

HÁBITOS DE CONSUMO



GENERALITAT
VALENCIANA

CONSELLERIA D'INDUSTRIA,
COMERÇ I INNOVACIÓ

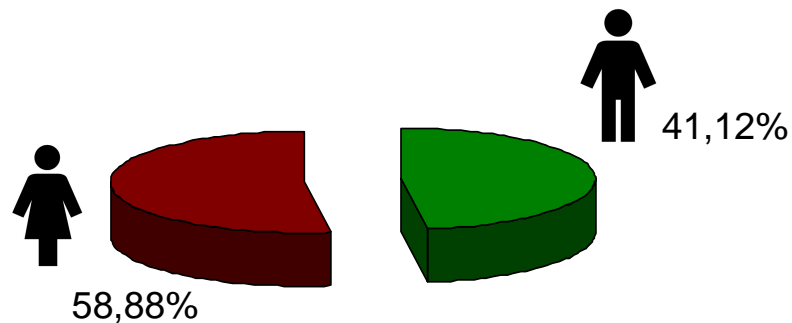
DIRECCIÓ GENERAL DE COMERÇ I CONSUM

1978 - 2008
30
aniversari

 **VACU**
asociación valenciana
de consumidores
y usuarios

FICHA TÉCNICA

- AMBITO GEOGRAFICO: **COMUNIDAD VALENCIANA**
- ENCUESTADOS: **554 CONSUMIDORES**

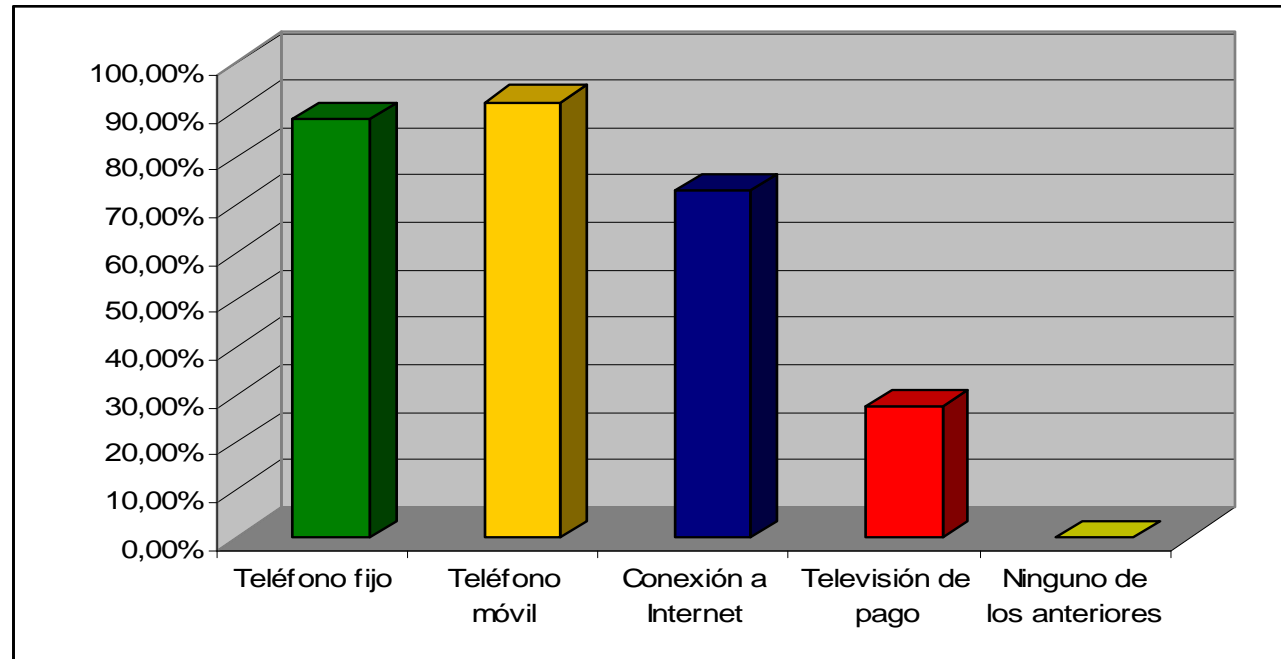


De 18 a 30 años	25,44%
De 31 a 45 años	47,34%
De 46 a 65 años	22,78%
Mas de 65 años	4,44%

- EL **55%** TIENEN ESTUDIOS UNIVERSITARIOS
- CASI EL **70%** SON TRABAJADORES EN ACTIVO
- CASI EL **80%** VIVE EN CASA PROPIA

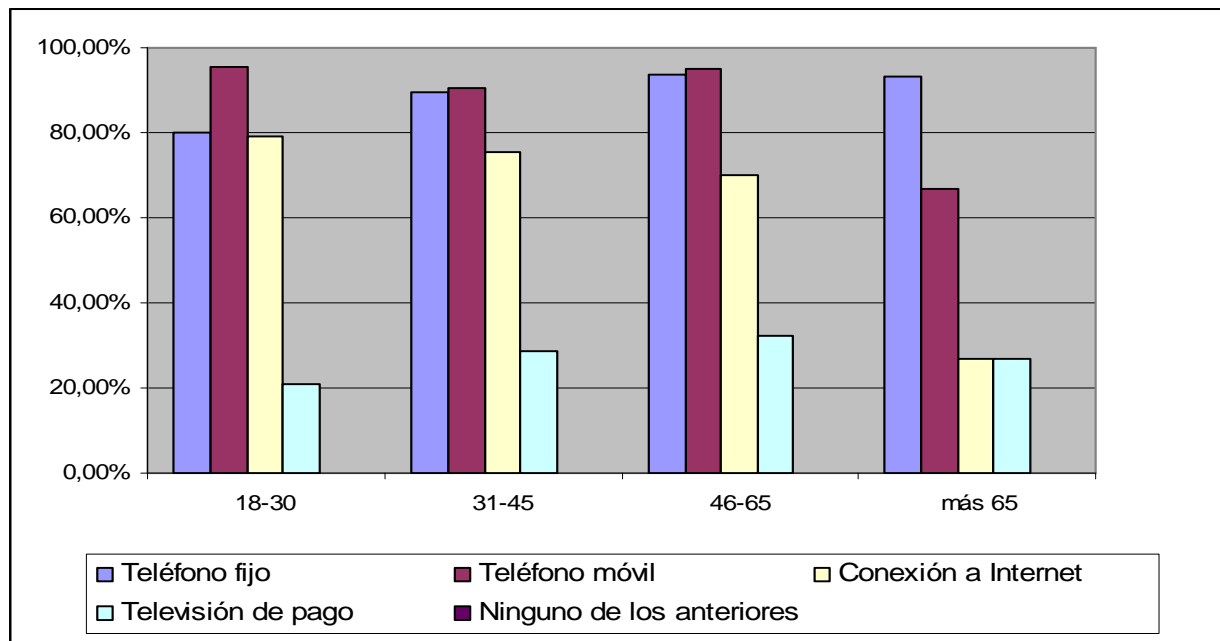


· **En casa tiene ...**



Teléfono fijo	88,15%
Teléfono móvil	91,71%
Conexión a Internet	73,06%
Televisión de pago	27,51%
Ninguno de los anteriores	0%



→ *Por edades*

	18-30	31-45	46-65	más 65
Teléfono fijo	80,22%	89,37%	93,49%	93,33%
Teléfono móvil	95,35%	90,63%	94,80%	66,66%
Conexión a Internet	79,06%	75,61%	70,13%	26,66%
Televisión de pago	20,91%	28,75%	32,46%	26,66%
Ninguno de los anteriores	0%	0%	0%	0%



· **¿A qué le da más importancia a la hora de comprar un producto?**

- El **60,24%** de los consumidores pone la **CALIDAD** como primera opción frente al **25,58%** que prioriza el **PRECIO**.

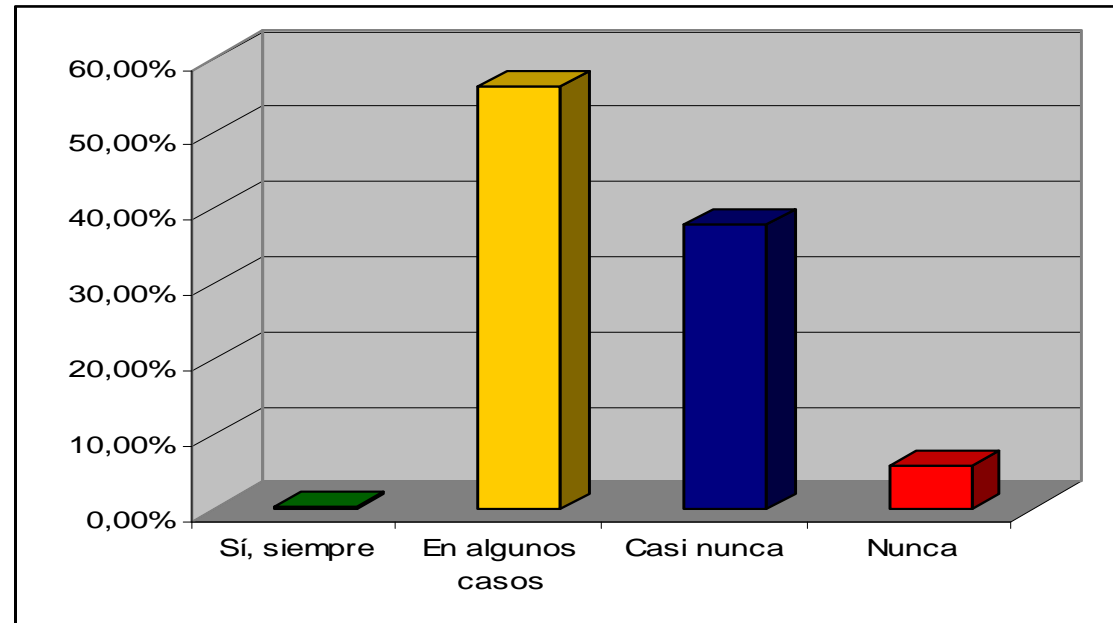
- En 2001 el **PRECIO** era priorizado por un **15,6%** de los encuestados.

Aunque la calidad sigue siendo el factor más valorado, el precio cada vez está tomando más importancia

- 1. CALIDAD**
- 2. PRECIO**
- 3. MARCA**
- 4. IMAGEN**
- 5. PUBLICIDAD**



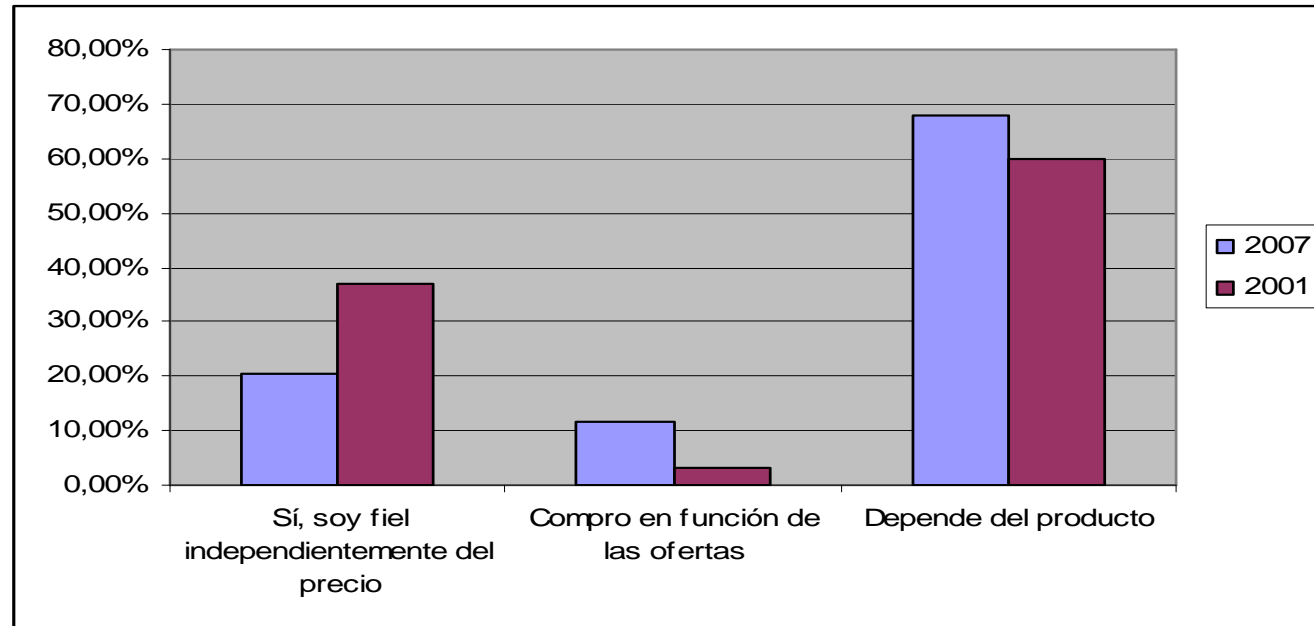
· **¿Piensa que la publicidad de los productos se ajusta a la realidad de los mismos?**



	2007	2001
Sí, siempre	0,30%	2,2%
En algunos casos	56,25%	64,5%
Casi nunca	37,80%	24,7%
Nunca	5,65%	7,5%



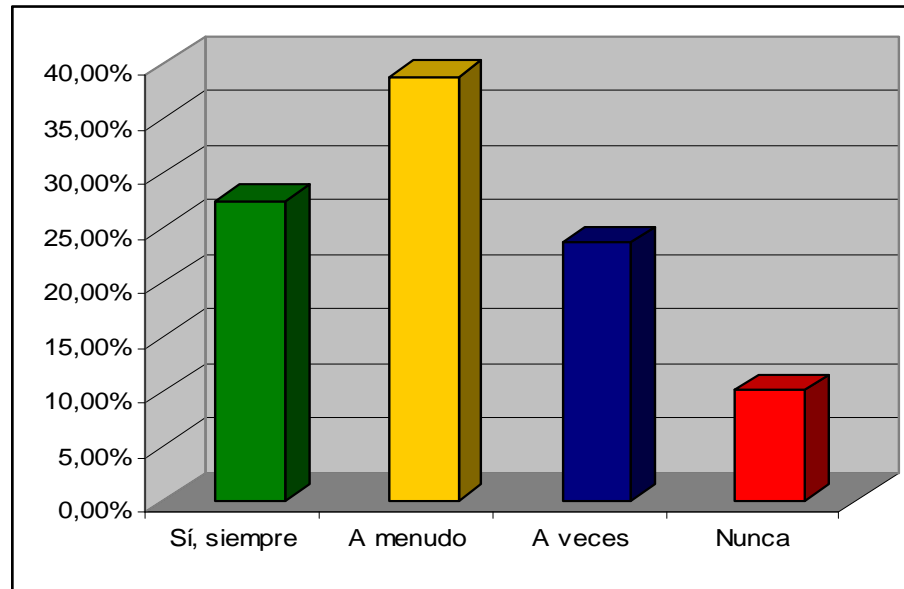
· ¿Es usted fiel a las marcas de los productos que consume regularmente?



	2007	2001	
Sí, soy fiel independientemente del precio	20,60%	37,10%	▼
Compro en función de las ofertas	11,64%	3,20%	▲
Depende del producto	67,76%	59,70%	▲



· **¿Suele hacer uso de las tarjetas bancarias para realizar sus compras?**



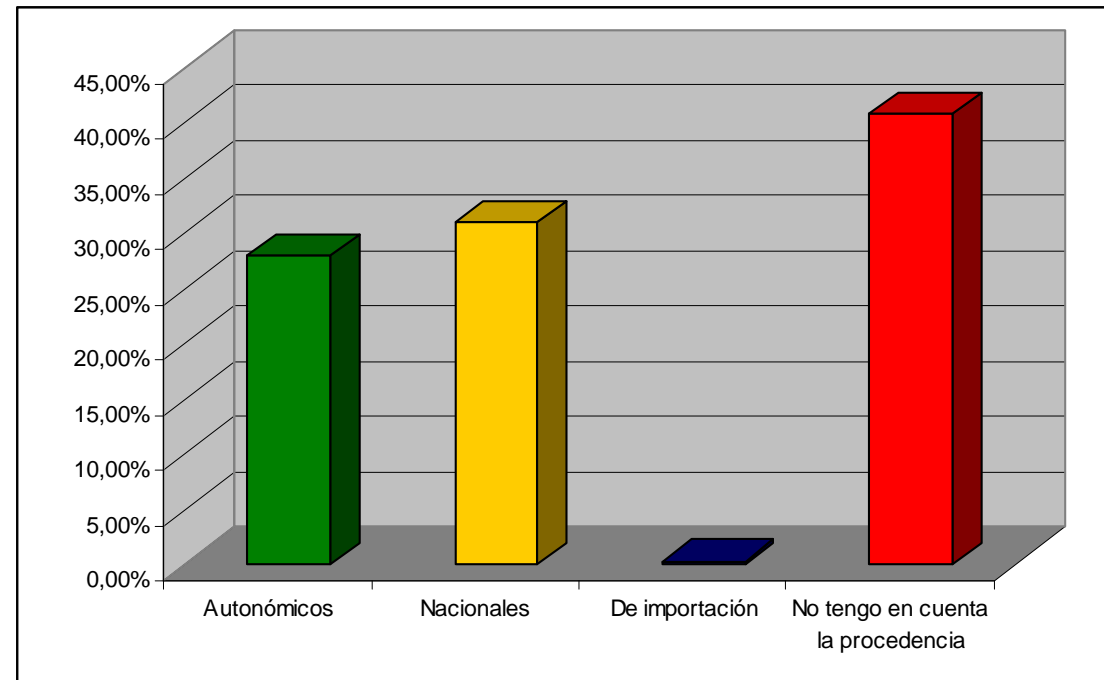
Sí, siempre	27,46%
A menudo	38,81%
A veces	23,58%
Nunca	10,15%

Datos de 2001

Tarjeta de crédito	28,5%
Tarjeta de débito	10,2%
Tarjeta de establecimiento comercial	13,4%
Efectivo	63,4%



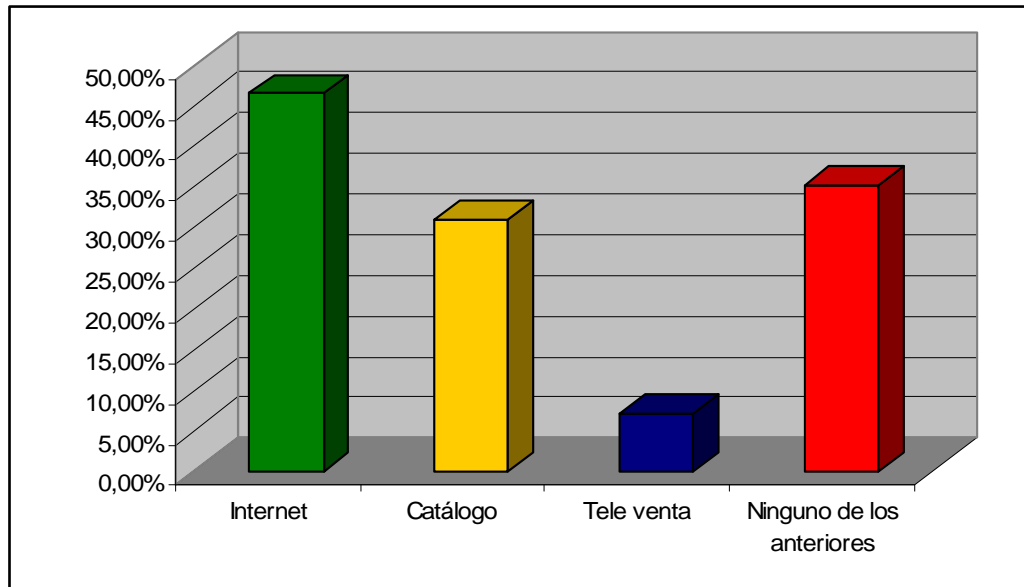
· Ante igualdad de precio, se decanta usted por productos ...



	2007	2005*
Autónómicos	27,93%	33,85%
Nacionales	30,93%	33,08%
De importación	0,30%	0%
No tengo en cuenta la procedencia	40,84%	33,08%

* Estudio sobre la Calidad y Seguridad de los Productos

· Ha comprado alguna vez por ...



Internet	46,45 %
Catálogo	31,06 %
Tele venta	7,1 %
Ninguno de los anteriores	35,2 %

Observamos un aumento en el **uso de Internet** por parte de los hombres, un 56,84% frente al 39,2% de las mujeres.

En la **venta por catálogo** son las mujeres las que realizan un mayor uso (37,68% frente a 21,58% de los hombres)

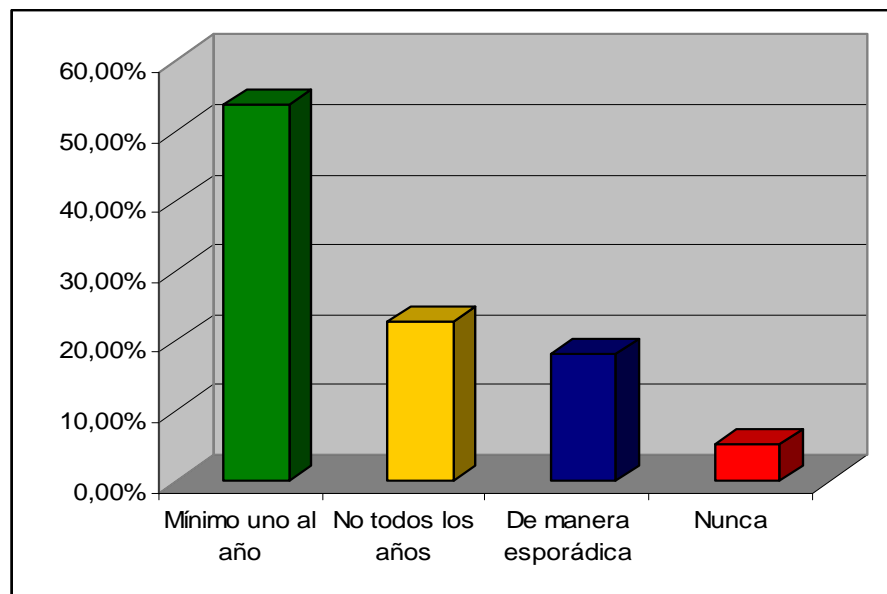
→ Por edades:

	18-30	31-45	46-65	más 65
Internet	52,32%	48,75%	42,85%	6,64%
Catálogo	29,06%	35,62%	23,37%	33,33%
Tele venta	5,80%	6,87%	10,38%	0%
Ninguno de los anteriores	32,55%	28,75%	44,15%	73,33%



· **¿En vacaciones realiza algún viaje?**

Mínimo uno al año	53,71%
No todos los años	22,85%
De manera esporádica	18,10%
Nunca	5,34%



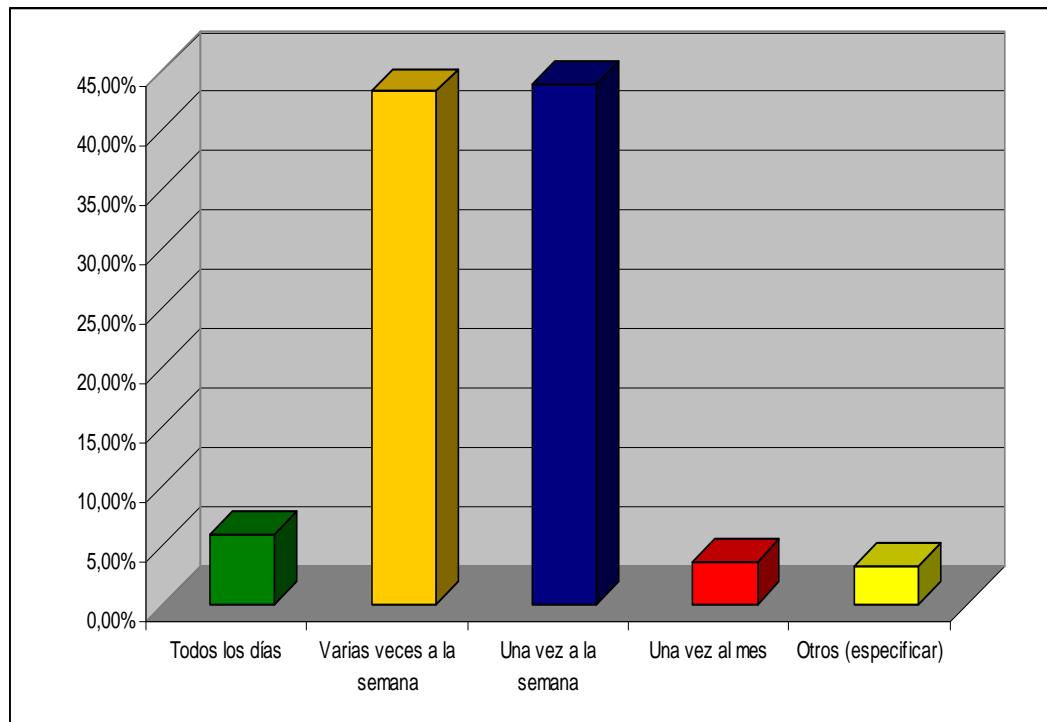
· **Para desplazamientos cortos o urbanos, suele hacer uso de ...**

	18-30	31-45	46-65	más 65
Vehículo propio	58,13%	64,37%	55,84%	26,67%
Transporte público	55,82%	43,75%	45,45%	86,67%
Bicicleta	8,13%	4,99%	3,89%	0%
A pie	40,69%	40,62%	48,05%	46,67%



HABITOS DE CONSUMO EN ALIMENTACIÓN

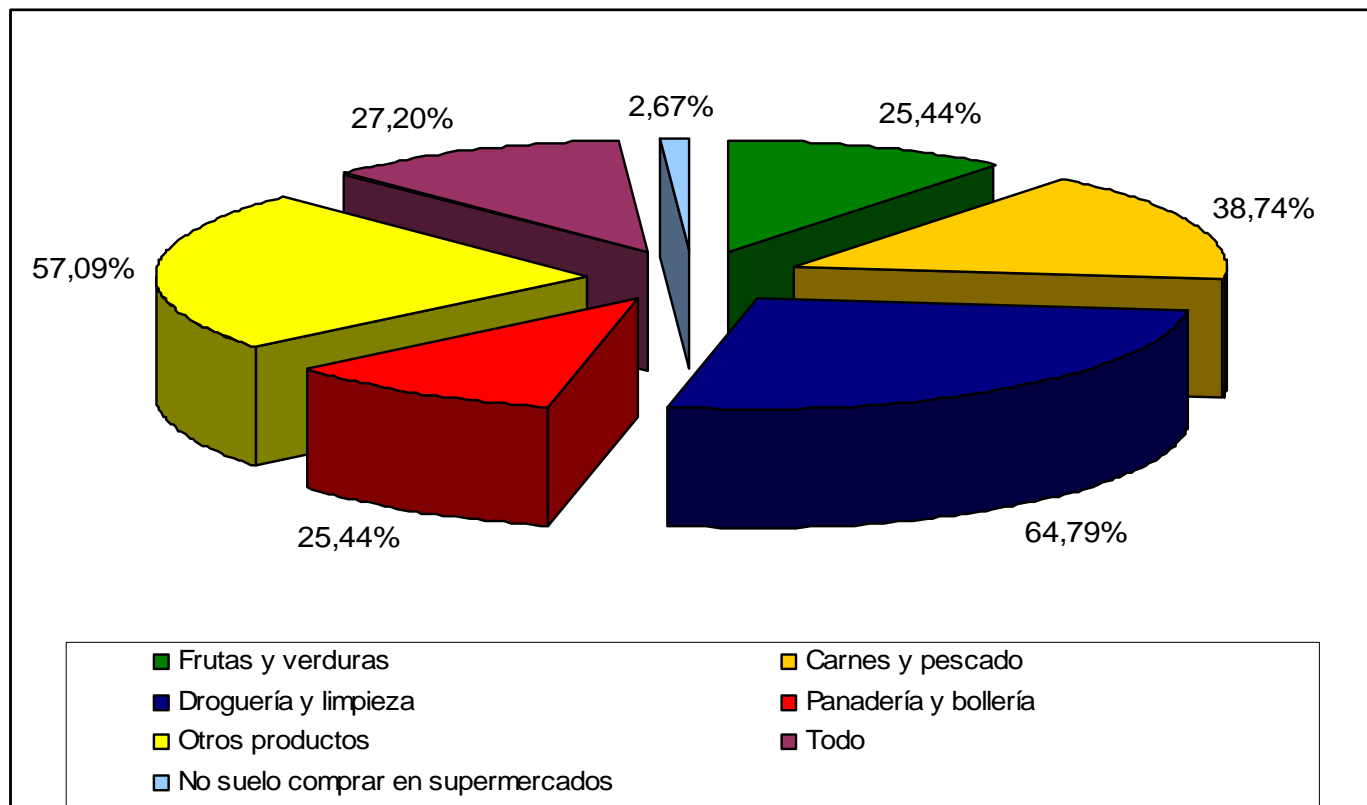
· *¿Con qué frecuencia realiza sus compras de alimentación?*



Todos los días	5,93%
Varias veces a la semana	43,32%
Una vez a la semana	43,92%
Una vez al mes	3,56%
Otros (especificar)	3,26%



· SUPERMERCADOS

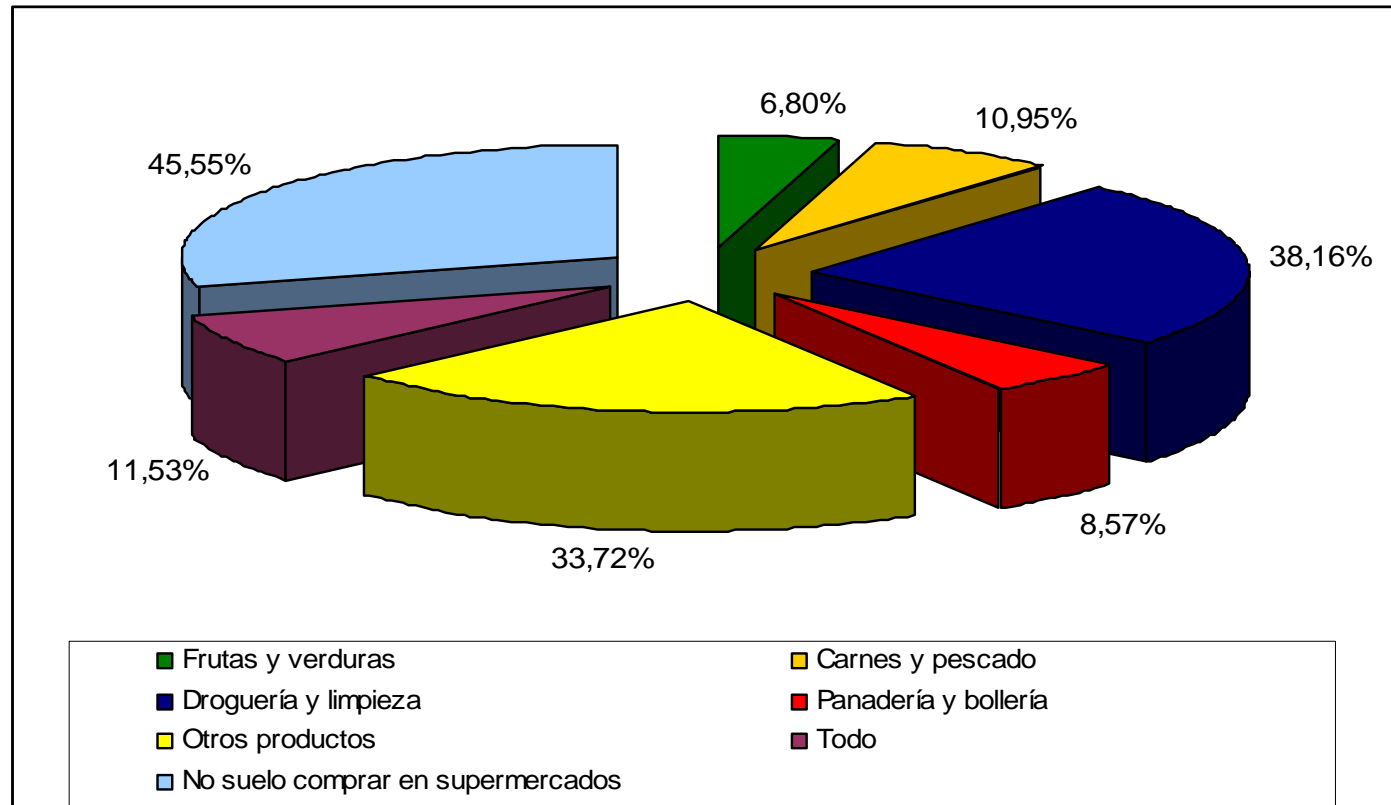


Forma de pago habitual:

En efectivo	35,67%
Con tarjeta bancaria	53,35%
Con tarjeta de establecimiento comercial	10,98%



· **HIPERMERCADOS**

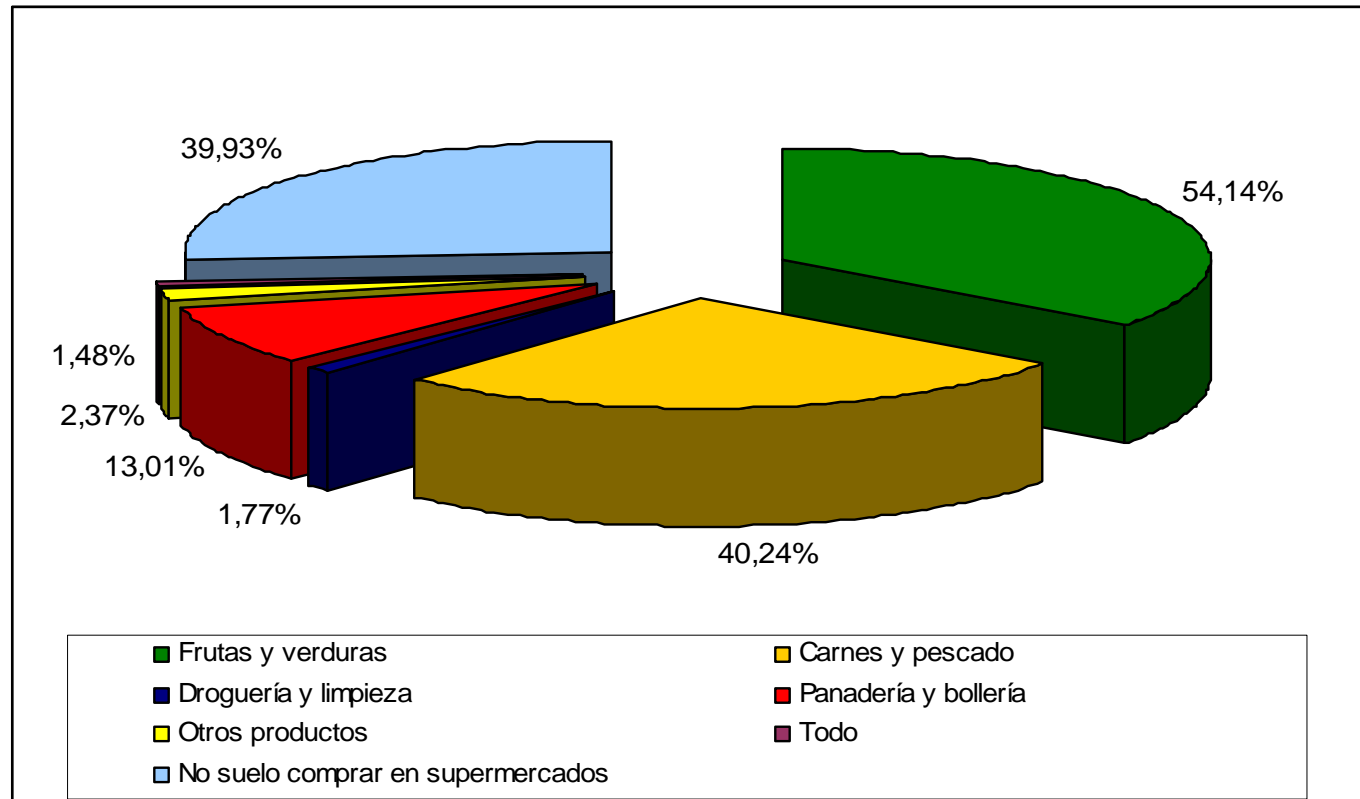


Forma de pago habitual:

En efectivo	31,55%
Con tarjeta bancaria	60,68%
Con tarjeta de establecimiento comercial	7,77%



· **MERCADOS MUNICIPALES**

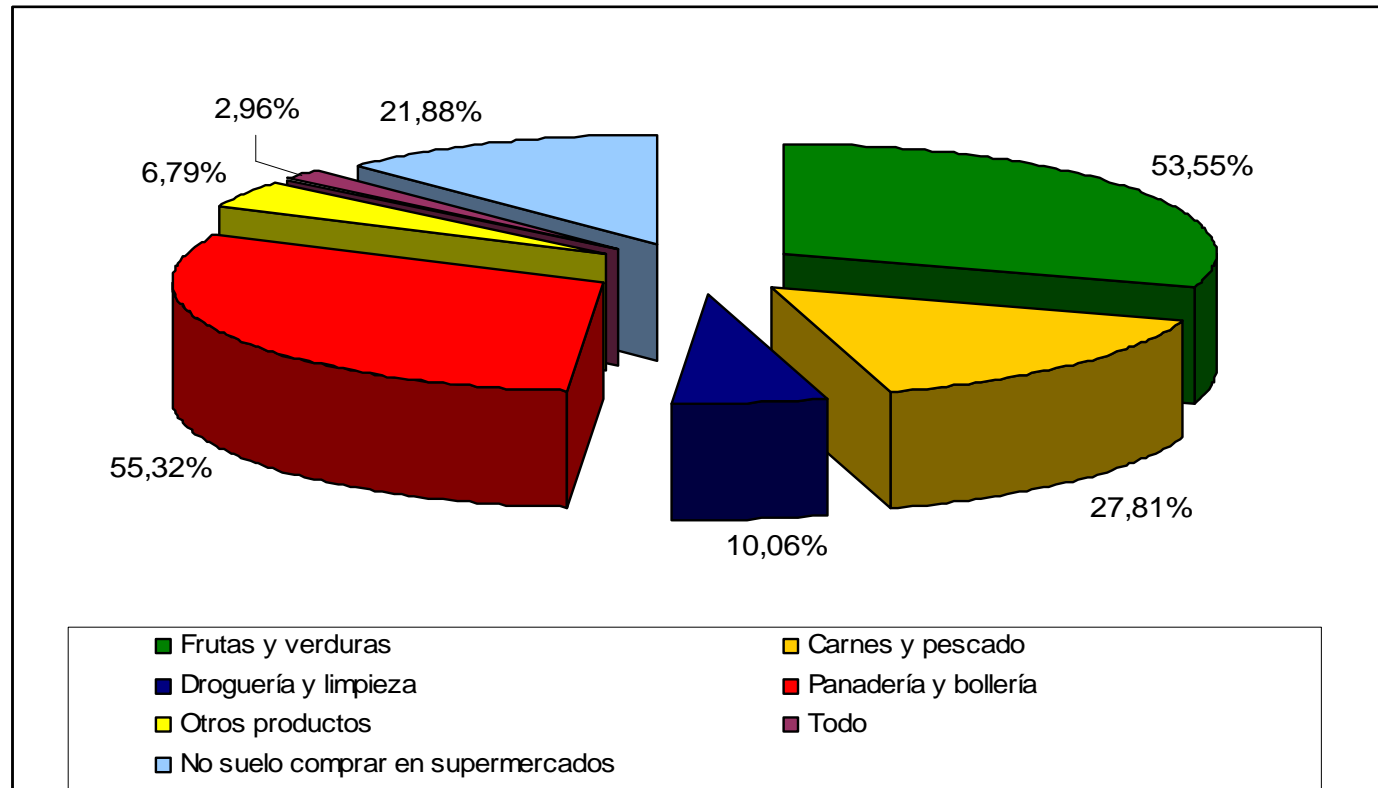


Forma de pago habitual:

En efectivo	98,58%
Con tarjeta bancaria	1,42%
Con tarjeta de establecimiento comercial	0%



· **TIENDAS DE BARRIO**



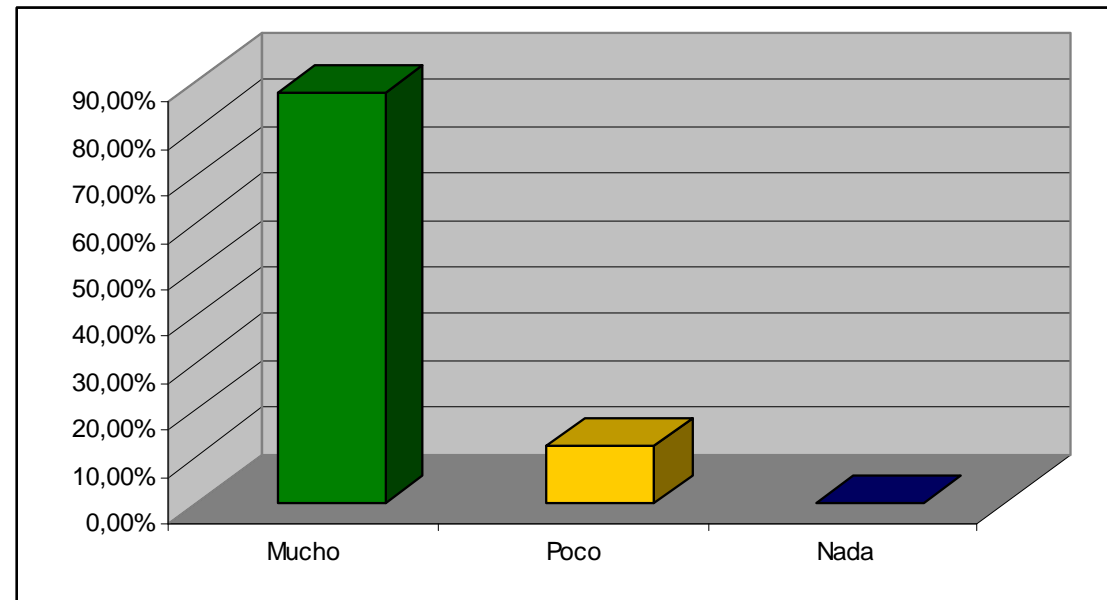
Forma de pago habitual:

En efectivo	97,14%
Con tarjeta bancaria	2,86%
Con tarjeta de establecimiento comercial	0%



· ¿Se preocupa por la seguridad y calidad de los productos que consume?

Mucho	87,76%
Poco	12,24%
Nada	0%



→ A partir de los 45 años se muestra una mayor preocupación por la seguridad y calidad de los productos, porcentaje que desciende en los sectores más jóvenes de la sociedad

En 2001, un 75,8% se preocupaba mucho y un 23,7% poco por la calidad y seguridad de los productos



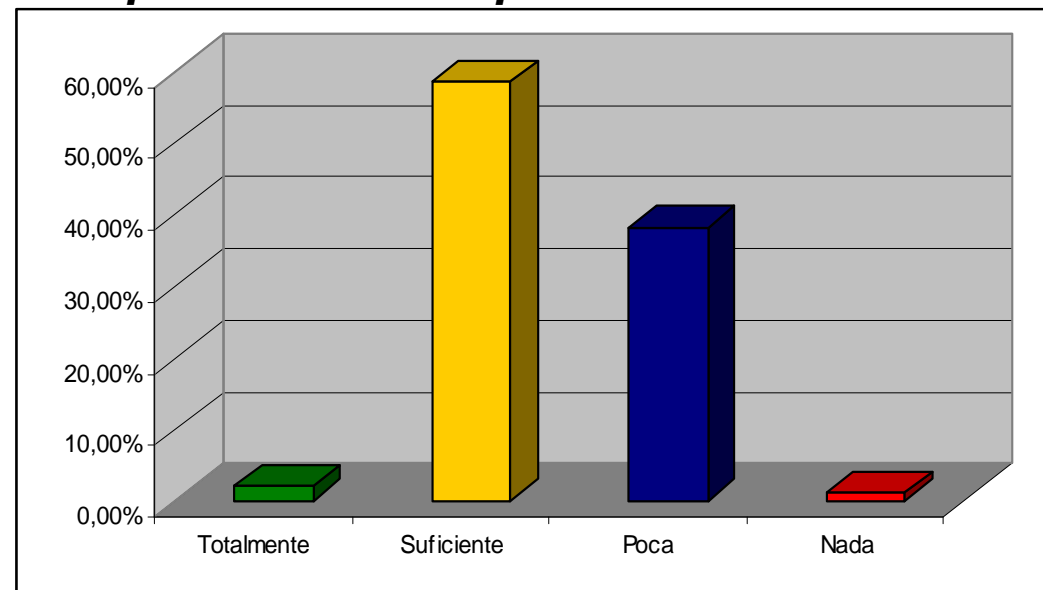
· ¿Se fija en el etiquetado del producto que compra?

El 58,68% de la población encuestada afirma fijarse siempre en el etiquetado del producto y tan sólo un 2,40% no lo hace nunca.

Más del 85% afirma darle mucha importancia al etiquetado que ofrecen los productos

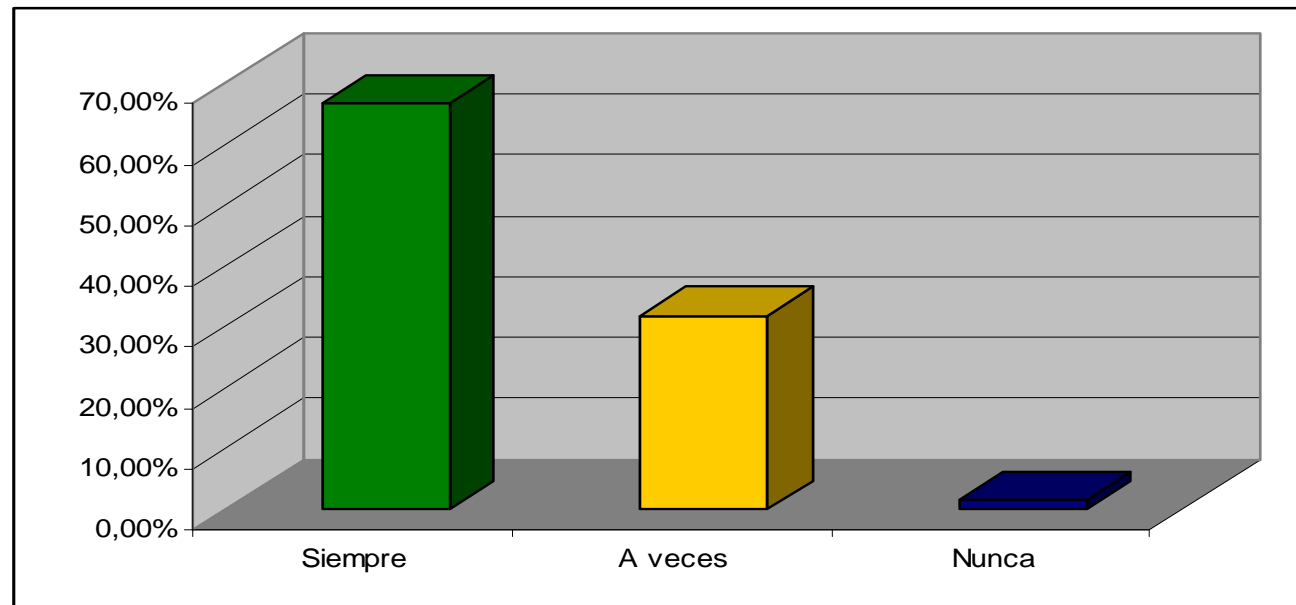
· ¿Cree que los productos disponen en su etiquetado de suficiente información?

	2007	2001
Totalmente	2,09%	3,3%
Suficiente	58,51%	43,5%
Poca	38,21%	50,5%
Nada	1,19%	2,7%



HÁBITOS DE CONSUMO EN OTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

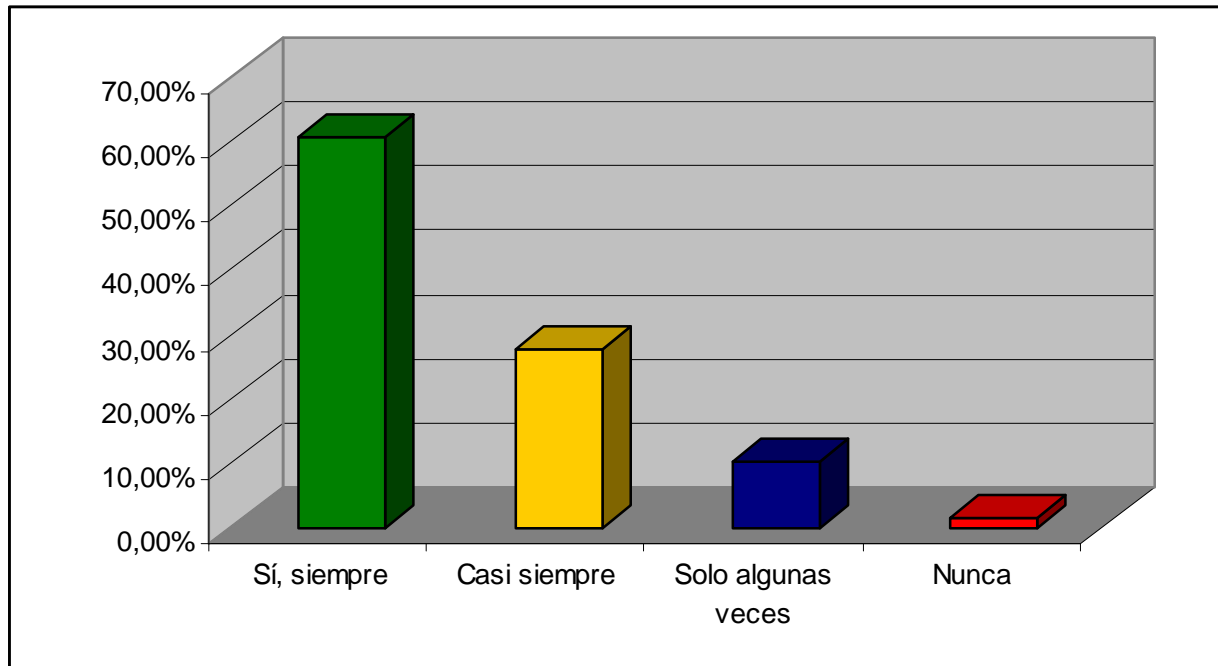
- *¿Tiene por costumbre leer detenidamente cualquier documento o contrato antes de firmarlo?*



Siempre	66,77%
A veces	31,74%
Nunca	1,50%



· **¿Exige el ticket en todas sus compras?**

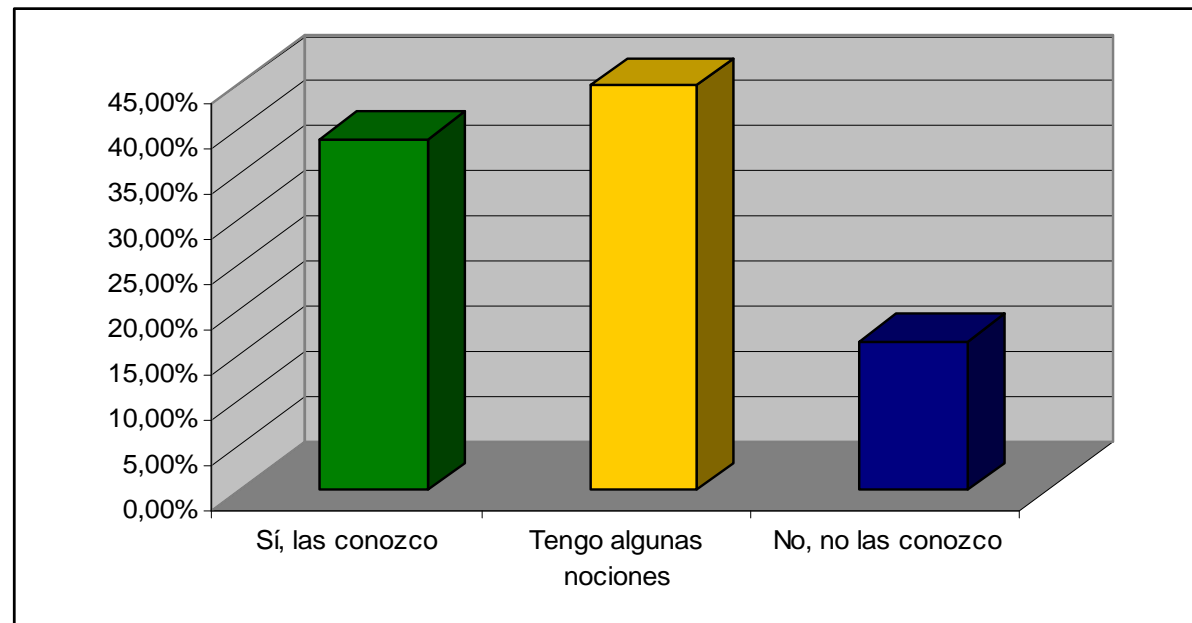


Sí, siempre	60,42%
Casi siempre	27,68%
Solo algunas veces	10,42%
Nunca	1,49%



PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR

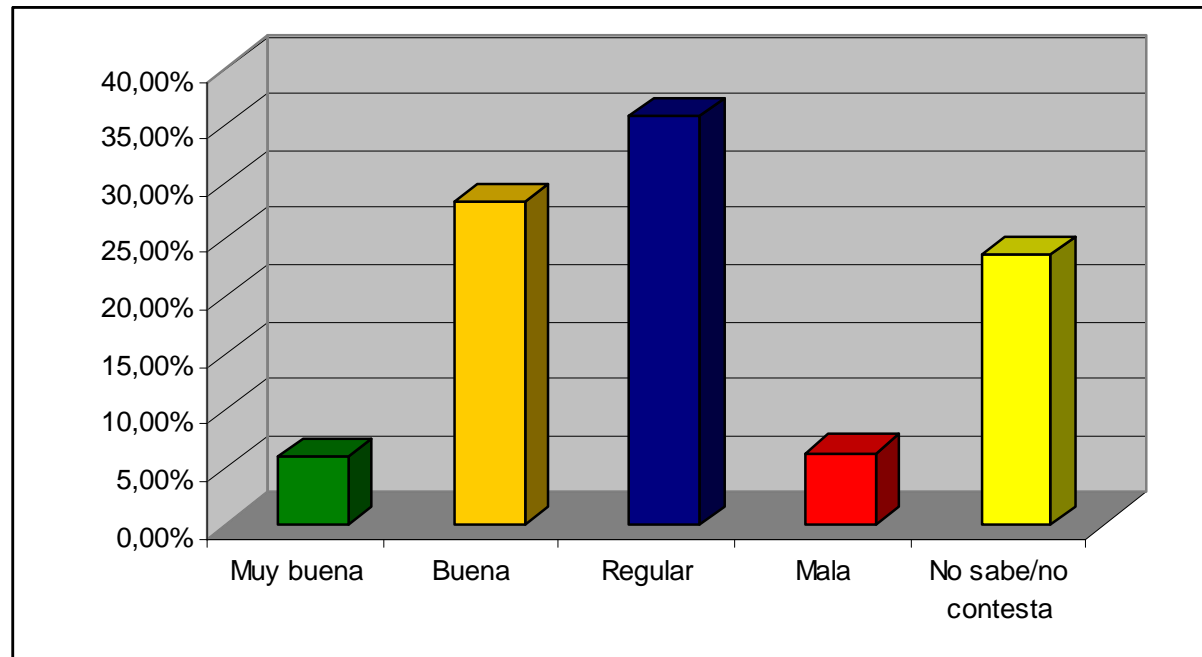
· ¿Conoce usted las vías de reclamación a las que como consumidor tiene derecho?



Sí, las conozco	38,81%
Tengo algunas nociones	44,78%
No, no las conozco	16,42%

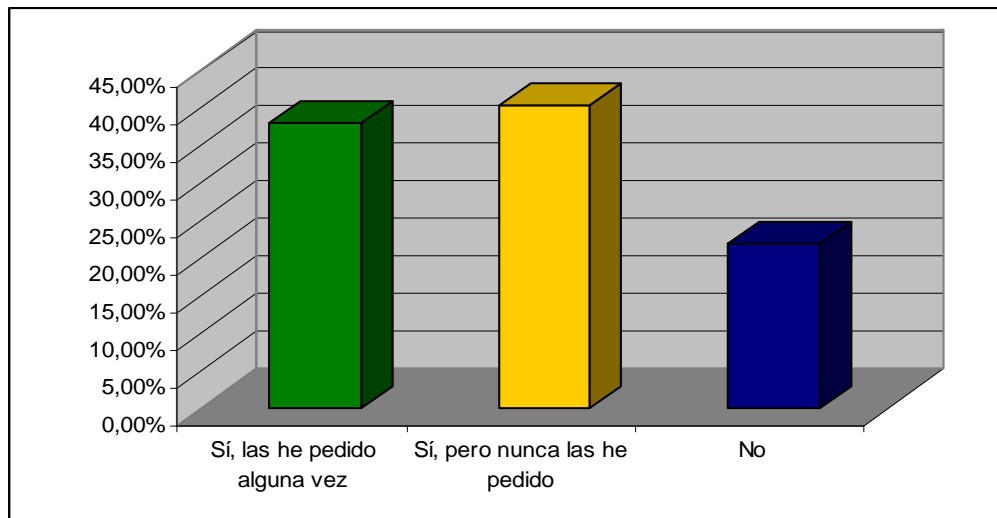


· **¿Cómo valora la eficacia de las vías de reclamaciones?**



Muy buena	6,01%
Buena	28,23%
Regular	35,74%
Mala	6,31%
No sabe/no contesta	23,72%

· **¿Sabe como funcionan las hojas de reclamaciones?**



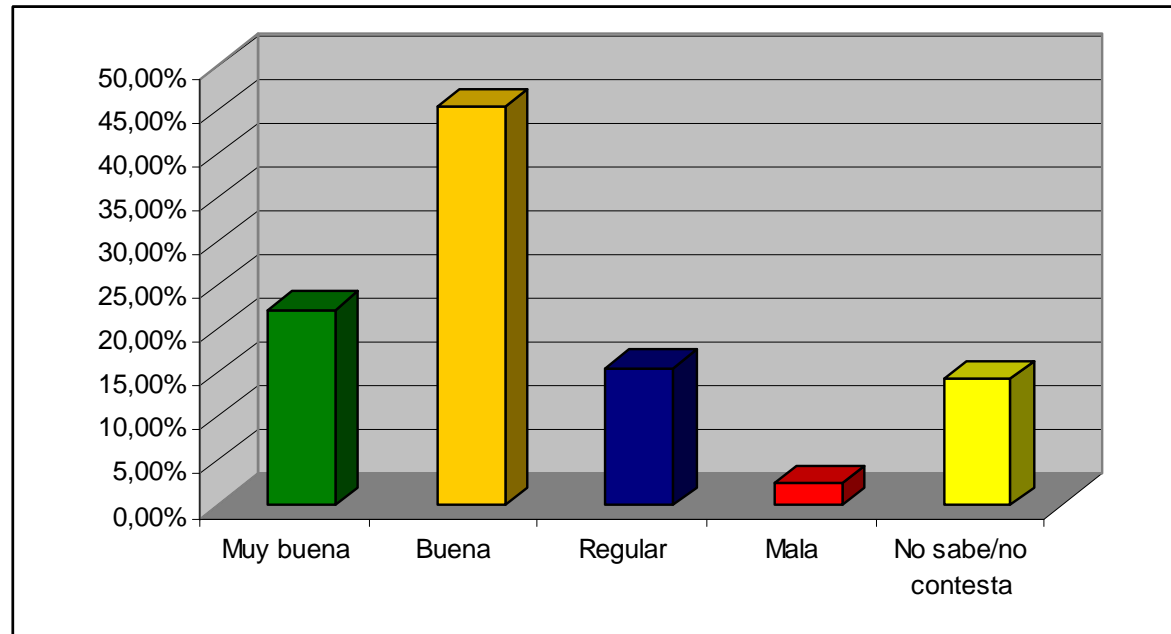
Sí, las he pedido alguna vez	37,84%
Sí, pero nunca las he pedido	40,24%
No	21,92%

→ **Por edades**

	18-30	31-45	46-65	más 65
Sí, las he pedido alguna vez	39,53%	33,76%	48%	20%
Sí, pero nunca las he pedido	38,37%	46,50%	36%	6,67%
No	22,09%	19,75%	16%	73,33%



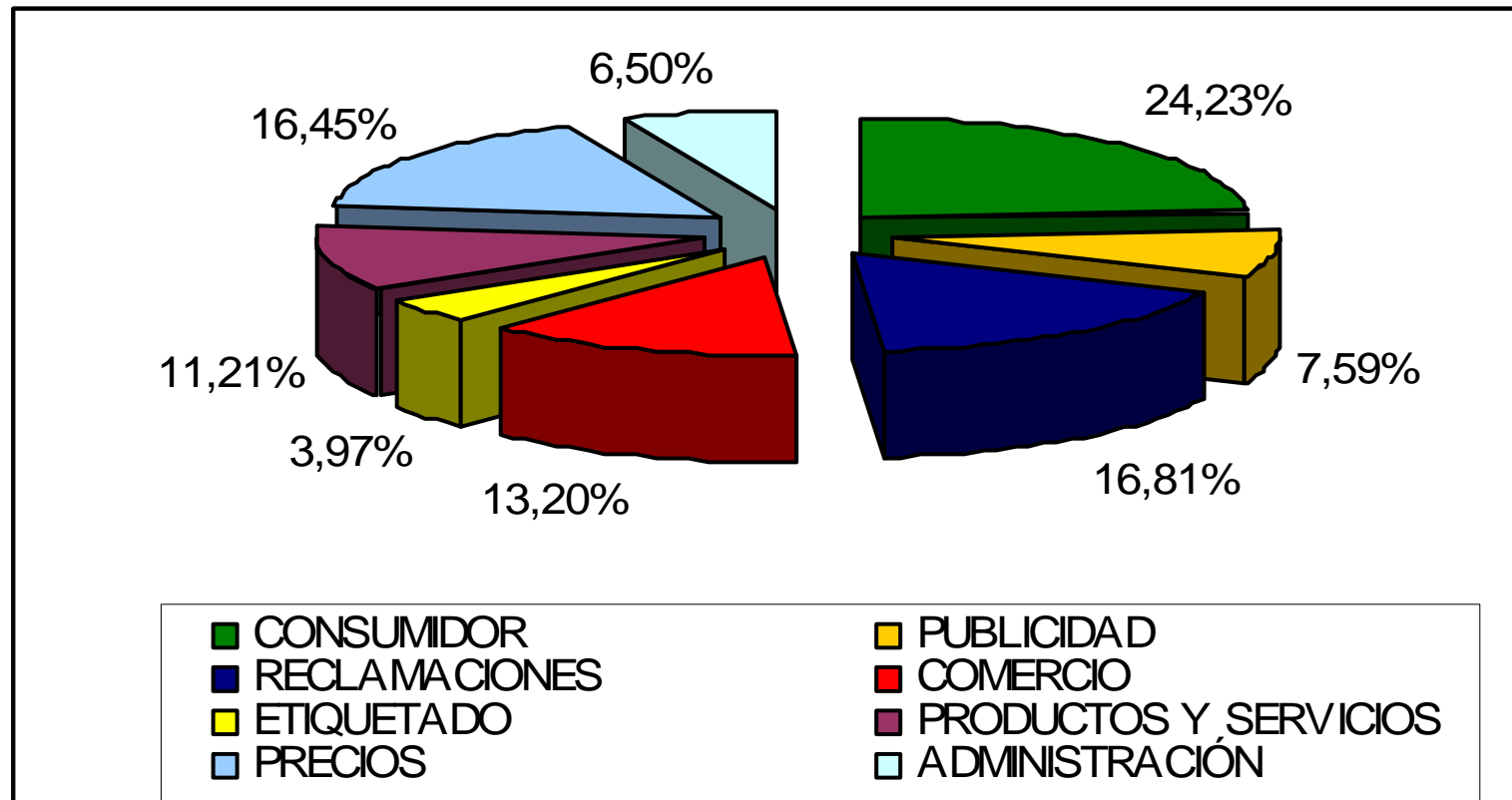
· **¿Cómo valoraría la labor de las asociaciones de consumidores hoy en día?**



Muy buena	22,22%
Buena	45,35%
Regular	15,62%
Mala	2,40%
No sabe/no contesta	14,41%



· PROBLEMAS MÁS FRECUENTES CON LOS QUE SE ENCUENTRA EL CONSUMIDOR



- PROBLEMAS MÁS FRECUENTES CON LOS QUE SE ENCUENTRA EL CONSUMIDOR

- 1.- **Consumidor**: indefensión, desconocimiento de derechos, falta de formación e información...
- 2.- **Publicidad**: engañosa, poco clara, excesiva...
- 3.- **Reclamaciones**: pocas facilidades para reclamar, no saber cómo hacerlo, lentitud en los procesos...
- 4.- **Comercio**: falta de profesionalidad, mala atención, personal no cualificado, problemas con los servicios postventa, problemas con las garantías, monopolios...
- 5.- **Etiquetado**: inexistente, insuficiente, con errores
- 6.- **Productos y servicios**: poca o mala calidad del producto, mala relación calidad-precio,...
- 7.- **Precios**: elevados
- 8.- **Administración**: falta de protección legal, de una normativa, de ayudas...



CONCLUSIONES

- Casi el **92%** de los encuestados posee **teléfono móvil** y más del **73%**, conexión a **Internet**.
- Más del **60%** de los consumidores pone la **CALIDAD** como primera opción frente al 25,58% que prioriza el PRECIO.
- Un **11'64%** no es fiel a las marcas de los productos que consume, sino que **compra en función de las ofertas**.
- Más del **66%** suele hacer uso de las **tarjetas** para realizar sus compras frente al 10% que no las utiliza nunca
- Más del **52%** de los jóvenes de entre 18 y 30 años ha comprado alguna vez por **Internet**, frente al 73% de los mayores de 65 años que nunca ha comprado por Internet, catálogo o tele venta.
- Más del **93%** realiza sus **compras de alimentación** mínimo una vez a la semana, la mayoría en supermercados.
- Casi un **88%** se preocupa mucho por la **calidad y seguridad de los productos** que adquiere, frente a casi un 76% que lo hacía en 2001
- Más del **31%** de los consumidores reconoce que no siempre **lee un documento o contrato antes de firmarlo**.
- Un **16%** no conoce las **vías de reclamación** y un 35% valora regular su eficacia
- Más del **67%** valora la labor de las **asociaciones de consumidores** como buena o muy buena



HÁBITOS DE CONSUMO



GENERALITAT
VALENCIANA

CONSELLERIA D'INDUSTRIA,
COMERÇ I INNOVACIÓ

DIRECCIÓ GENERAL DE COMERÇ I CONSUM

1978 - 2008
30
aniversari

 **VACU**
asociación valenciana
de consumidores
y usuarios