



Impacte de la crisi sanitària per la COVID19 en els hàbits de consum de la població catalana

PRESENTACIÓ de resultats
Maig de 2020

GESOP

GESOP, Gabinet d'Estudis Socials i Opinió Pública, S. L.
c/ Provença 385-387 Entl. 1a 08025 Barcelona • Tel. 93 300 07 42 • www.gesop.net • [www.twitter.com/_GESOP](https://twitter.com/_GESOP)



Generalitat de Catalunya
**Agència Catalana
del Consum**

Objectius

- Identificar els canvis en els hàbits de compra durant el confinament.
- Conèixer les afectacions per la crisi de la COVID19 en temes relacionats amb el consum.
- Analitzar el paper de l'Agència Catalana del Consum.
- Analitzar la percepció sobre si la crisi de la COVID19 afavorirà un consum més responsable.
- Mesurar els possibles canvis en els hàbits de compra després del confinament, així com la capacitat de despesa en aquesta nova etapa.

Fitxa tècnica

Tècnica d'investigació

Entrevistes telefòniques assistides per ordinador (CATI)*.

Àmbit d'estudi

Catalunya

Població objectiu

Persones de 18 anys i més residents a Catalunya

Número d'entrevistes

1.001 entrevistes.

Tipus de mostreig

Mostra estratificada per dimensió de municipi i província. Quotes creuades de sexe i edat seguint la distribució real de la població objecte d'estudi.

Marge d'error

$\pm 3,2\%$ per a un nivell de confiança del 95,5% i $p=q=0,5$.

Treball de camp

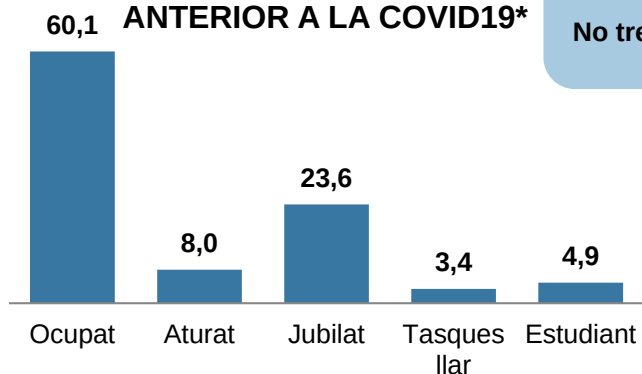
Del 20 al 28 d'abril de 2020.

Entre la setmana 6 i 7 del confinament

* Totes les entrevistes s'han desenvolupat mitjançant teletreball per a respectar el confinament de totes les treballadores implicades.

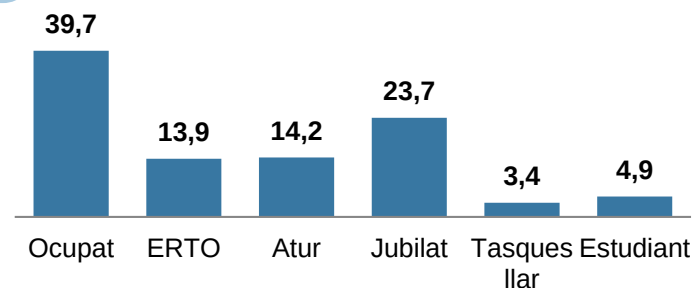
SITUACIÓ DE LA POBLACIÓ ENTREVISTADA

SITUACIÓ LABORAL ANTERIOR A LA COVID19*



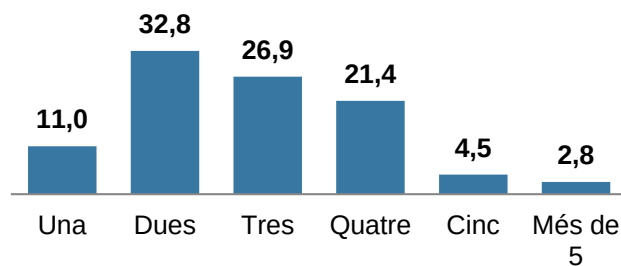
D'entre els ocupats:
Teletreball 16,2%
Va al lloc de treball 13,8%
No treballa, però segueix d'alta 4,6%
Està de baixa 5,1%

SITUACIÓ LABORAL ACTUAL*

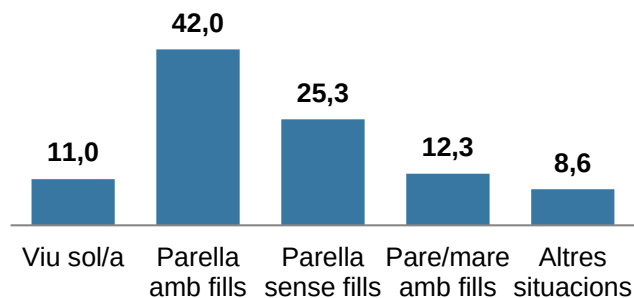


NOMBRE DE PERSONES A LA LLAR**

Mitjana: 2,9

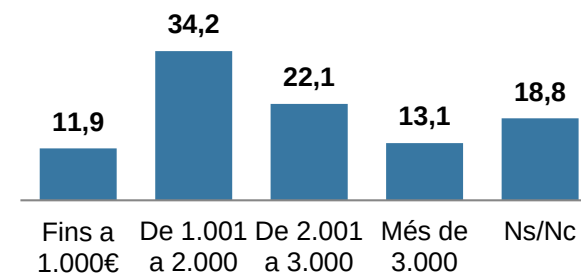


COMPOSICIÓ DE LA LLAR**



INGRESSOS DE LA LLAR

Mitjana: 2,030,14€



* Un 0,1% no ha volgut contestar l'ocupació anterior i un 0,3% l'actual.

** Un 0,9% no ha volgut contestar la composició de la llar i un 0,7% el nombre de persones que viuen a la llar.

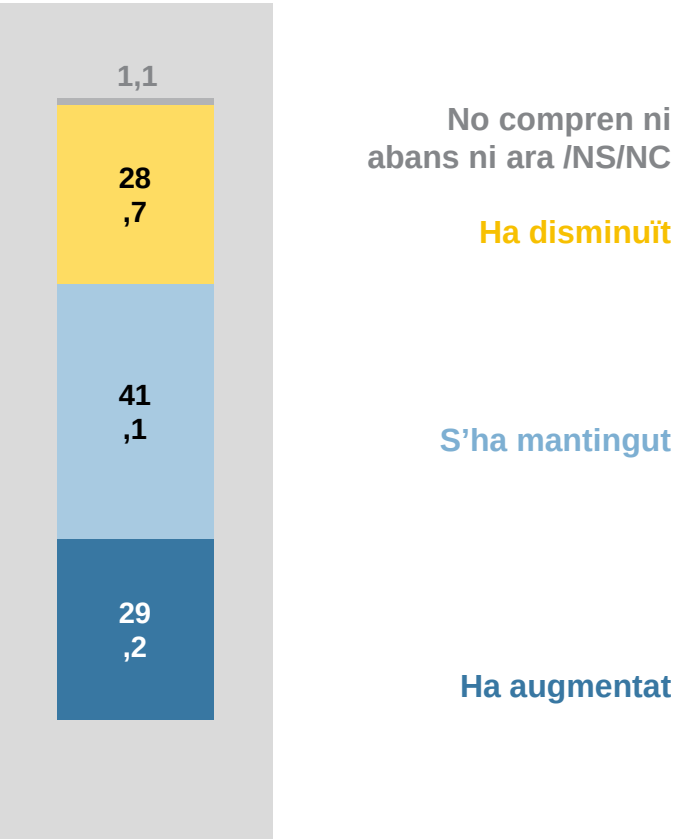


Durant el confinament, gairebé un terç dels catalans ha augmentat la despesa en compres presencials, principalment en alimentació fresca i sobretot en supermercats i botigues de proximitat.

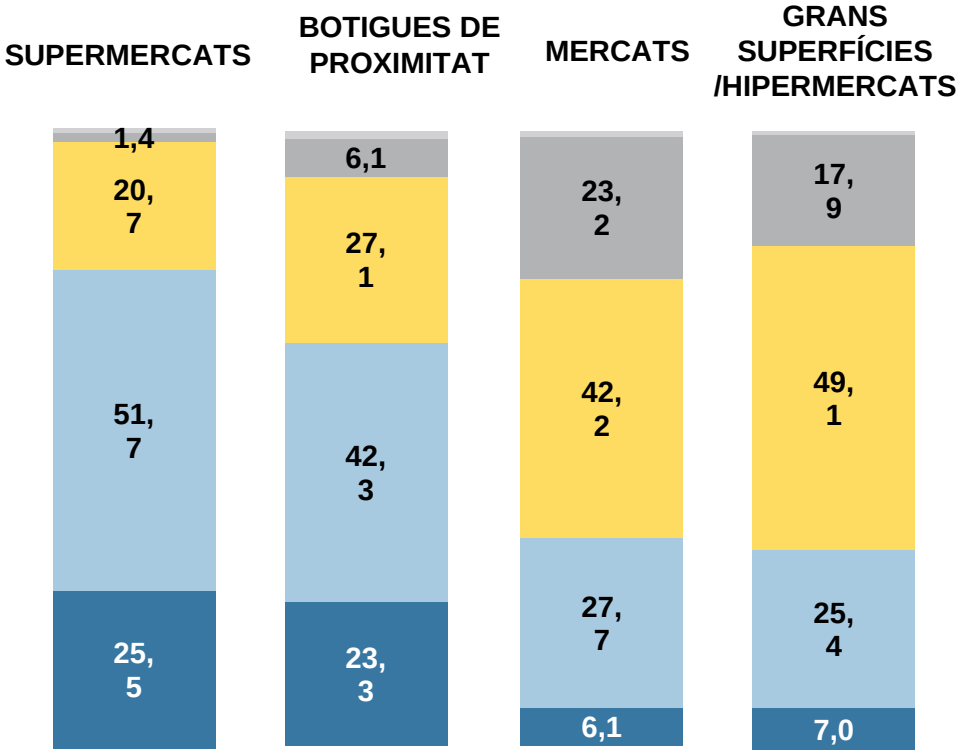
Gairebé un 5% de catalans ha comprat a internet per primera vegada durant el confinament, tot i que el consum global per aquest mitjà s'ha reduït degut a l'impacte negatiu en la mobilitat (viatges) i el consum cultural (espectacles).

Incrementa el consum d'alimentació fresca per tots els canals, amb l'excepció d'internet, on el que ha incrementat especialment han estat els productes i serveis d'oci.

I DURANT EL CONFINAMENT GASTEN
MÉS, IGUAL O MENYS QUE ABANS EN
COMPRES PRESENCIALS?*

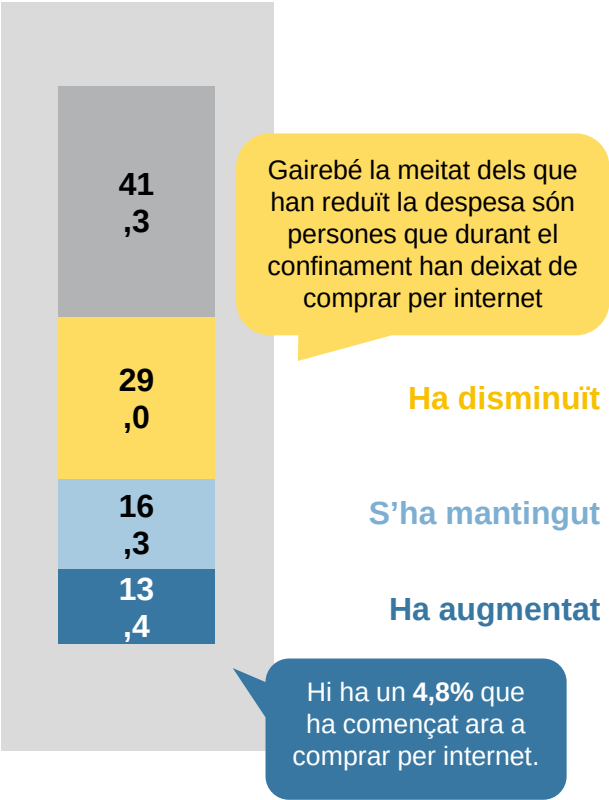


Més concretament, durant el confinament, a casa seva han
augmentat, han mantingut o han disminuït la despesa en
compres presencials als següents tipus d'establiments?

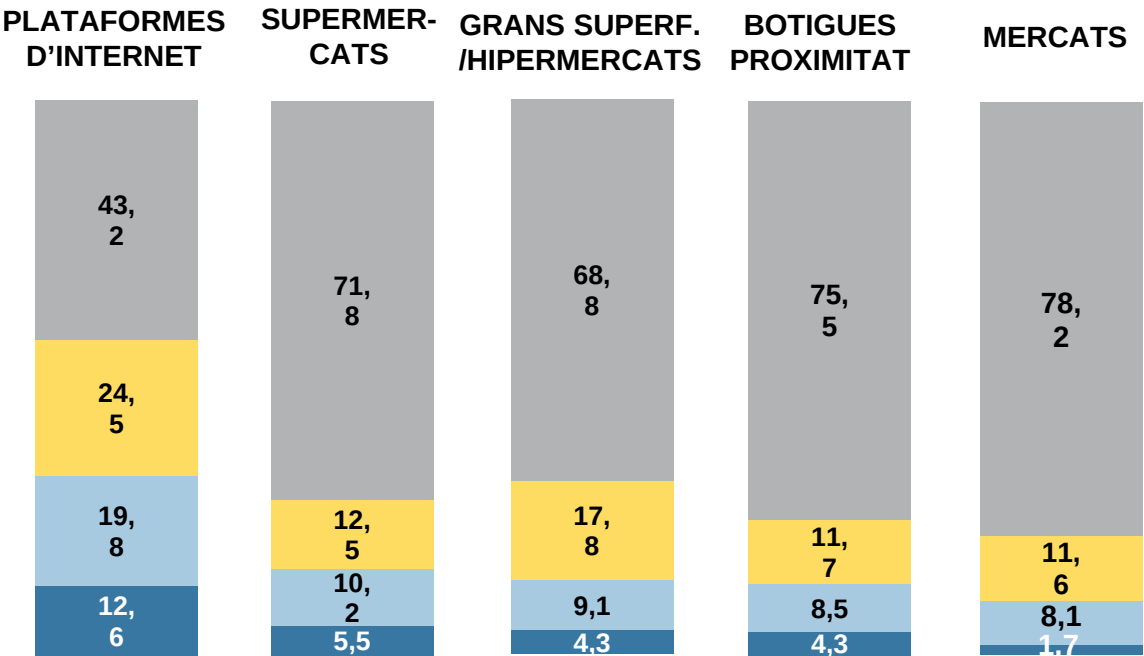


COMPRES ONLINE

Durant el confinament gasten més, igual o menys que abans en compres per internet?



Més concretament, durant el confinament a casa seva han augmentat, han mantingut o han disminuït la despesa en compres per internet als següents tipus d'establiments?



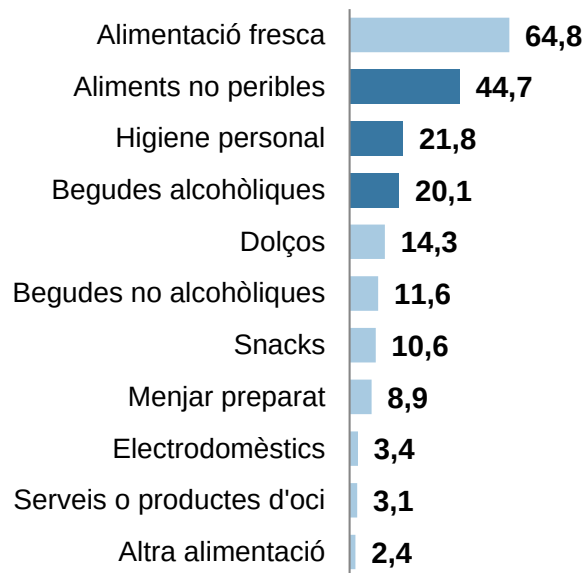
PRODUCTES O SERVEIS ON S'HA INCREMENTAT LA DESPESA

- Resposta espontània - Multiresposta -



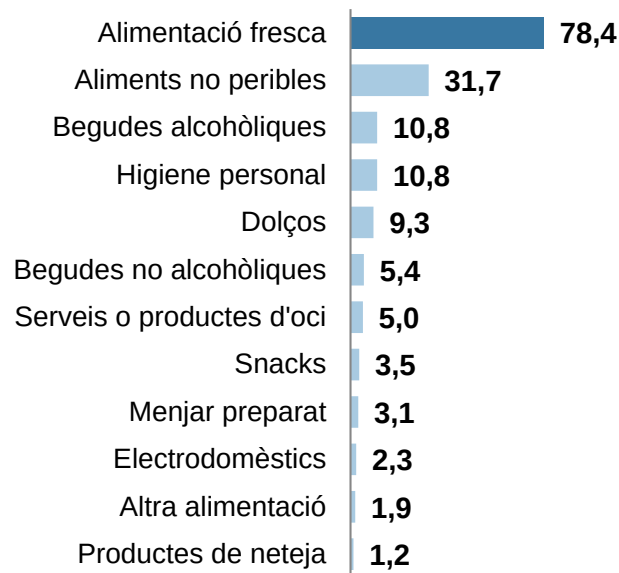
SUPERMERCATS*

(n=293)



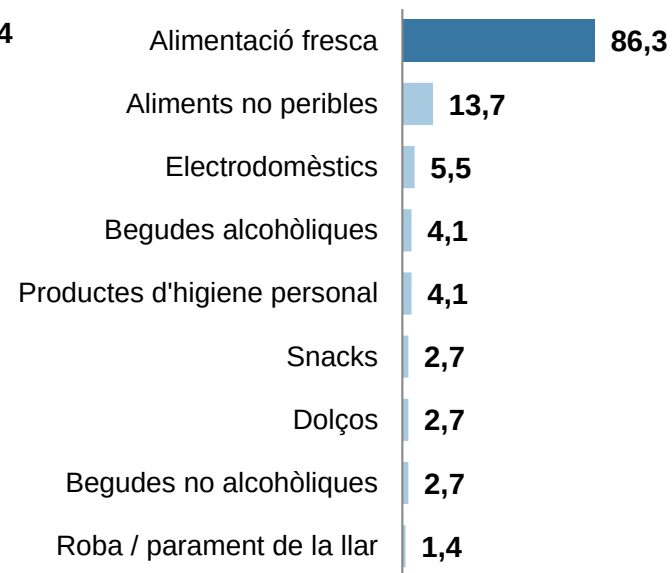
BOTIGUES DE PROXIMITAT*

(n=259)



MERCATS

(n=73)



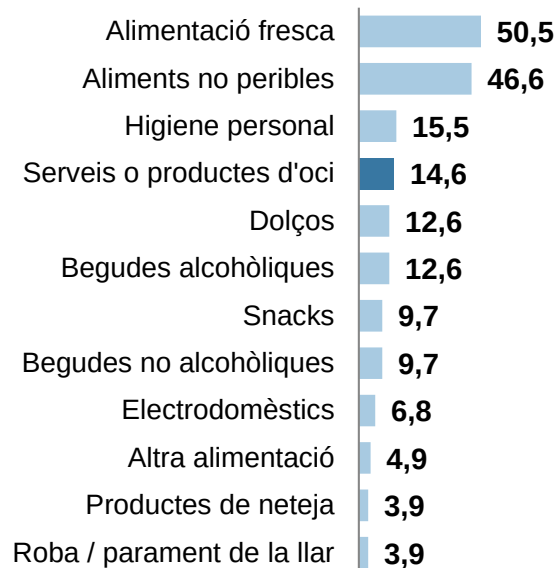
PRODUCTES O SERVEIS ON S'HA INCREMENTAT LA DESPESA

- Resposta espontània - Multiresposta -



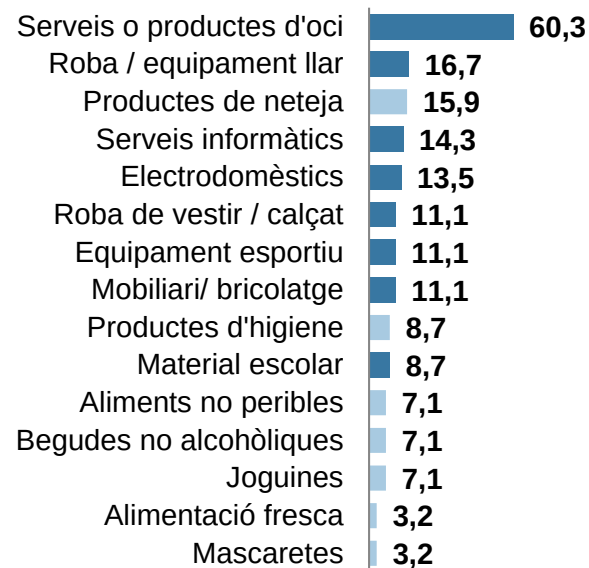
GRANS SUPERFÍCIES/ HIPERMERCATS*

(n=103)



PLATAFORMES D'INTERNET**

(n=126)



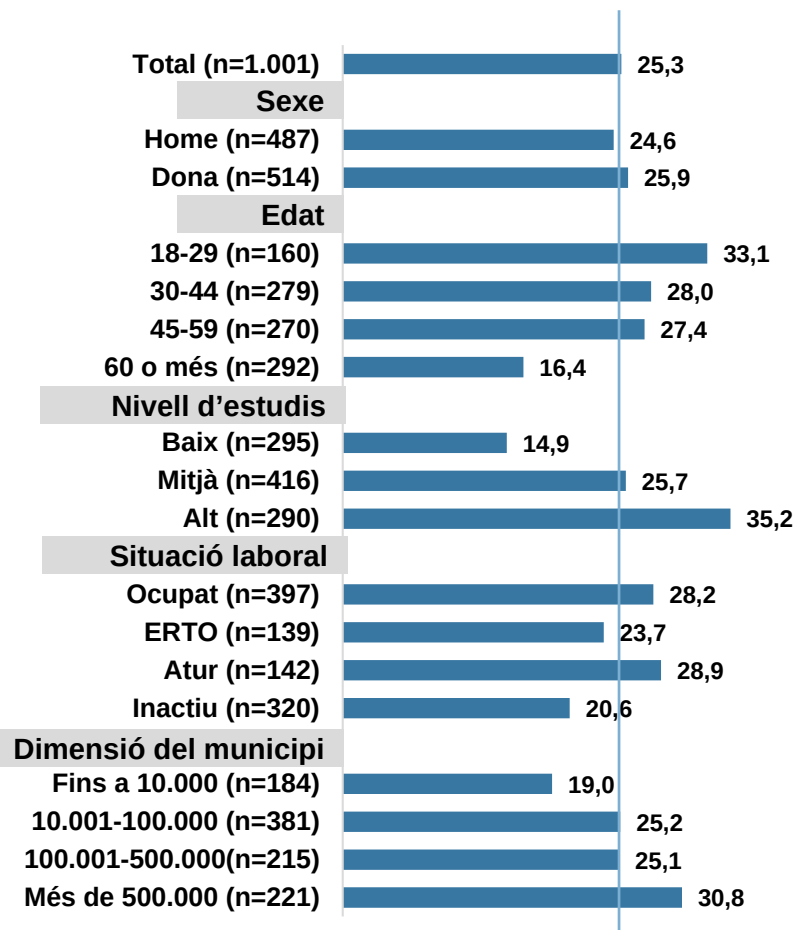
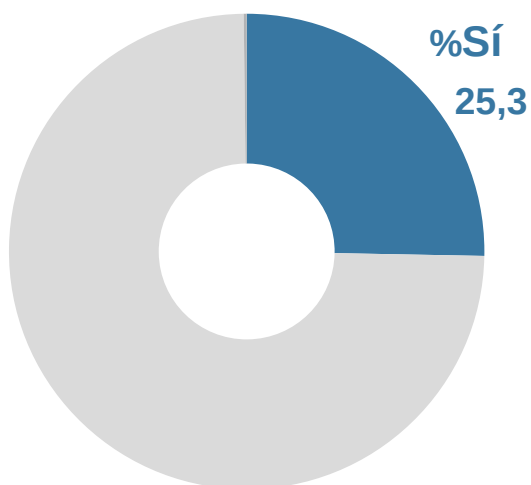


Una quarta part dels catalans diu que havia comprat o pagat algun producte o servei que no ha pogut utilitzar per la COVID-19.

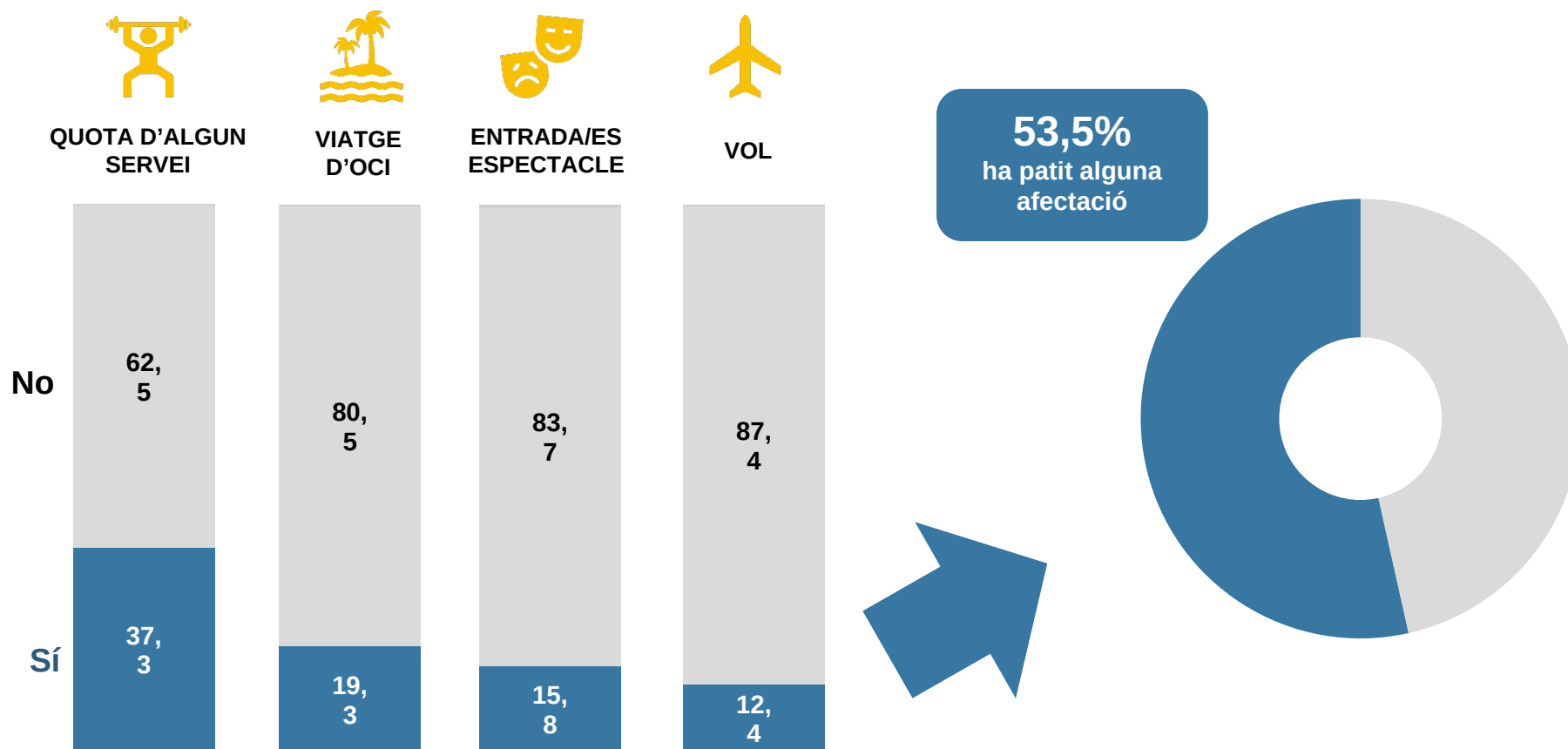
Però quan es concreten serveis i/o productes, es conclou que més de la meitat dels catalans ha patit afectacions en l'àmbit del consum per la crisi del coronavirus.

A més, gairebé un terç ha posposat alguna despesa que tenia prevista abans de la COVID-19.

HAVIA COMPRAT O PAGAT ALGUN PRODUCTE O SERVEI AMB ANTERIORITAT QUE NO HA POGUT UTILITZAR COM A CONSEQÜÈNCIA DE LA COVID19?



Concretament, havia comprat o pagat algun d'aquests productes o serveis amb anterioritat que no ha pogut utilitzar com a conseqüència de la COVID-19? -Suggerit-

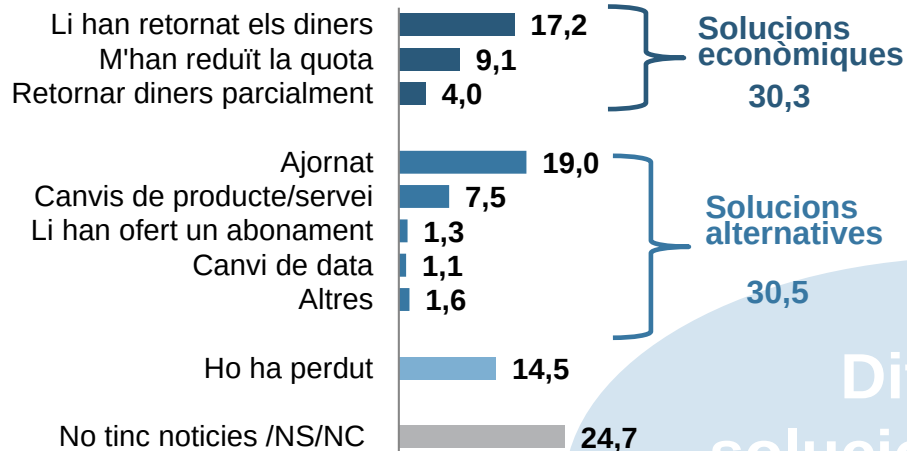




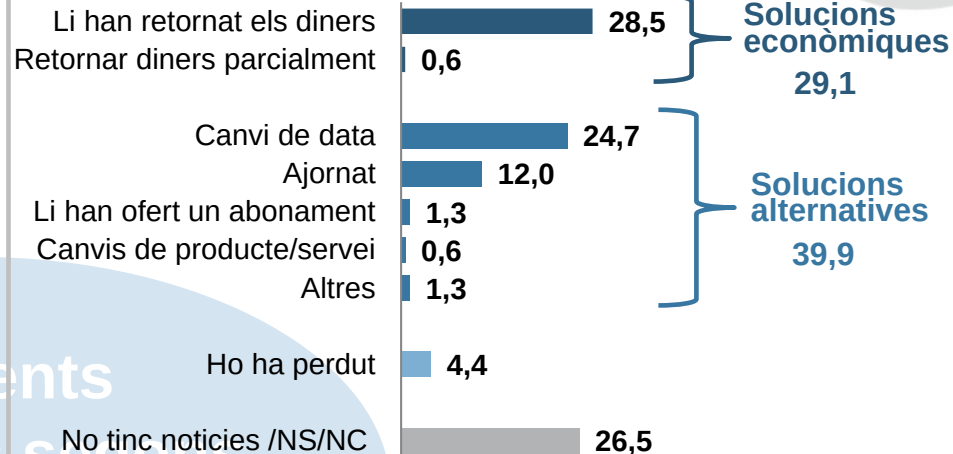
**Diferents
solucions segons
tipus de producte
o servei**



QUOTA D'ALGUN SERVEI (n=373)



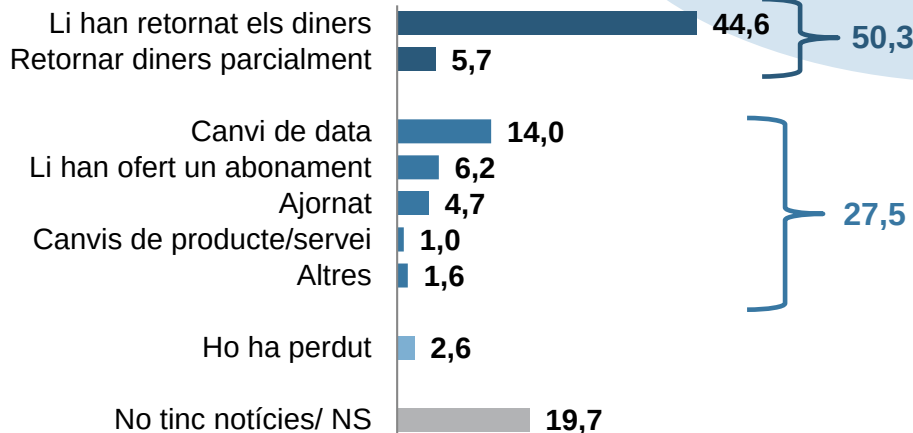
ENTRADA/ES ESPECTACLE (n=158)



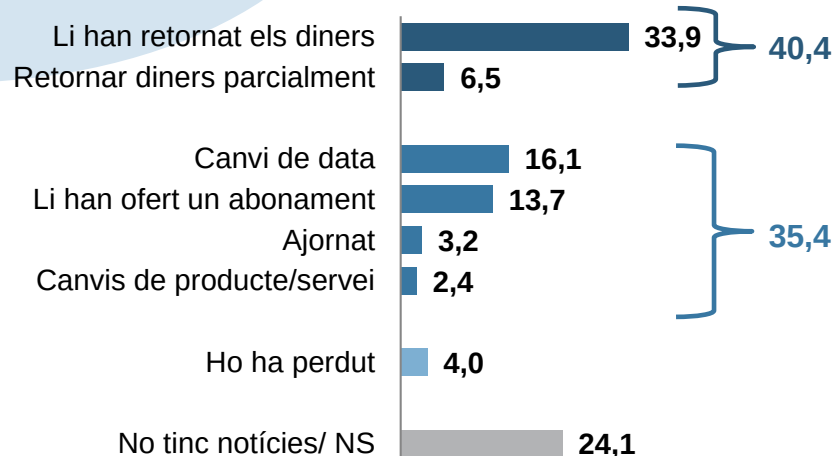
Diferents
solucions segons
tipus de producte
o servei



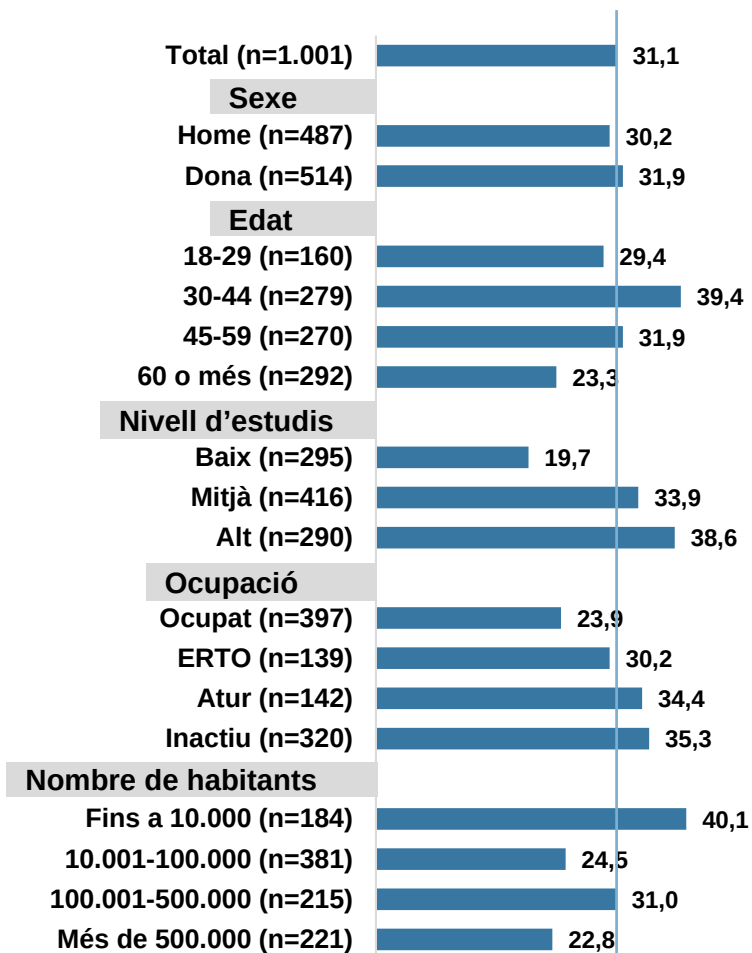
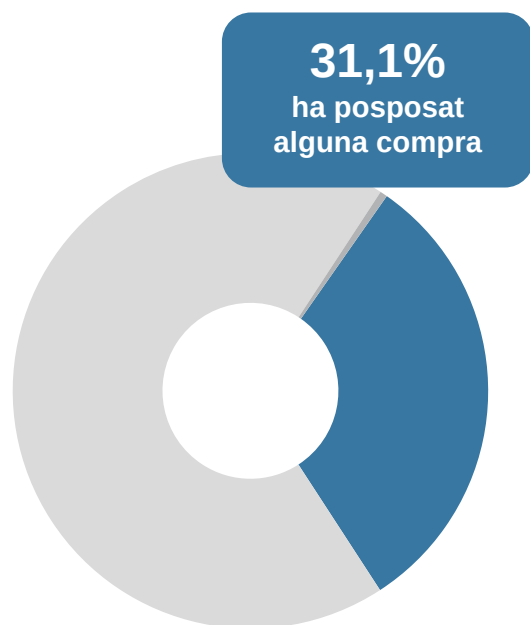
VIATGE D'OCI (n=193)



VOL (n=124)



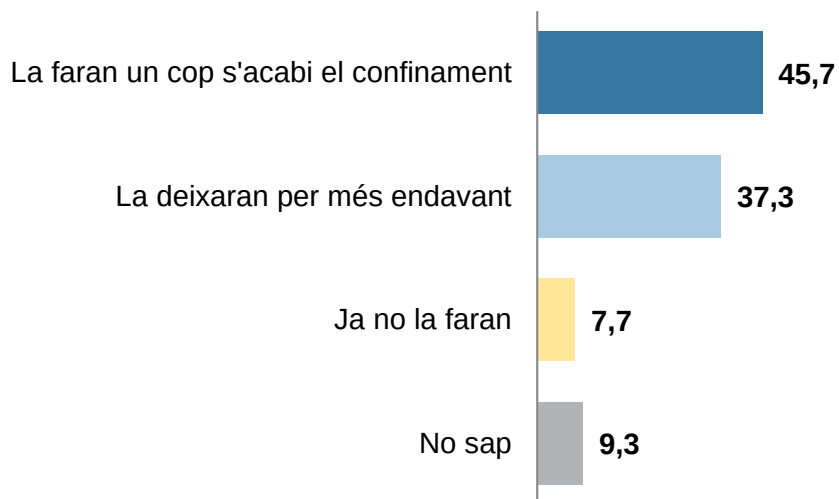
A casa seva han posposat alguna compra o despesa que tenien prevista abans que es declarés l'estat d'alarma per la COVID-19?



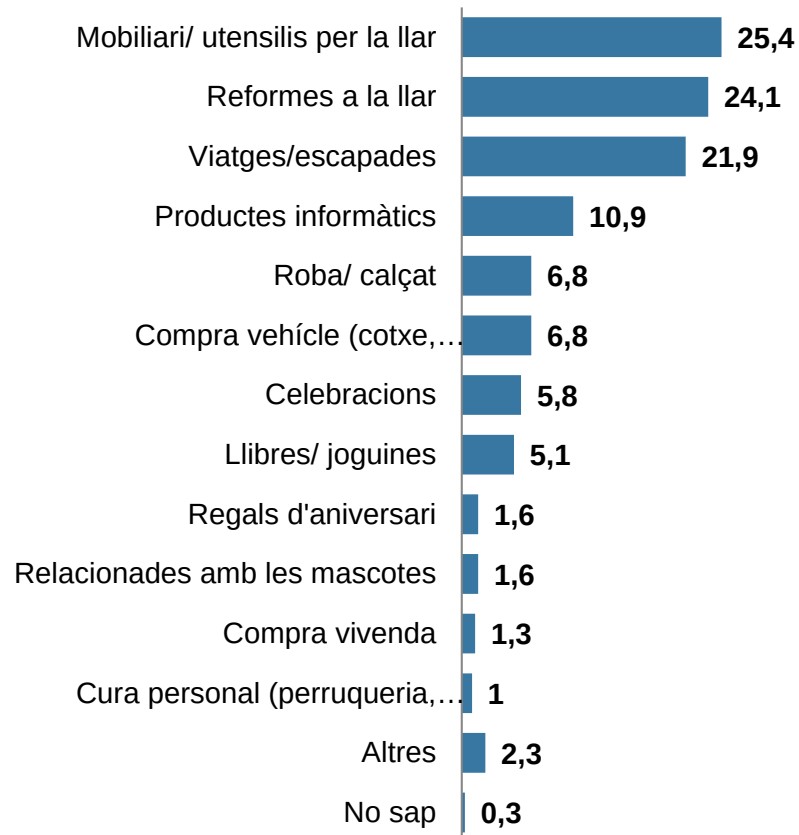


Han posposat alguna compra o despesa que tenien prevista (n= 311)

En relació a aquesta compra o despesa que han posposat, què faran?



Quina compra o compres han posposat? -Multiresposta-

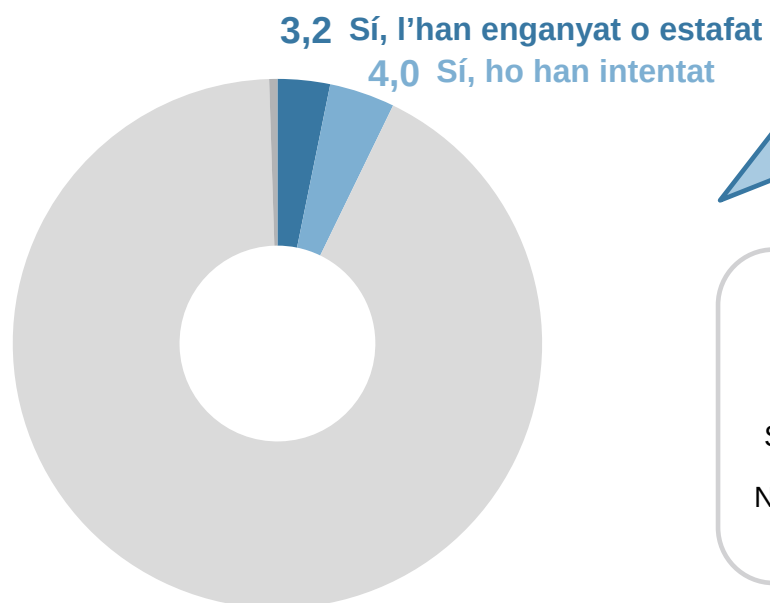




Un 7% dels catalans afirma que l'han enganyat o intentat estafar en la compra d'un producte o la contractació d'un servei

I més del 40% dels entrevistats considera que ha patit l'augment de preu injustificat d'algun producte

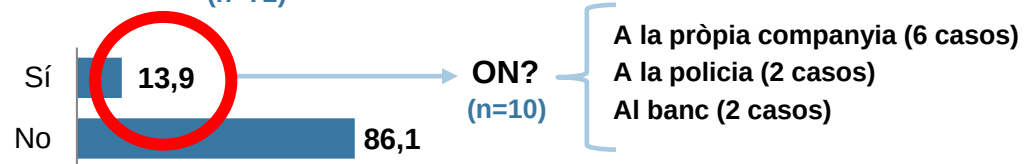
DURANT EL CONFINAMENT L'HAN ENGANYAT O ESTAFAT, O HO HAN INTENTAT, EN LA COMPRA D'ALGUN PRODUCTE O SERVEI?



7,2%
L'han enganyat o intentat enganyar

HO HA DENUNCIAT?

(n=72)

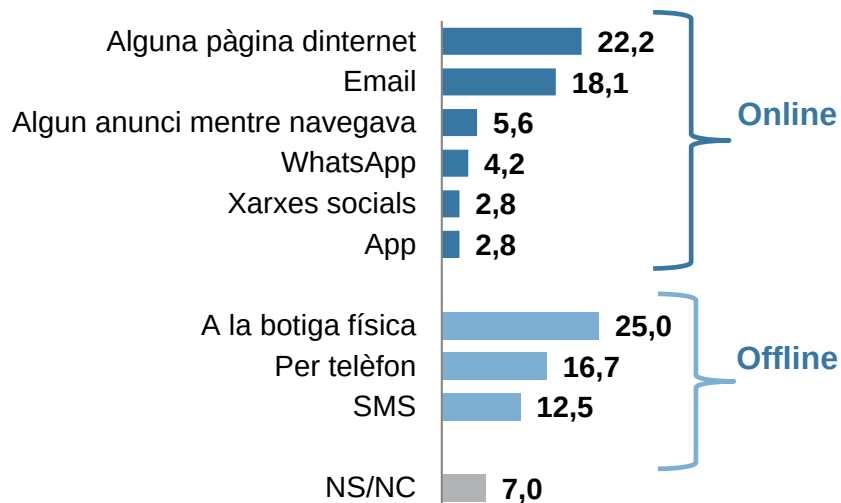




L'han enganyat o estafat o
ho han intentat (n= 72)

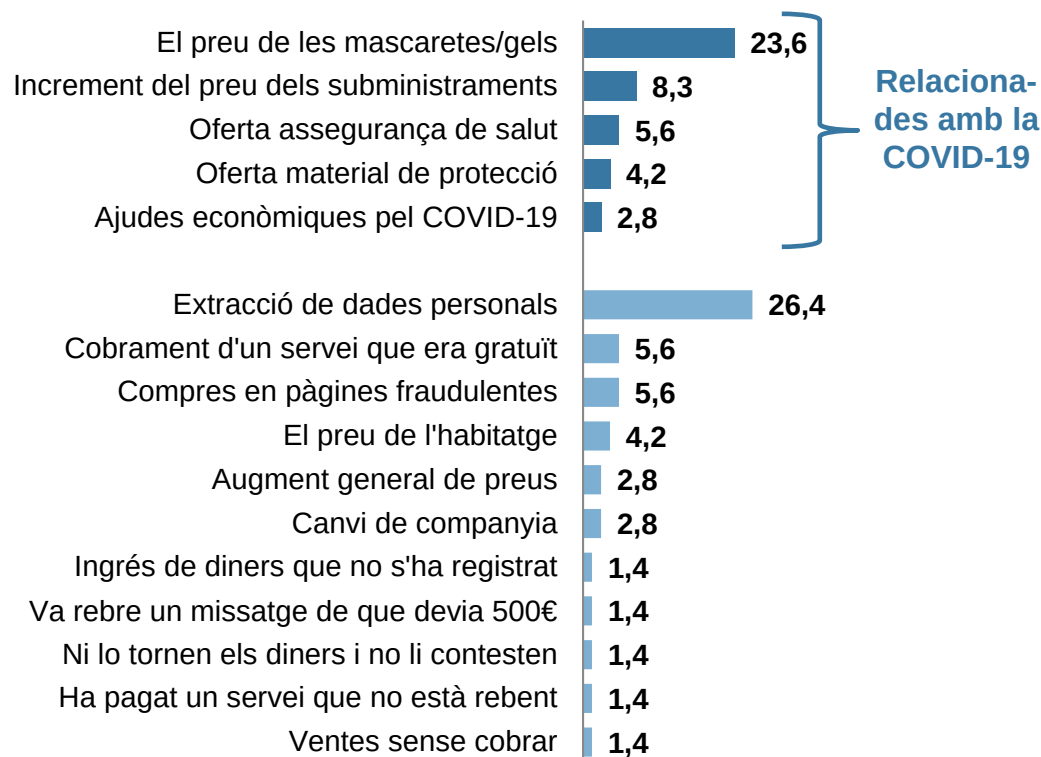
PER ON LI VA ARRIBAR AQUEST (INTENT DE) ENGANY O ESTAFA?

-Multiesposta-

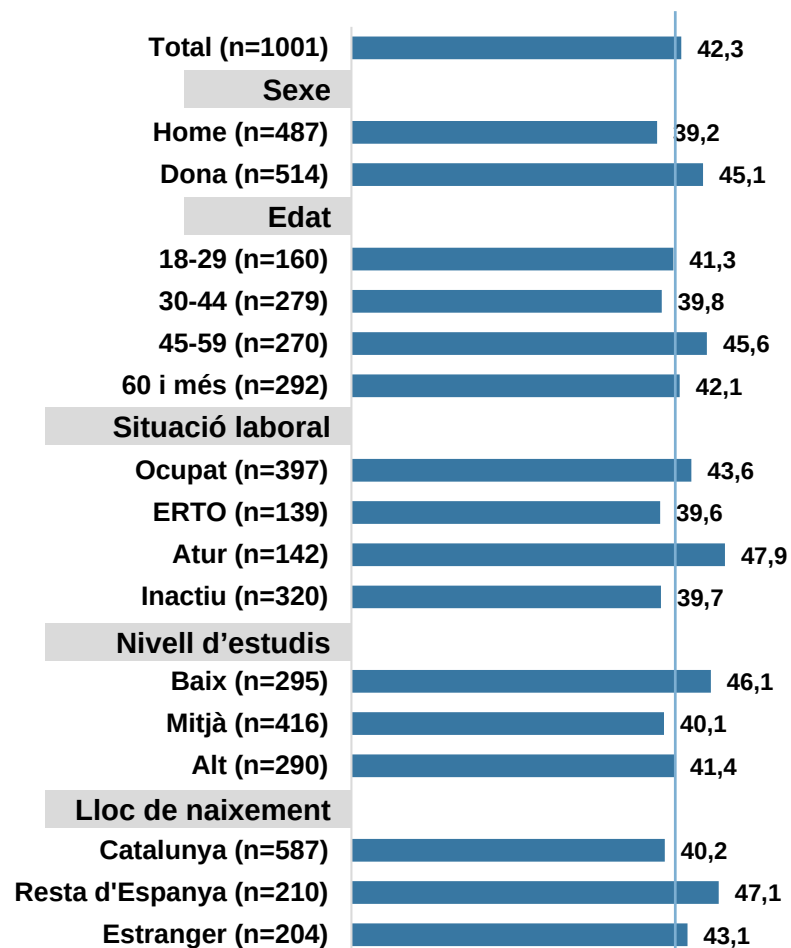
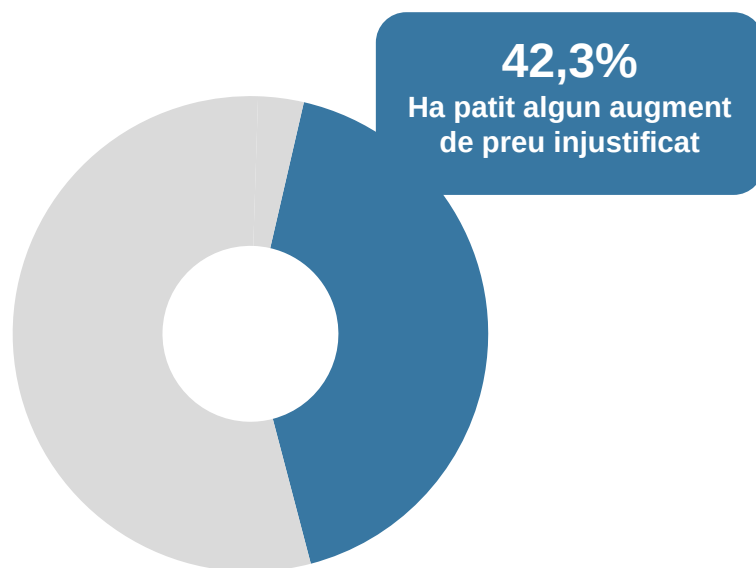


DE QUIN ENGANY O ESTAFA ES TRACTAVA?

-Resposta espontània-



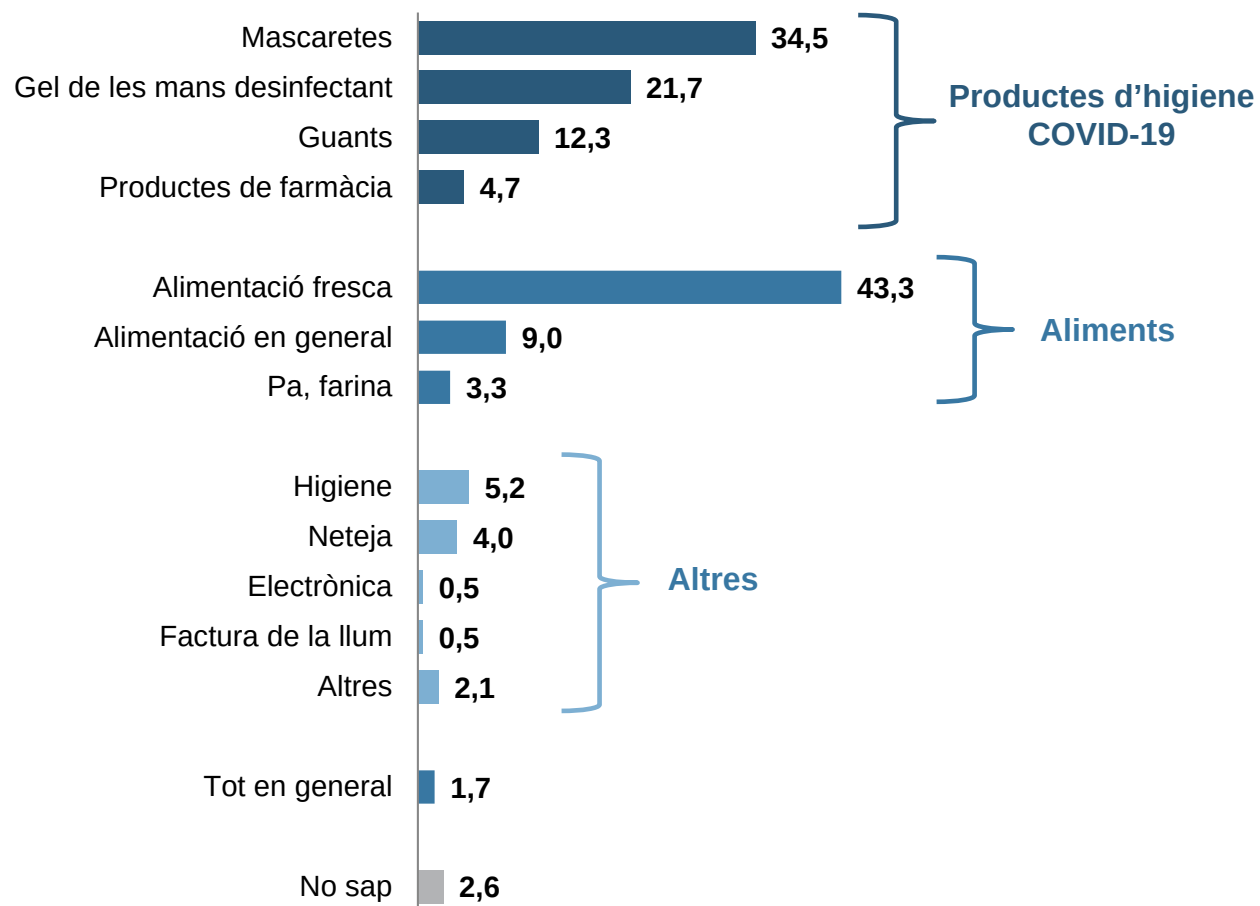
DURANT EL CONFINAMENT HA PATIT L'AUGMENT DE PREU INJUSTIFICAT D'ALGUN PRODUCTE O SERVEI QUE HA COMPRAT?





Ha patit l'augment de preus
injustificat (n= 423)

EN QUIN PRODUCTE? -Resposta espontània- Multiresposta -

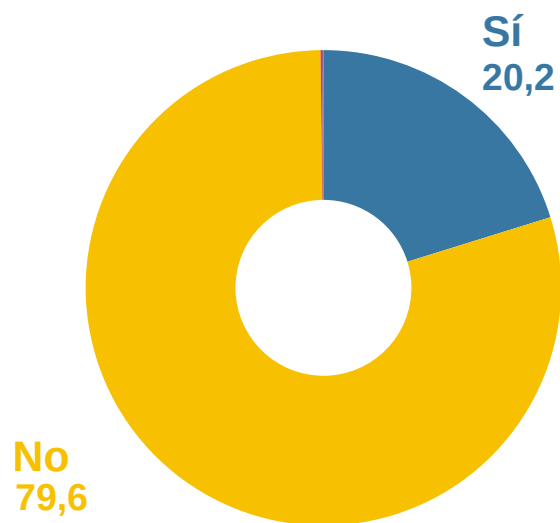




Un de cada cinc catalans ha fet alguna consulta aquests dies per conèixer algun aspecte dels drets del consumidor.

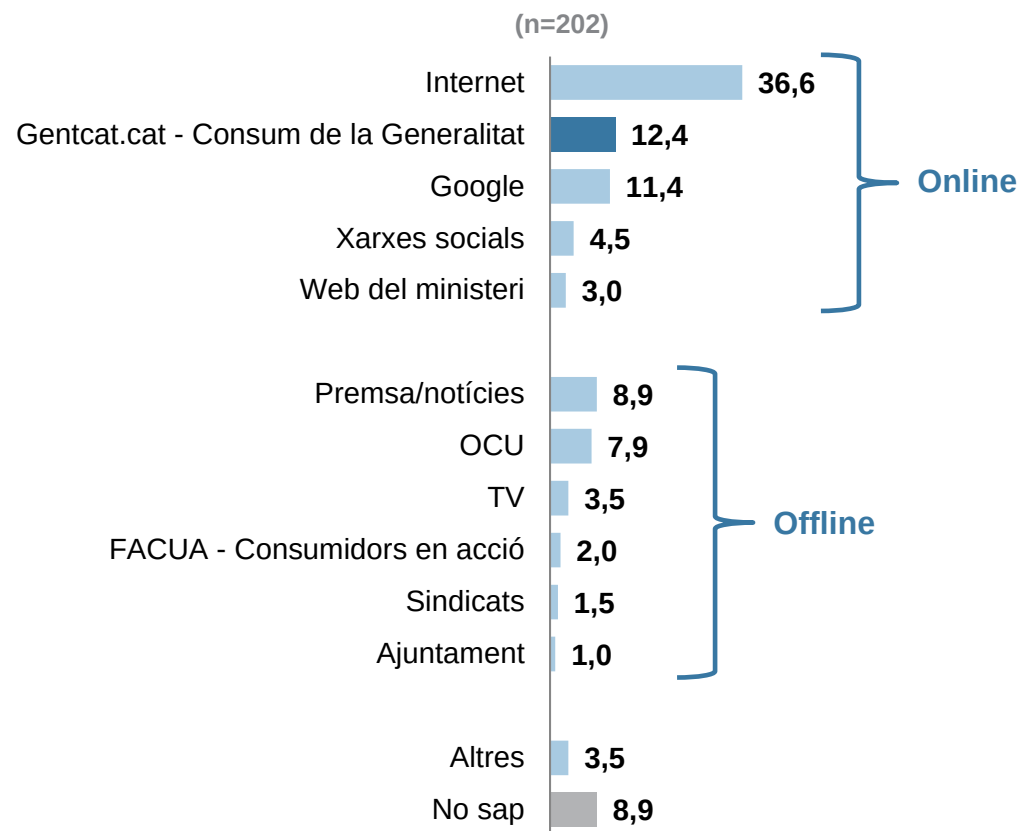
Més de la meitat de les persones entrevistades no sap citar, de forma espontània, alguna entitat que vetlli pels drets dels consumidors, però quan es pregunta per l'Agència Catalana del Consum més de dues terceres parts la reconeix

DURANT L'ESTAT D'ALARMA, HA BUSCAT INFORMACIÓ PER CONÈIXER ELS DRETS QUE TÉ COM A CONSUMIDOR?



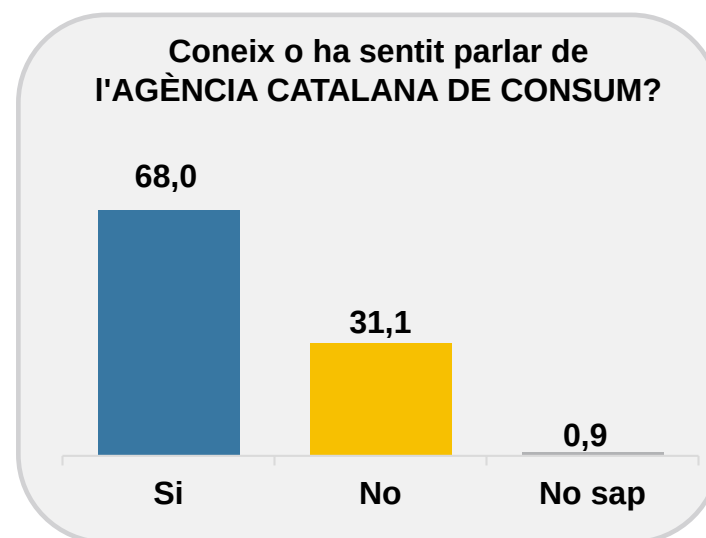
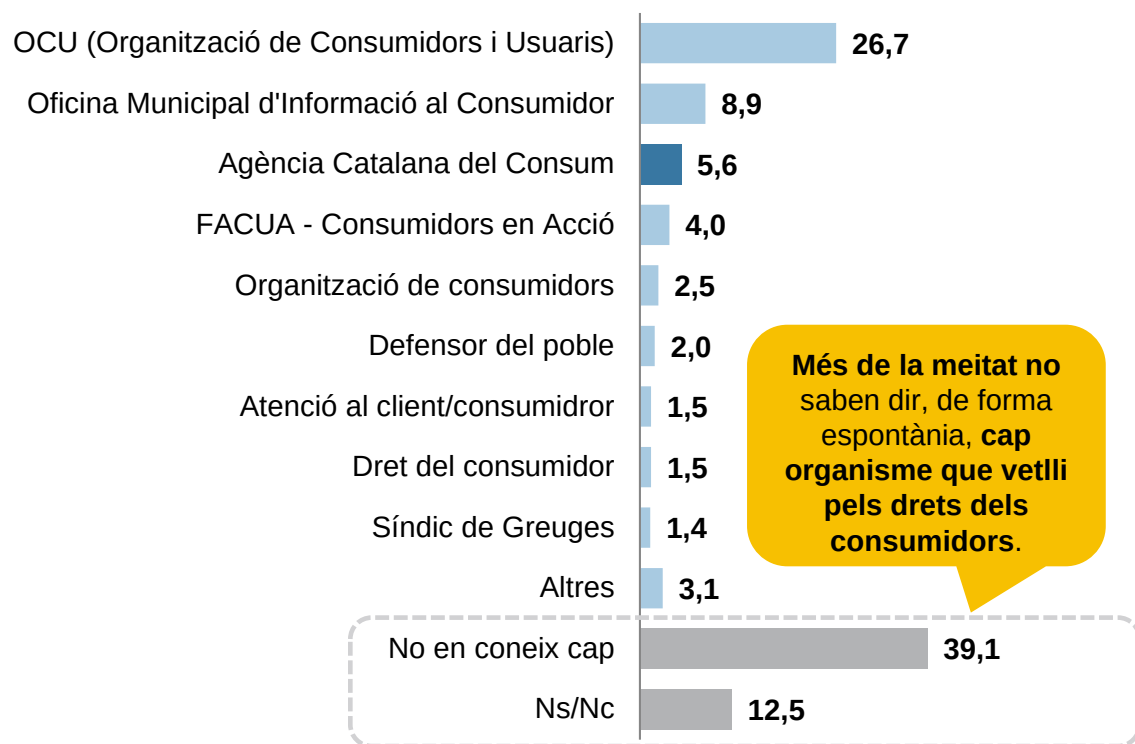
ON L'HA BUSCAT?

- Resposta espontània - Multiresposta -



LES ENTITATS QUE VETLLEN PELS DRETS DE LES PERSONES CONSUMIDORES QUE ES CONEIXEN

- Resposta espontània -



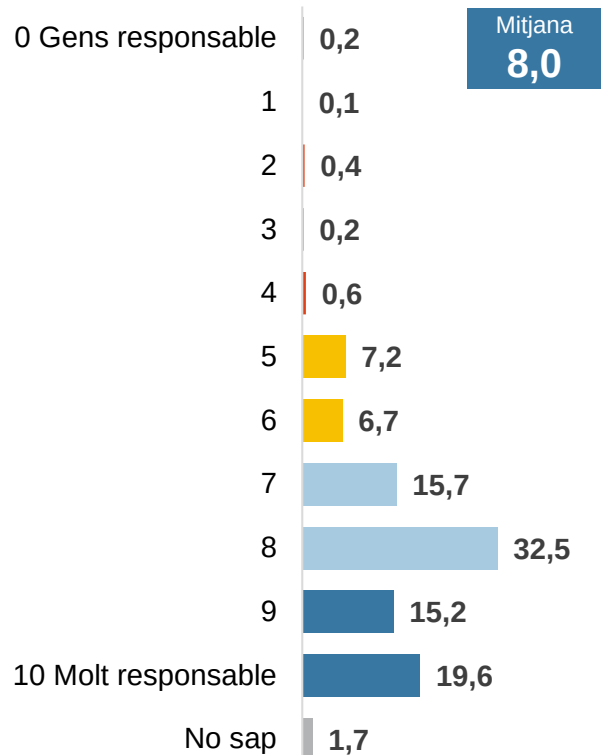


La majoria de catalans es considera a sí mateix un consumidor responsable.

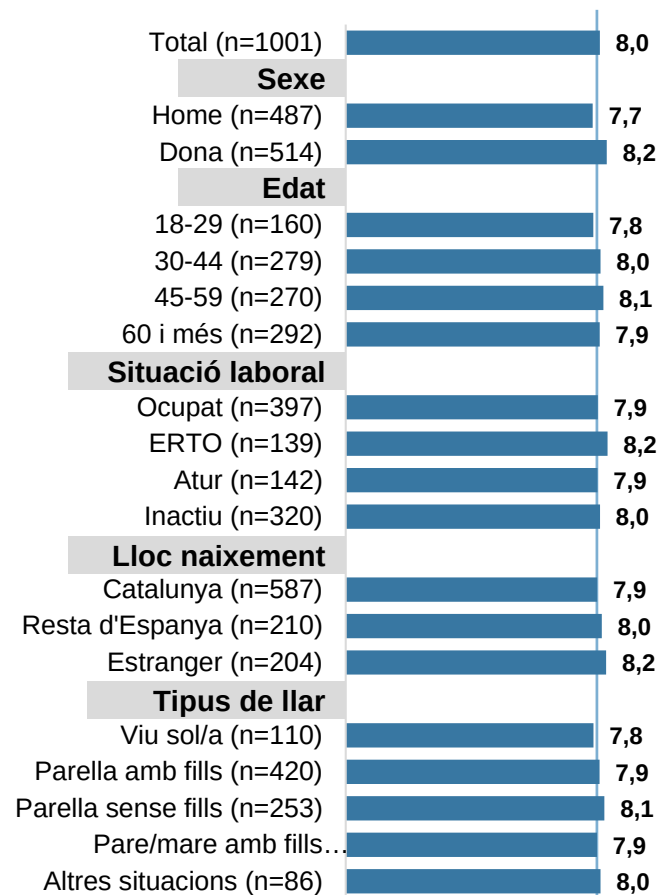
Tenen un bon coneixement del que significa consum responsable, que expressen amb diversitat de paraules

EN UNA ESCALA DE 0 A 10, ON 0 VOL DIR 'GENS RESPONSABLE' I 10 'MOLT RESPONSABLE', EN QUIN PUNT SITUARIA EL CONSUM QUE VOSTÈ FA?

Gens 1,5 **Una mica** 13,9 **Bastant** 48,2 **Molt** 34,8



Mitjana



PERÒ, QUÈ ÉS UN CONSUM RESPONSABLE

L'AGÈNCIA CATALANA DEL CONSUM DIU....

Racional

Sostenible

Solidari

De
proximitat

Compromès
amb l'equitat
de gènere

*Així, el consum responsable de béns i serveis es defineix com
a moderat, informat, reflexiu i conscient*

PERÒ, QUÈ ÉS UN CONSUM RESPONSABLE

ELS CIUTADANS DIUEN....



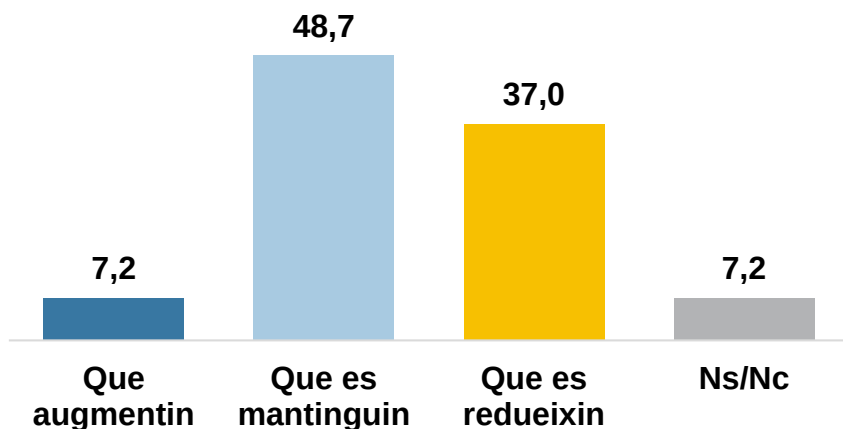


I després de la COVID-19

- **Més consciència de la necessitat d'un consum responsable**
- **Increment del consum d'alimentació fresca i productes d'higiene i de salut, que representa una gran oportunitat pel comerç de proximitat**
- **Alguns dels productes més venuts i associats a internet són els que més es preveu reduir-ne el consum, especialment els associats a l'oci.**

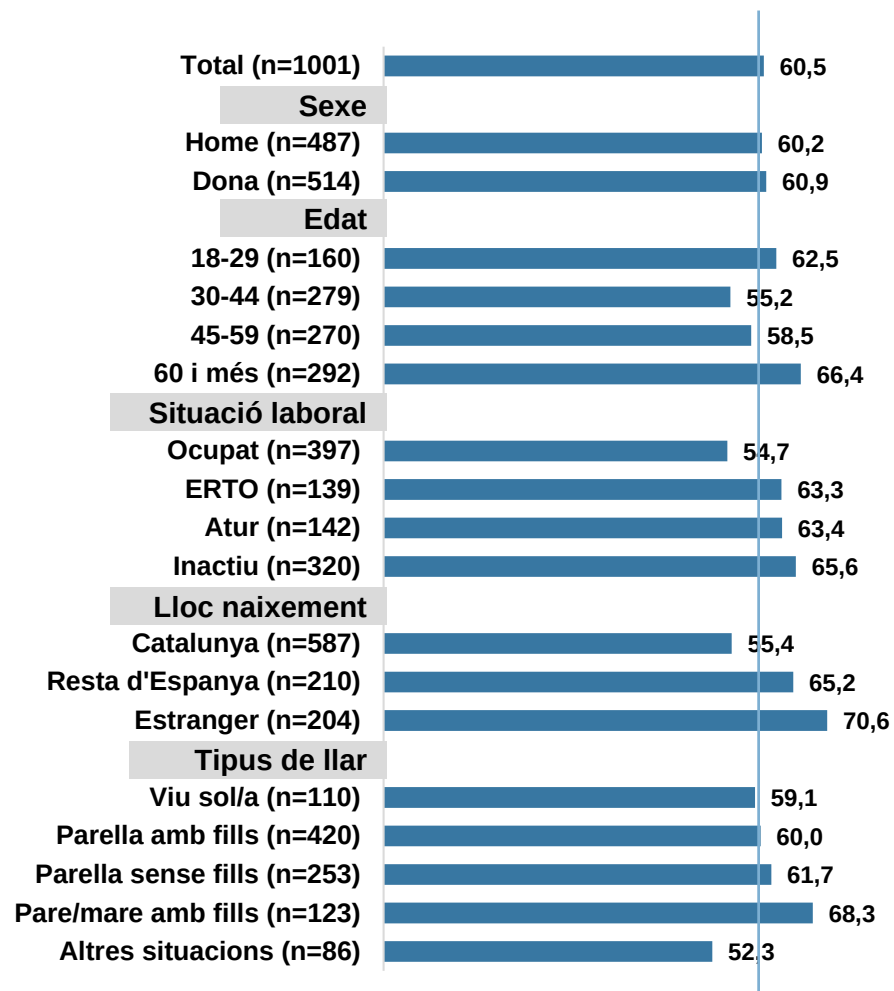
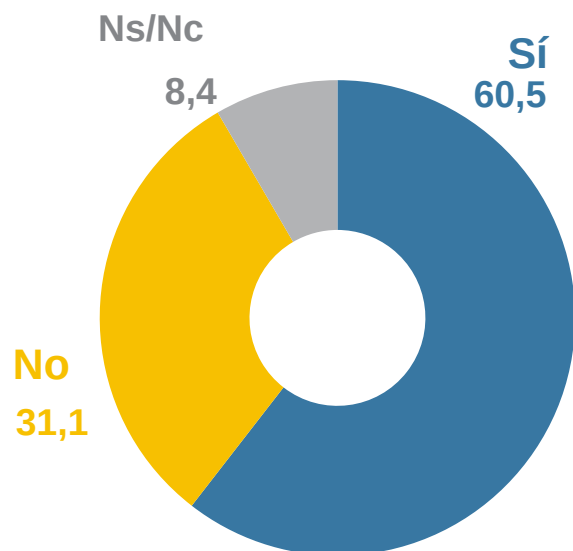
I, DESPRÉS DEL CONFINAMENT, QUÈ CREU QUE ÉS MÉS PROBLEMA QUE PASSI EN RELACIÓ ALS INGRESSOS DE LA SEVA LLAR?

Els col·lectius amb la **situació econòmica més desfavorable de cara al futur** són el qui han **soferit un EERTO o estan a l'atur**, els nascuts a l'estranger, els joves i les llars monomarentals/monoparentals.



Total (n=1001)	7,2	48,7	37,0	7,2
Sexe				
Home (n=487)	7,0	51,5	37,0	4,5
Dona (n=514)	7,4	45,9	37,0	9,8
Edat				
18-29 (n=160)	13,8	35,0	47,5	3,8
30-44 (n=279)	7,2	45,5	41,6	5,8
45-59 (n=270)	5,6	45,2	41,5	7,8
60 i més (n=292)	5,1	62,3	22,6	9,9
Situació laboral				
Ocupat (n=397)	7,1	50,1	39,3	3,5
EERTO (n=139)	3,6	36,0	52,5	7,9
Atur (n=142)	11,3	28,2	47,9	12,7
Inactiu (n=320)	7,2	61,9	22,8	8,2
Lloc naixement				
Catalunya (n=587)	7,8	52,5	33,2	6,5
Restat d'Espanya (n=210)	3,8	54,3	32,4	9,5
Estranger (n=204)	8,8	31,9	52,5	6,9
Tipus de llar				
Viu sol/a (n=110)	3,6	60,9	28,2	7,3
Parella amb fills (n=420)	8,1	45,5	39,3	7,2
Parella sense fills (n=253)	5,5	53,8	34,4	6,3
Pare/mare amb fills (n=123)	9,8	43,9	42,3	4,1
Altres situacions (n=86)	9,3	43,0	39,5	8,1

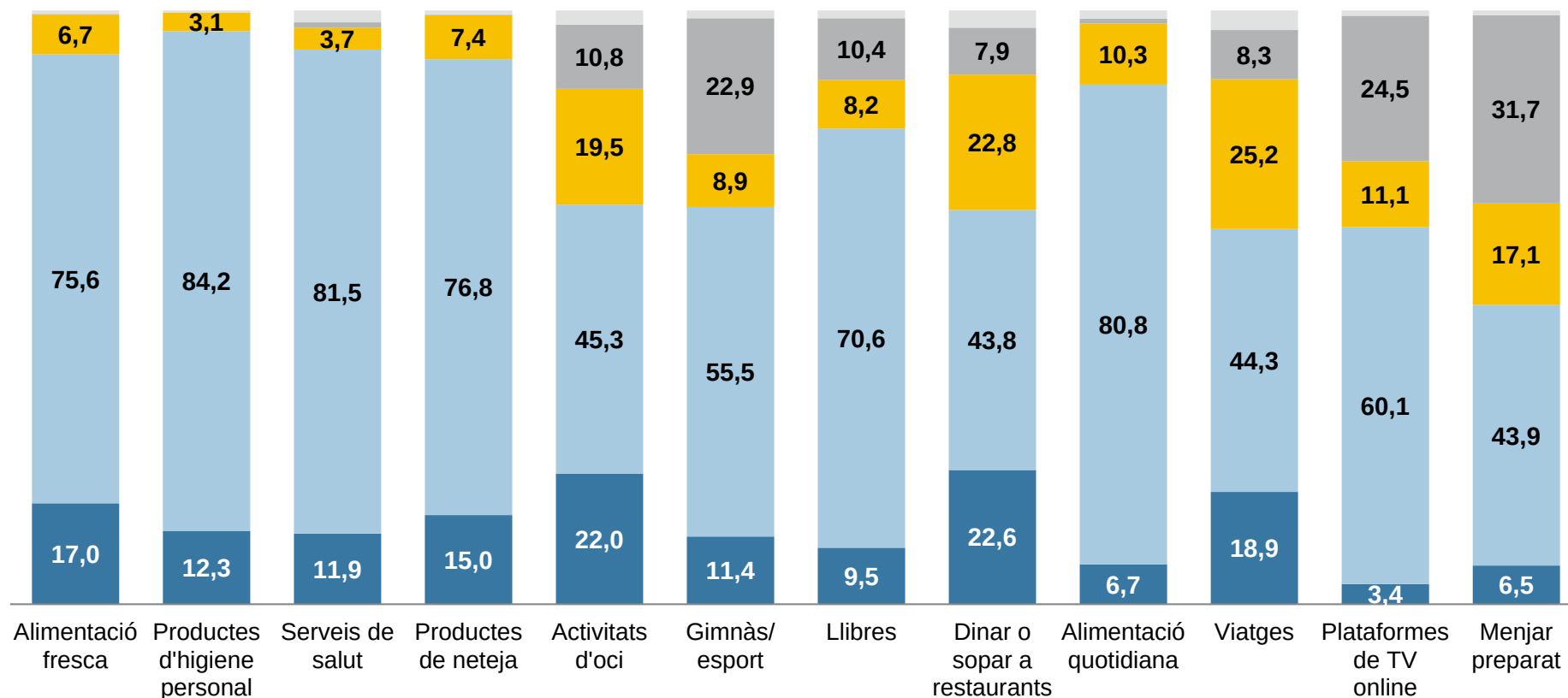
CREU QUE LA CRISI DE LA COVID19 AFAVORIRÀ UN CONSUM MÉS RESPONSABLE?



UN COP ACABI EL CONFINAMENT, DIGUI'M SI A CASA SEVA GASTARAN MÉS, IGUAL O MENYS QUE ABANS DEL CONFINAMENT EN ELS SEGÜENTS PRODUCTES

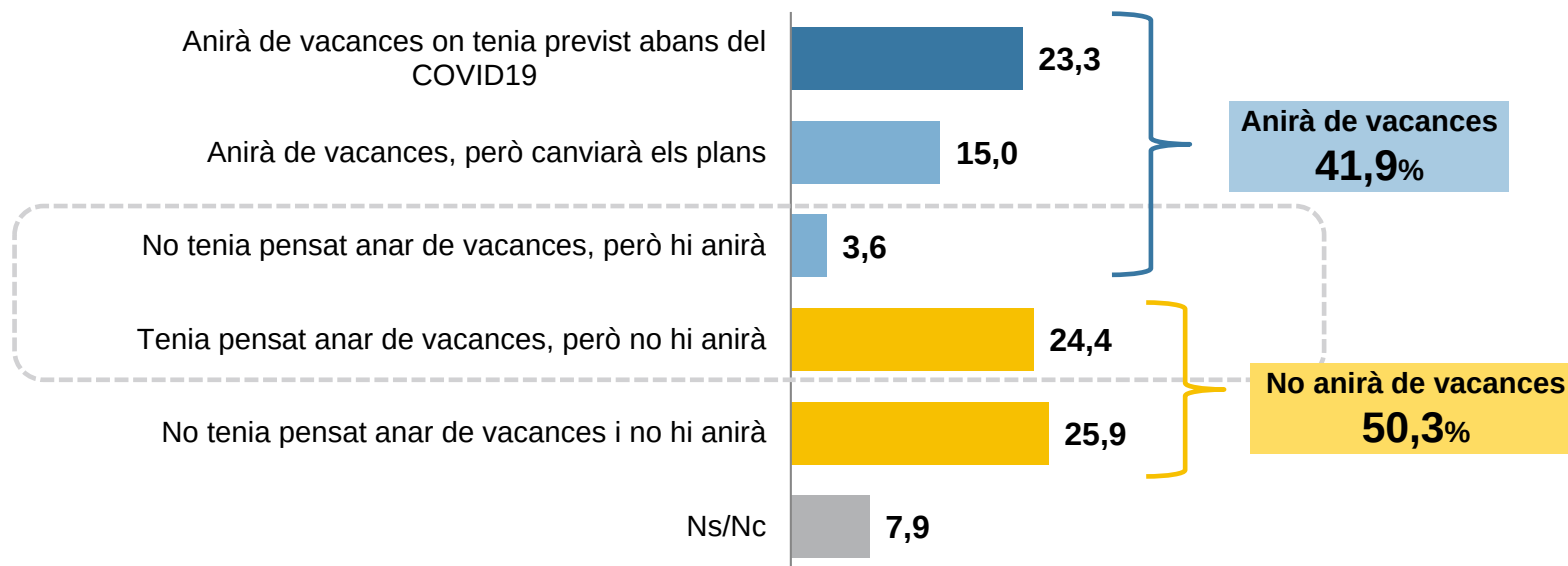
■ Més ■ Igual ■ Menys ■ No en consumia ni en consumirà ■ Ns/Nc

DIF*: 10,3 9,2 8,2 7,6 2,5 2,5 1,3 -0,2 -3,6 -6,3 -7,7 -10,6

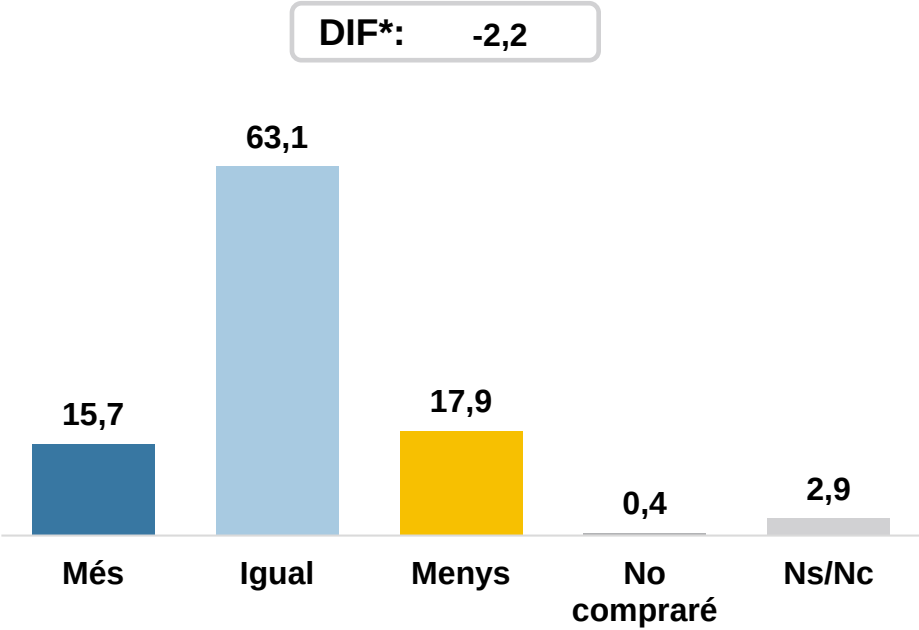


* DIF el diferencial indica la diferència entre els que gastaran més i els que gastaran menys.

I EN RELACIÓ AL PROPER ESTIU, ARA MATEIX CREU QUE...



DESPRÉS DEL CONFINAMENT, CREU QUE GASTARÀ MÉS, IGUAL O MENYS QUE ABANS DEL CONFINAMENT EN COMPRES PRESENCIALS?



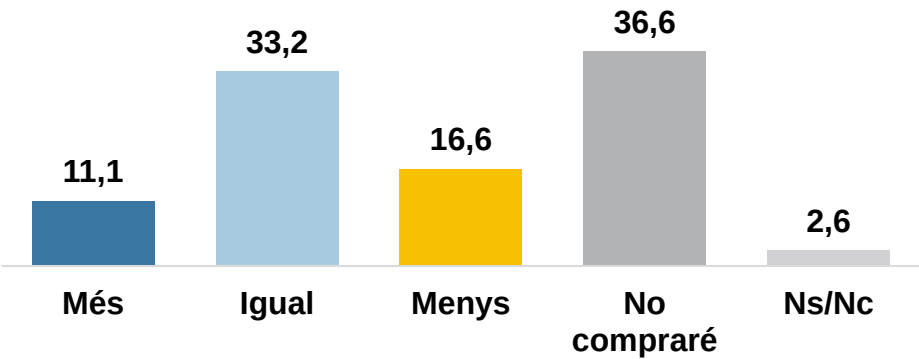
				DIF*
Total (n=1001)	15,7	63,1	17,9	-2,2
Sexe				
Home (n=487)	15,0	63,7	17,7	-2,7
Dona (n=514)	16,3	62,6	18,1	-1,8
Edat				
18-29 (n=160)	20,0	52,5	24,4	-4,4
30-44 (n=279)	16,1	57,0	22,6	-6,5
45-59 (n=270)	16,7	64,1	17,0	-0,3
60 i més (n=292)	12,0	74,0	10,6	1,4
Situació laboral				
Ocupat (n=397)	17,9	62,0	17,9	0,0
ERTO (n=139)	16,5	55,4	25,2	-8,7
Atur (n=142)	14,8	56,3	23,2	-8,4
Inactiu (n=320)	12,8	71,3	12,5	0,3
Lloc naixement				
Catalunya (n=587)	15,5	66,1	16,2	-0,7
Resta d'Espanya (n=210)	13,3	70,0	13,3	0,0
Estranger (n=204)	18,6	47,5	27,5	-8,9
Tipus de llar				
Viu sol/a (n=110)	15,5	66,4	16,4	-0,9
Parella amb fills (n=420)	16,0	61,7	19,3	-3,3
Parella sense fills (n=253)	14,2	69,2	13,0	1,2
Pare/mare amb fills (n=123)	15,4	57,7	22,8	-7,4
Altres situacions (n=86)	18,6	58,1	20,9	-2,3

* DIF: el diferencial indica la diferència entre els que gastaran més i els que gastaran menys.



DESPRÉS DEL CONFINAMENT, CREU QUE GASTARÀ
MÉS, IGUAL O MENYS QUE ABANS DEL CONFINAMENT
EN COMPRES PER INTERNET?

DIF*: -5,5



* DIF: el diferencial indica la diferència entre els que gastaran més i els que gastaran menys.

					DIF*
Total (n=1001)	11,1	33,2	16,6	36,6	-5,5
Sexe					
Home (n=487)	12,3	38,2	15,4	31,8	-3,1
Dona (n=514)	9,9	28,4	17,7	41,1	-7,8
Edat					
18-29 (n=160)	11,3	41,9	21,3	23,1	-10,0
30-44 (n=279)	16,8	35,8	20,8	24,7	-4,0
45-59 (n=270)	11,5	37,0	16,7	31,9	-5,2
60 i més (n=292)	5,1	22,3	9,9	59,6	-4,8
Situació laboral					
Ocupat (n=397)	16,4	35,5	19,6	26,4	-3,2
ERTO (n=139)	10,1	43,2	18,7	26,6	-8,6
Atur (n=142)	11,3	26,1	17,6	39,4	-6,3
Inactiu (n=320)	5,0	29,1	11,6	51,9	-6,6
Lloc naixement					
Catalunya (n=587)	11,6	38,7	15,7	31,7	-4,1
Resta d'Espanya (n=210)	5,7	23,3	11,9	56,2	-6,2
Estranger (n=204)	15,2	27,5	24,0	30,4	-8,8
Tipus de llar					
Viu sol/a (n=110)	9,1	18,2	16,4	53,6	-7,3
Parella amb fills (n=420)	12,1	37,6	21,2	26,4	-9,1
Parella sense fills (n=253)	7,9	28,9	10,3	49,8	-2,4
Pare/mare amb fills (n=123)	15,4	40,7	16,3	25,2	-0,9
Altres situacions (n=86)	11,6	34,9	14,0	38,4	-2,4

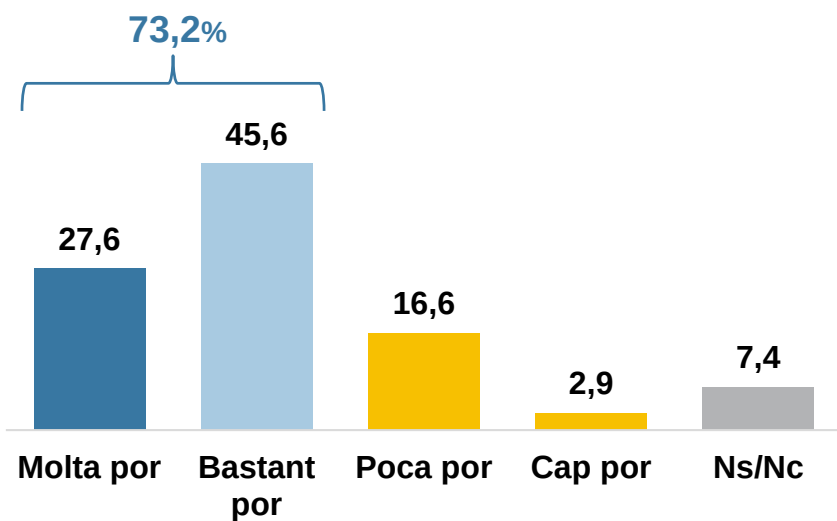


I el virus

En ple confinament, al voltant d'una quarta part creu que la gent continuarà tenint molta por al virus.

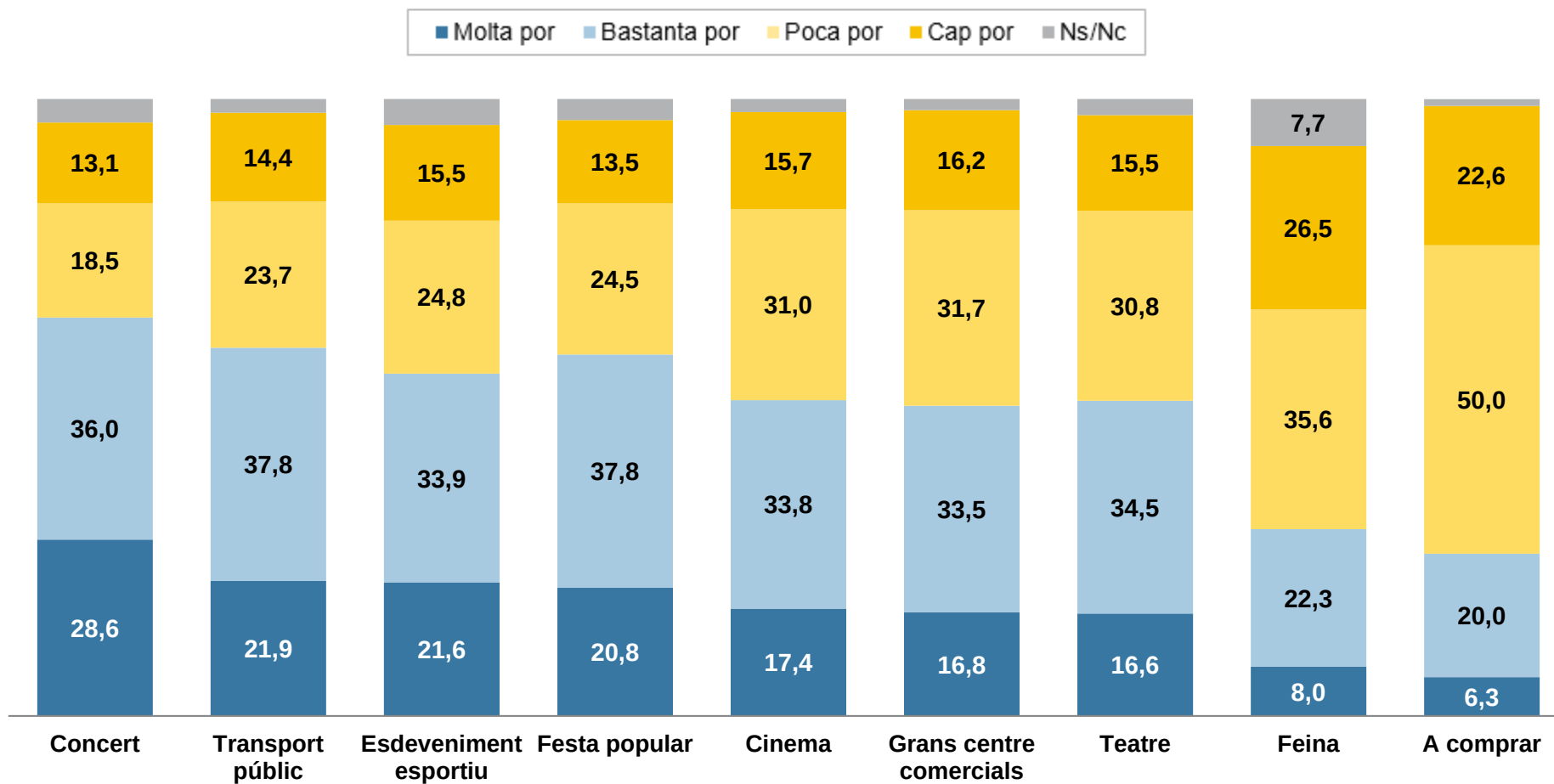
Les aglomeracions i els espais tancats són, en general, els que provoquen més por. Les activitats més quotidianes, com les compres i la feina són les que en produeixen menys.

UN COP ACABI EL CONFINAMENT, CREU QUE LA GENT TINDRÀ MOLTA, BASTANT, POCA O CAP POR A CONTAGIAR-SE EN ESPAIS O ESDEVENIMENTS ON HI HA MOLTA GENT?



Total (n=1001)	27,6	45,6	19,5	7,4
Sexe				
Home (n=487)	27,5	46,6	20,7	5,1
Dona (n=514)	27,6	44,6	18,3	9,5
Edat				
18-29 (n=160)	20,0	50,6	26,3	
30-44 (n=279)	32,6	43,0	19,4	5,0
45-59 (n=270)	30,4	44,1	17,8	7,8
60 i més (n=292)	24,3	46,6	17,5	11,6
Situació laboral				
Ocupat (n=397)	27,5	47,4	19,7	5,6
ERTO (n=139)	27,3	46,8	18,7	7,2
Atur (n=142)	34,5	36,6	21,1	7,7
Inactiu (n=320)	24,4	46,9	19,1	9,7
Nivell d'estudis				
Baix (n=295)	27,5	39,7	24,1	8,8
Mitjà (n=416)	30,0	44,0	19,0	6,9
Alt (n=290)	24,1	53,8	15,5	6,6
Lloc naixement				
Catalunya (n=587)	23,9	48,7	20,0	7,5
Resta d'Espanya (n=210)	27,6	42,4	19,6	10,5
Estranger (n=204)	38,2	39,7	18,2	

**MÉS CONCRETAMENT, EN CAS QUE HI HAGUÉS D'ANAR, CREU QUE A VOSTÈ LI
FARIA MOLTA, BASTANTA, POCA O CAP POR CONTAGIAR-SE A...**





CONCLUSIONS

- 
- **La majoria de catalans ha sofert algun tipus d'afectació en compres o pagaments** que havia fet abans de la COVID-19 (el 53,3%, més de tres milions de persones) o en despeses que pensava fer a curt termini (31,1%, gairebé dos milions de persones).
 - **El comerç de proximitat s'ha reforçat durant els mesos de confinament** per la COVID-19 i ha obert una oportunitat per aquest sector, que ha de ser capaç de combinar les oportunitats que li ofereix la tecnologia per continuar oferint un producte personalitzat i de confiança.
 - **Gairebé un 5% de catalans ha comprat per primera vegada a internet** i, tot i que aquest canal ha incrementat vendes en productes i serveis de tipologia molt diversa, ha retrocedit en el sector dels viatges, un dels més forts en aquest canal.
 - **Els ciutadans es mostren esperançats que aquesta crisi servirà per aconseguir un consum més responsable**, és a dir, més racional, equilibrat, sostenible, solidari i de proximitat. Aquesta és una de les dues línies de treball principal de l'ACC, juntament amb la defensa del consumidor davant dels abusos que es puguin produir.
 - Les **conseqüències econòmiques de la COVID-19**, que afectaran moltes famílies, més els **canvis d'hàbits** promoguts pels mesos de confinament (p.e. teletreball) i un **nou context de “postcrisi sanitària”** obren nous reptes i noves oportunitats en les quals el comerç de proximitat apareix ben posicionat.



Gabinet d'Estudis Socials i Opinió Pública, S.L.
c/ Provença 385-387 entresol 1a 08025 Barcelona
Tel. 93 300 07 42
www.gesop.net
www.twitter.com/_GESOP