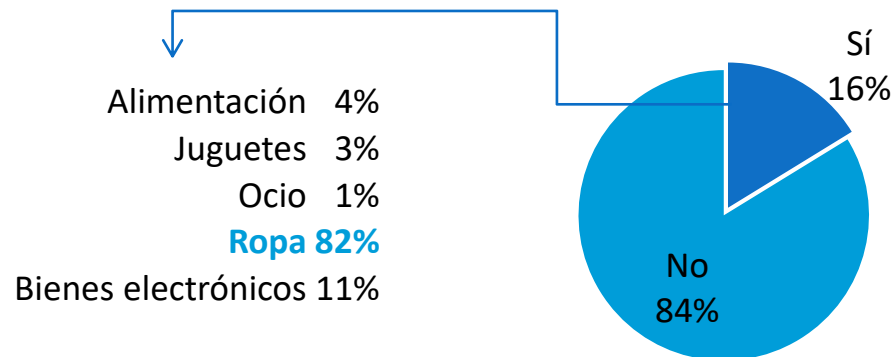
Acostumbra planificar sus compras navideñas con tiempo de antelación



Con cuánta antelación:

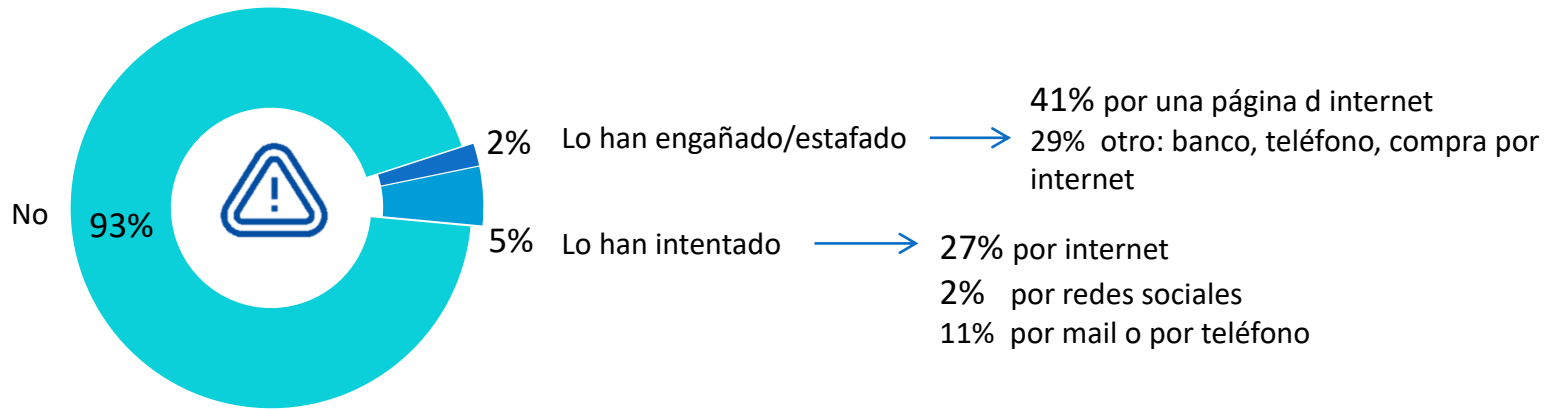


Tiene previsto posponer compras navideñas para aprovechar las rebajas

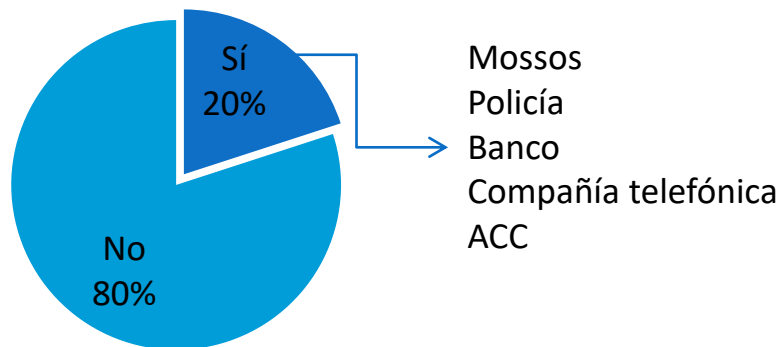


# 8. Riesgo de engaño/estafa

¿En los últimos 3 meses lo han engañado/estafado o lo han intentado?



¿Ha denunciado?

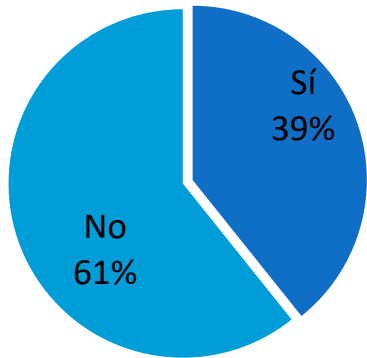


Entre los engaños y estafas se encuentran:

- x Compras que no llegaron
- x Compras que no se han hecho
- x Duplicación de tarjeta
- x Intento de robo de datos
- x Aparatos electrónicos que no funcionan
- x Ofertas engañosas
- x Ofertas falsas
- x Phishing

# 8. Riesgo de engaño/estafa

¿En los últimos 3 meses ha percibido el aumento de precio injustificado en algún producto o servicio que ha adquirido?



Más repetidas:

1. Alimentación
2. Frutas y verduras
3. Mascarillas
4. Pescado
5. Productos de higiene
6. Servicios (luz, agua)
7. Belleza

El 39% de los ciudadanos ha apreciado aumento de precios injustificados en algunos productos o servicios que han adquirido. Los productos que más se repiten son alimentos frescos como frutas y verduras, productos de seguridad ante el COVID, pescados y productos de higiene.



# 9. Consumo responsable

¿Qué tan responsable es como consumidor?

Nada  
responsable



Muy  
responsable

El 83% de la población se auto evalúa con puntuaciones mayores o iguales a 7 situando la media en 7,7

7,7

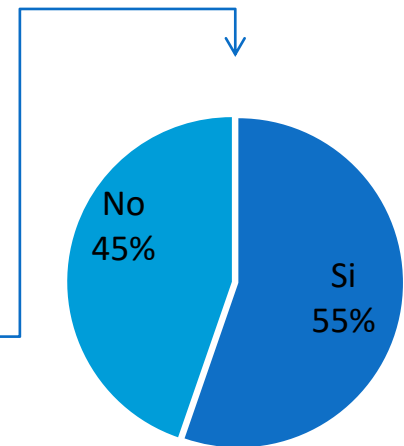
Consumo responsable en 3 palabras (Más repetidas)

Necesario  
Proximidad  
Gasto justo  
Calidad  
Revisar Precios  
No Malgastar  
Distancia de seguridad  
Medio Ambiente  
Uso de mascarillas  
Compra de productos frescos

De manera general los ciudadanos catalanes consideran que son consumidores responsables, sin embargo al preguntar sobre palabras que relacionen con consumo responsable se aprecian 3 claras ideologías sobre lo que se entiende por consumo responsable:

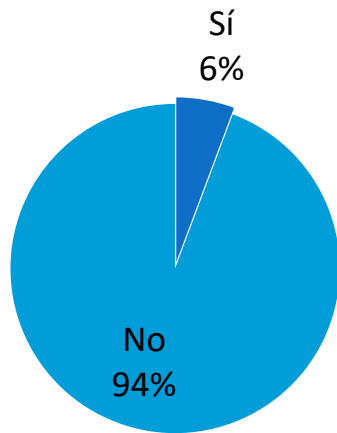
- Compras necesarias
- Prevención ante el COVID19
- Revisión del gasto

Cree que el COVID19 ha favorecido un consumo más responsable: \_\_\_\_\_



# 10. Derechos del consumidor

¿En los últimos 3 meses ha buscado información para conocer los derechos que tiene como consumidor/a?



El preguntar en donde han buscado las respuestas son:

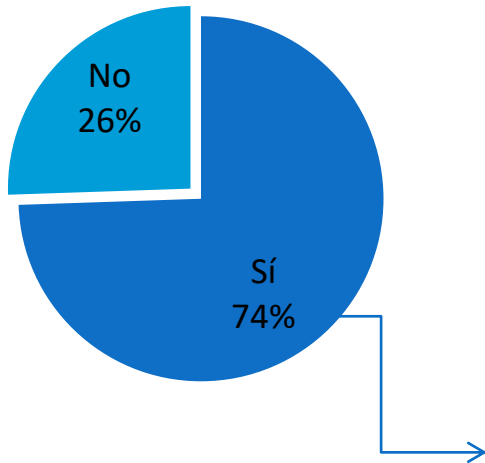
- ✓ Internet
- ✓ OCU
- ✓ Agencia Catalana del Consumo
- ✓ Consell comarcal
- ✓ Medios de Comunicación
- ✓ Ayuntamiento

Las entidades que vigilan los derechos del consumidor más conocidas son:

- Agencia Catalana del Consumo
- OCU
- Asociación de defensa del consumidor
- Asociación FAO
- Oficina del Consumidor
- Atención al ciudadano
- FACUA
- Ayuntamiento
- Servicios sociales
- Cámara de comercio
- Consell comarcal
- Sindicatos
- Defensor del pueblo de cataluña

# 10. Derechos del consumidor

¿Conoce o ha oído hablar de la Agencia Catalana del Consumo?



Al preguntar por cómo han conocido la Agencia Catalana de Consumo los ciudadanos han respondido:

- Televisión
- Radio
- Prensa
- Boca a boca
- Internet
- Trabajo
- Redes sociales

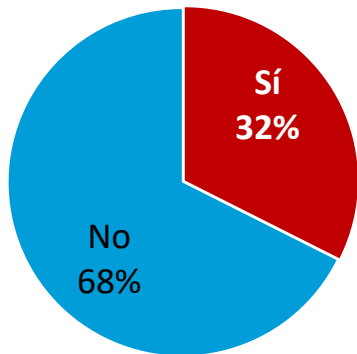
Más del 74% de los ciudadanos de Cataluña conocen la Agencia Catalana del Consumo, y son los medios de comunicación las principales herramientas que hacen visible a la agencia.



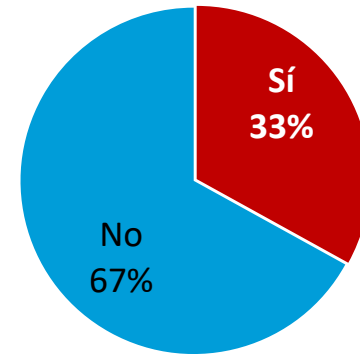
# Consumidor vulnerable

# 11. Pobreza energética

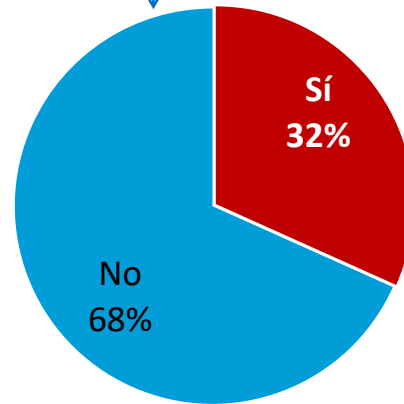
Conoce alguien en su entorno –familiar, amigo, vecino...- que pueda tener dificultades en el pago de los servicios esenciales básicos – gas, agua, electricidad-?



Conoce alguien que haya tenido que recurrir o que prevea que un futuro inmediato tenga que menester necesitar un préstamo bancario, ayuda de familiares o amigos, adelantada nómina...- para poder hacer frente a los gastos habituales?

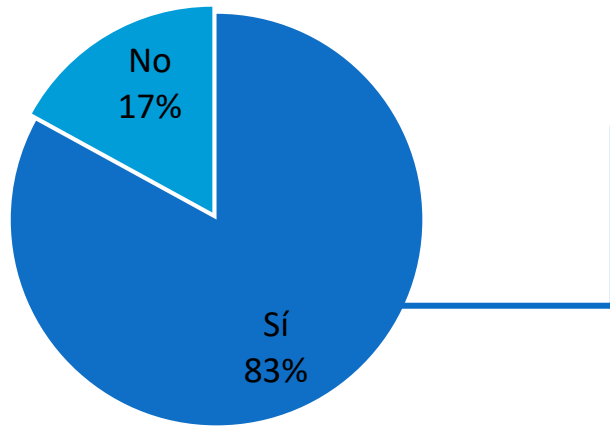


Conoce de alguien que haya requerido de la ayuda del banco de alimentos a raíz de la crisis de la COVID19?



# 12. Medios y TICs

Dispone en casa de conexión a internet



Banda Ancha	0,00%
ADSL	23,70%
Cable	1,70%
Satélite	1,00%
Fibra Óptica	65,70%

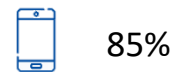
El 83% de los ciudadanos tiene conexión a internet en casa, la mayoría tiene conexión vía fibra óptica seguido de ADSL, adicionalmente el 75% de los que tienen conexión a internet en casa tienen acceso a internet por telefonía móvil (3G o 4G).

Dispositivos que utiliza para conectarse a internet:

Ordenador/Portátil



Teléfono móvil



Tablet/Ipad

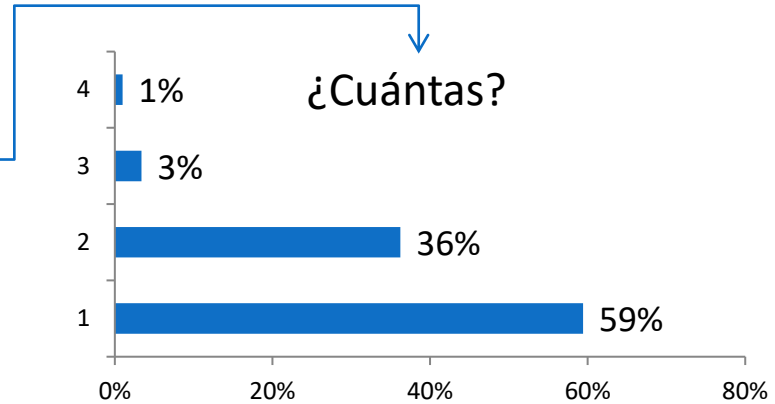
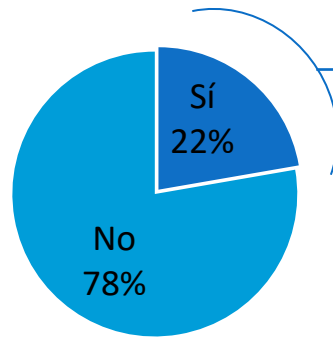


Tv

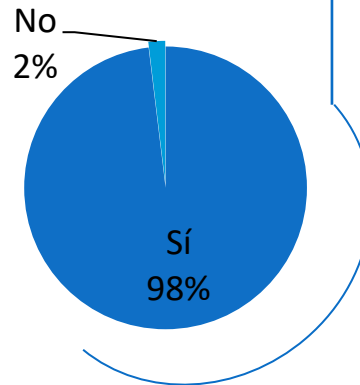


# 12. Medios y TICs

¿En su hogar hay personas en edad escolar o universitarias?



¿Dispone de ordenador para poder seguir el curso a distancia de requerirse por algún nuevo confinamiento?



El ordenador es ...

Compartido 26%  
Individual 74%

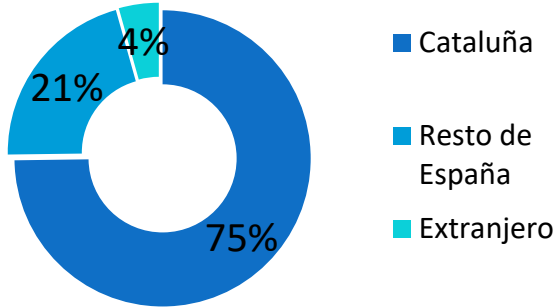


# Característiques de los entrevistados

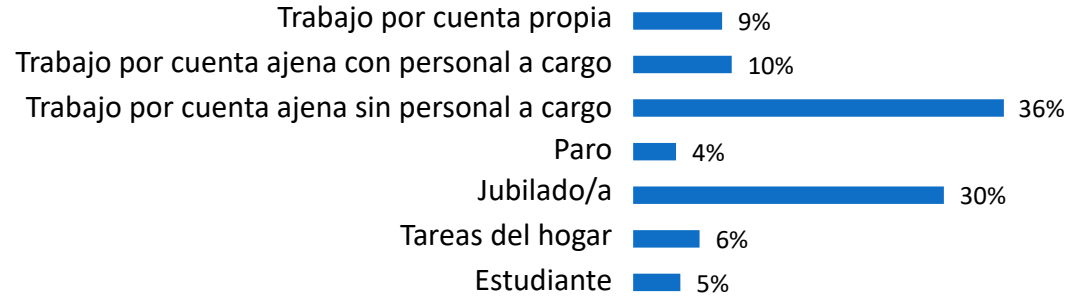


# 13. Sociodemogràfics

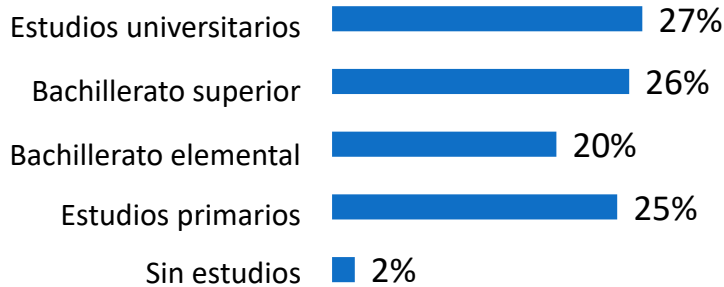
## Lugar de nacimiento



## Situación laboral antes del COVID



## Nivel de estudios

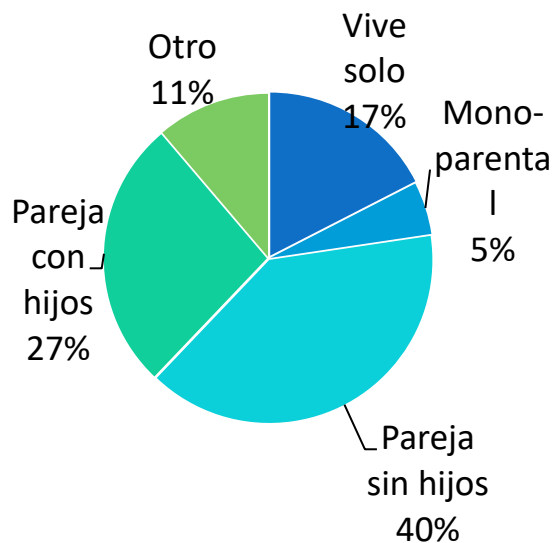


## Situación laboral **actual** de los que antes del COVID tenían trabajo



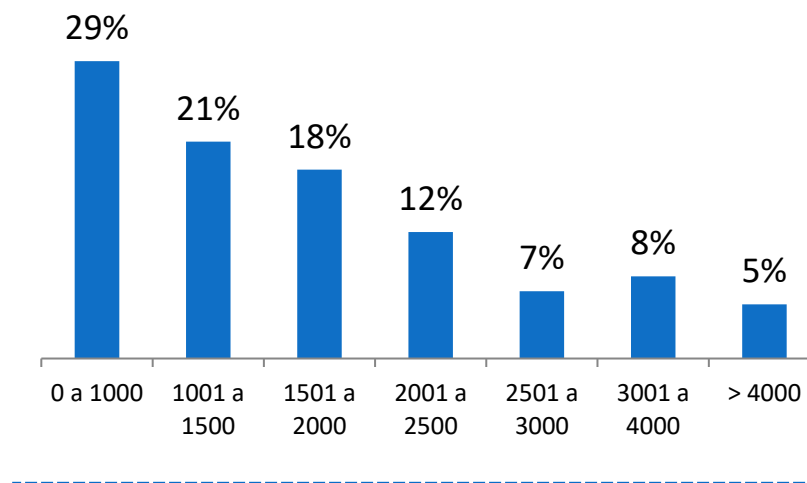
# 14. Situación actual y percepción futura

## Tipología del hogar



El 22% de los ciudadanos ha afirmado que sus ingresos han disminuido en comparación a los ingresos previos al COVID, con una media de 2,5 personas por hogar.

## Nivel de Ingresos del antes del COVID



## Sus ingresos

