



JUSTIFICACIÓN

La pandemia provocada por la Covid-19 está realizando cambios muy significativos en el perfil de los consumidores a nivel global. Desde el punto de vista de sus hábitos, preferencias y expectativas, la nueva realidad nos muestra un consumidor más vulnerable y más digital.

Así se puso de manifiesto en los resultados del anterior sondeo, realizado por este organismo de consumo en mayo de 2020 sobre “Hábitos de compra y consumo durante el estado de alarma”, en el que se observaron importantes cambios en los hábitos, preferencias y expectativas de los consumidores. Entre ellos, un 30% manifestaban haber incrementado las compras a través de internet.

Durante la “tercera ola Covid” se comienza a asumir como “normales” los cambios que se están consolidando, y en referencia al e-commerce, este se ha convertido en una tendencia al alza objeto de análisis.

El Consorcio Extremeño de Información al Consumidor realiza esta encuesta sobre los hábitos de compra y consumo en Extremadura realizadas online, dirigida a aquellos consumidores y usuarios que utilizan las nuevas tecnologías para realizar sus compras.



OBJETIVOS

EL OBJETIVO PRINCIPAL DE ESTA ENCUESTA ES CONOCER EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA ONLINE DE LA POBLACIÓN EXTREMEÑA A PARTIR DEL PERIODO DE LA TERCERA OLA COVID-19. ASÍ MISMO, PRETENDE CONOCER LA TENDENCIA AL ALZA DEL USO DEL E-COMMERCE, QUE SE HABÍA MANIFESTADO EN EL ANTERIOR SONDEO SOBRE “HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO DURANTE EL ESTADO DE ALARMA” PROVOCADO POR LA PANDEMIA.

LA INFORMACIÓN RECOGIDA PERMITE:

♦ CONOCER LOS HÁBITOS DE COMPRA ONLINE EN CUANTO A PREFERENCIAS, FRECUENCIA DE COMPRA, MOTIVACIONES, CONFIANZA, FORMAS DE PAGO, TRAS LA TERCERA OLA COVID-19, A FIN DE CONFECCIONAR UN PERFIL DEL CONSUMIDOR ONLINE Y LA TENDENCIA AL USO DEL E-COMMERCE EN EXTREMADURA.



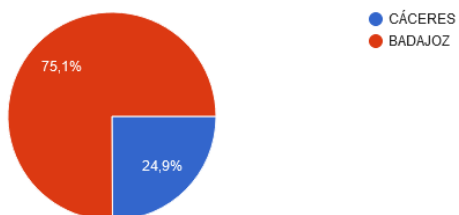
FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA

UNIVERSO	CONSUMIDORES Y USUARIOS DE NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA REALIZAR COMPRAS
ÁMBITO GEOGRÁFICO	LA CC.AA. DE EXTREMADURA
TAMAÑO DE LA MUESTRA	614 ENCUESTAS
RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN	CUESTIONARIOS REMITIDOS Y RESPONDIDOS POR INTERNET

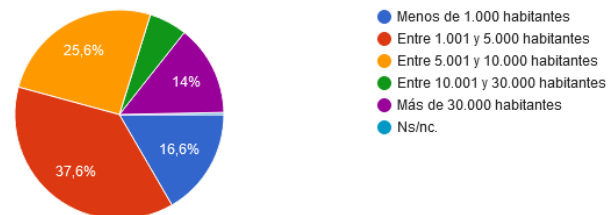


VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

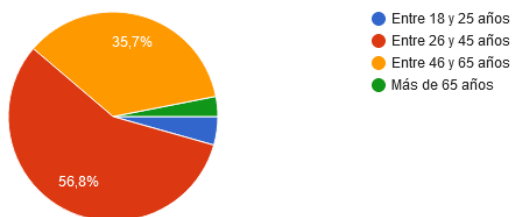
Provincia
614 respuestas



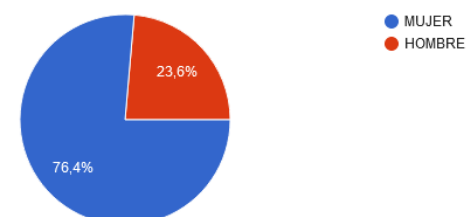
Nº HABITANTES DE SU MUNICIPIO
614 respuestas



EDAD
614 respuestas



SEXO
614 respuestas



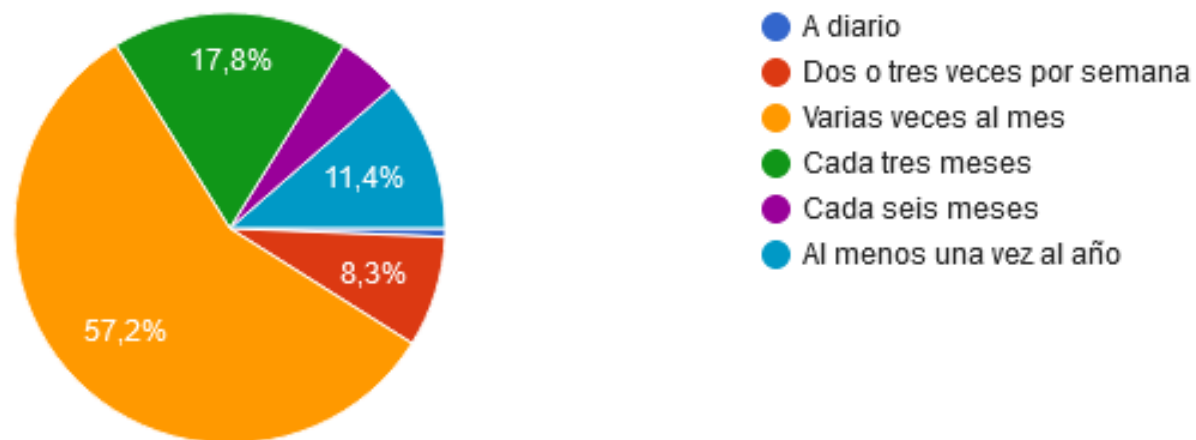


Consorcio Extremeño de
Información al Consumidor

FRECUENCIA COMPRA ONLINE

¿Con qué frecuencia compra online actualmente?

614 respuestas



EL CONSUMIDOR TRAS LA TERCERA OLA COVID-19. COMPRAS ONLINE.

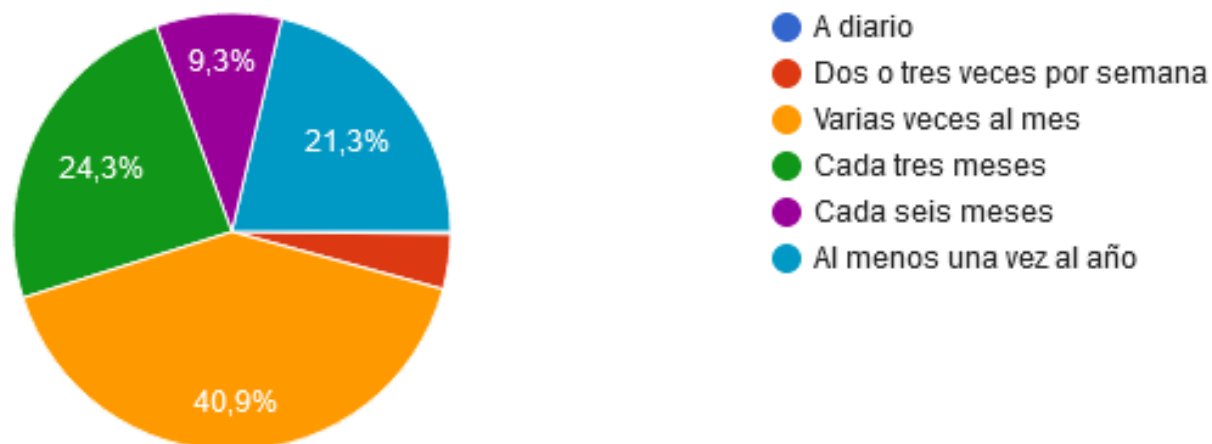


Consorcio Extremeño de
Información al Consumidor

FRECUENCIA COMPRA ONLINE

¿Con qué frecuencia compraba online hace 1 año?

614 respuestas



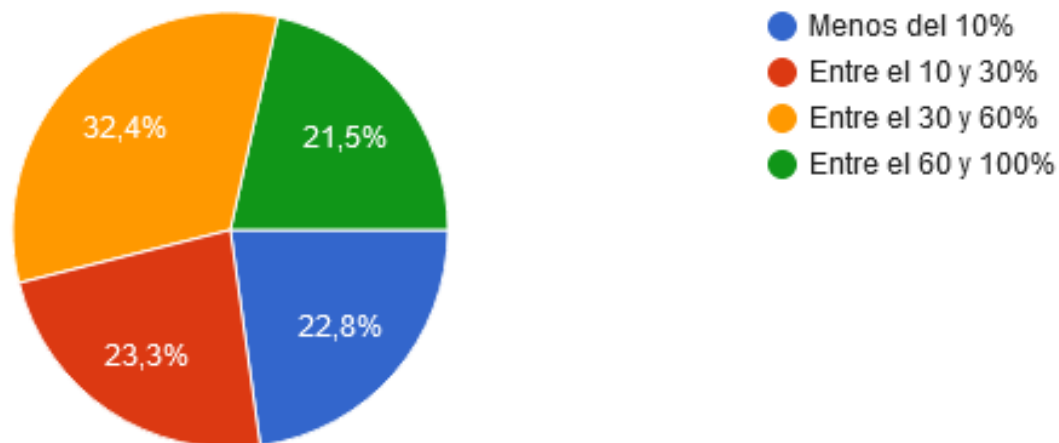
EL CONSUMIDOR TRAS LA TERCERA OLA COVID-19. COMPRAS ONLINE.



% COMPRAS ONLINE EN EL ÚLTIMO AÑO

¿Qué porcentaje de todas sus compras realizadas en el último año han sido online?

614 respuestas



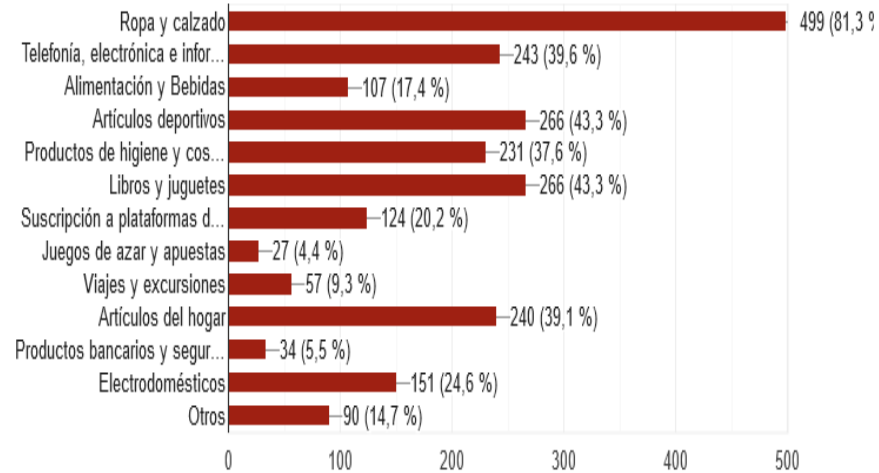


Consorcio Extremeño de
Información al Consumidor

PRODUCTOS ADQUIRIDOS Y WEBS UTILIZADAS

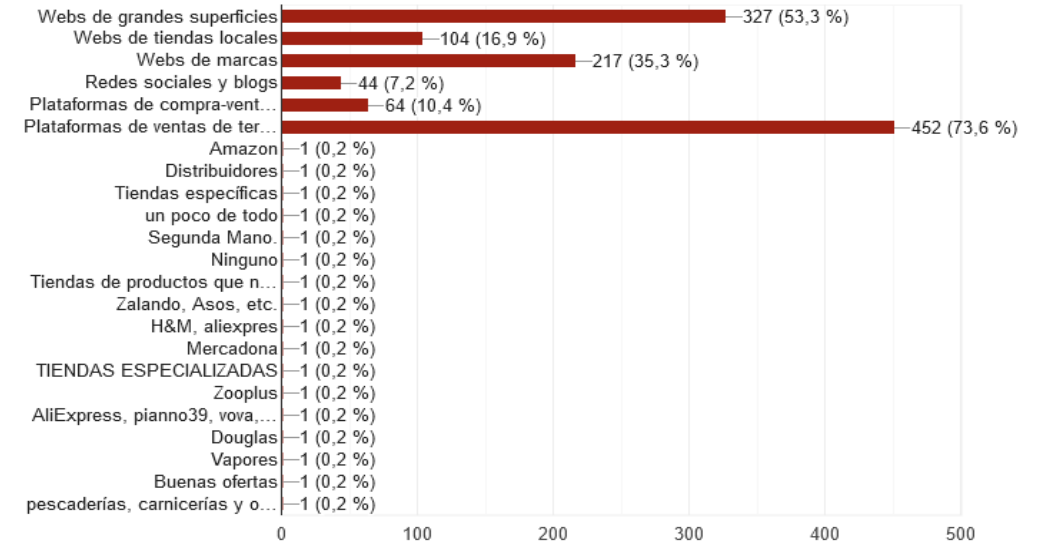
¿Qué productos y/o servicios ha adquirido online en el último año?

614 respuestas



¿Qué sitios webs o tiendas virtuales utiliza para realizar tus compras online?

614 respuestas



EL CONSUMIDOR TRAS LA TERCERA OLA COVID-19. COMPRAS ONLINE.

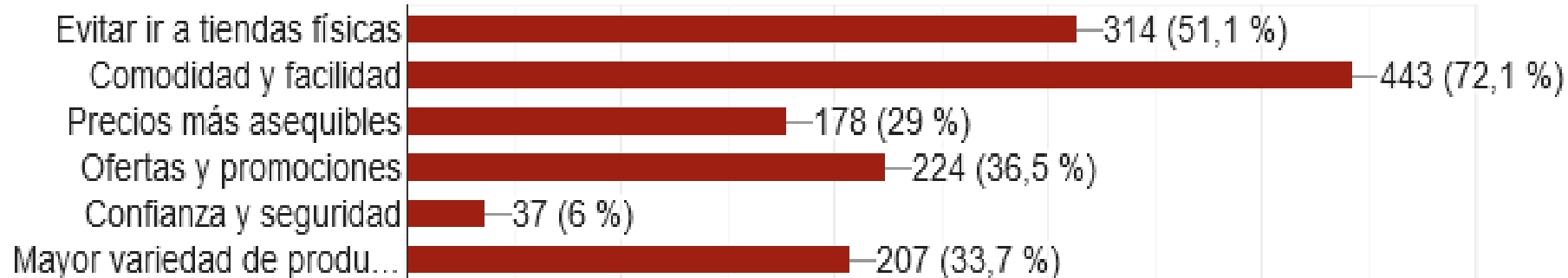


Consorcio Extremeño de
Información al Consumidor

MOTIVACIONES PARA COMPRAR ONLINE

¿Cual o cuales fueron sus motivaciones para realizar compra online?

614 respuestas



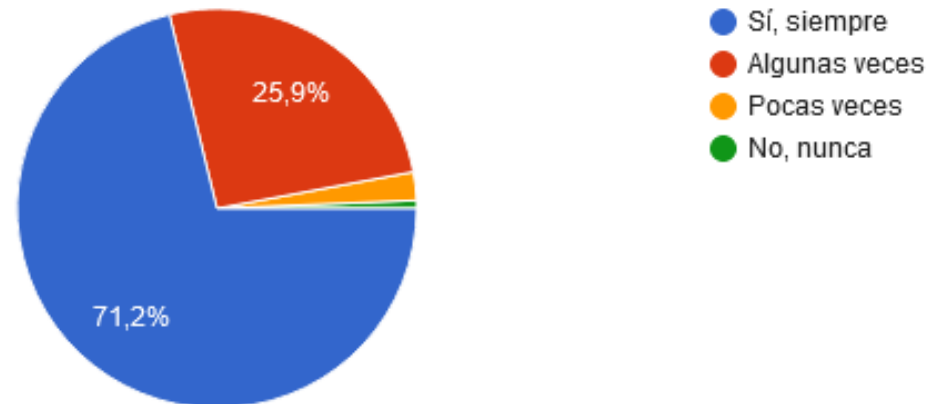


Consorcio Extremeño de
Información al Consumidor

CONFIANZA EN LOS SITIOS DE COMPRA

¿Confía en los sitios web donde adquiere sus productos online?

614 respuestas



EL CONSUMIDOR TRAS LA TERCERA OLA COVID-19. COMPRAS ONLINE.

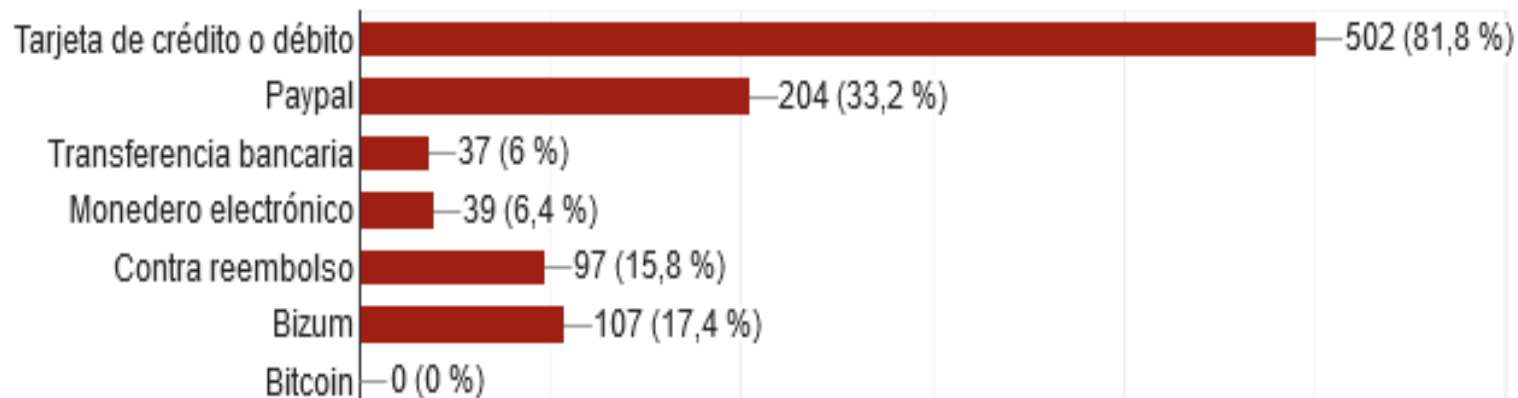


Consorcio Extremeño de
Información al Consumidor

FORMAS DE PAGO EN COMPRAS ONLINE

¿Qué forma/s de pago utiliza para las compras online?

614 respuestas



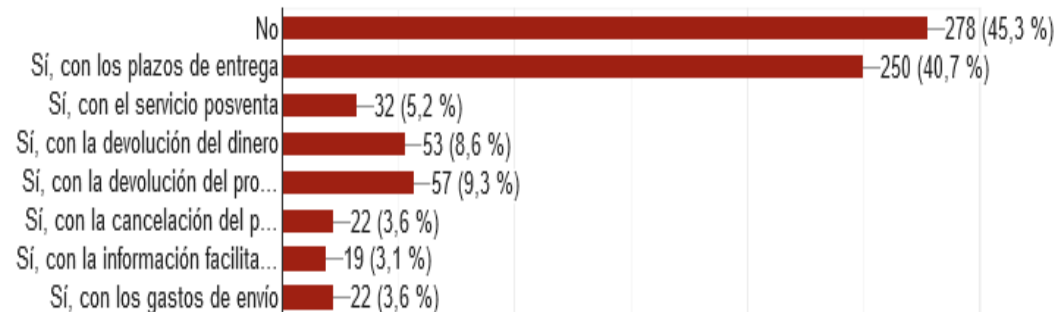
EL CONSUMIDOR TRAS LA TERCERA OLA COVID-19. COMPRAS ONLINE.



PROBLEMAS EN LAS COMPRAS ONLINE

¿En alguna ocasión ha tenido problemas en sus compras online?

614 respuestas



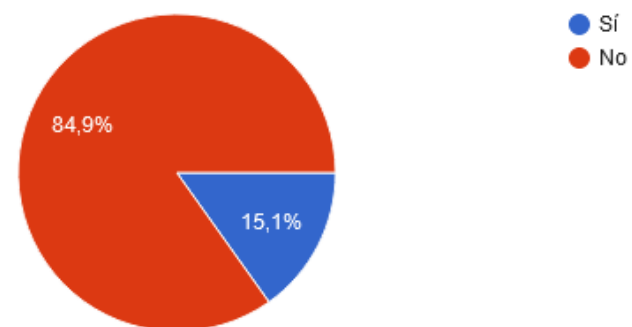


Consorcio Extremeño de
Información al Consumidor

DERECHO

¿Ha sido víctima de alguna estafa o fraude al realizar compra online?

614 respuestas

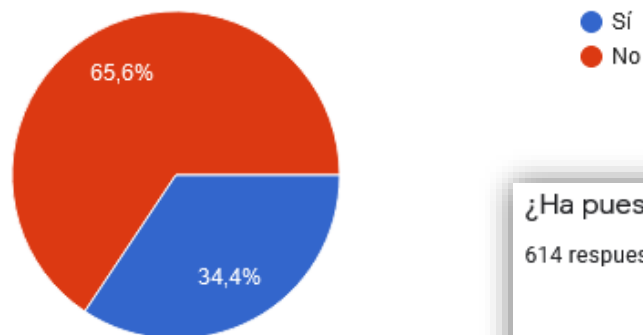


IONES

EL CONSUMIDOR TRAS LA TERCERA OLA COVID-19. COMPRAS ONLINE.

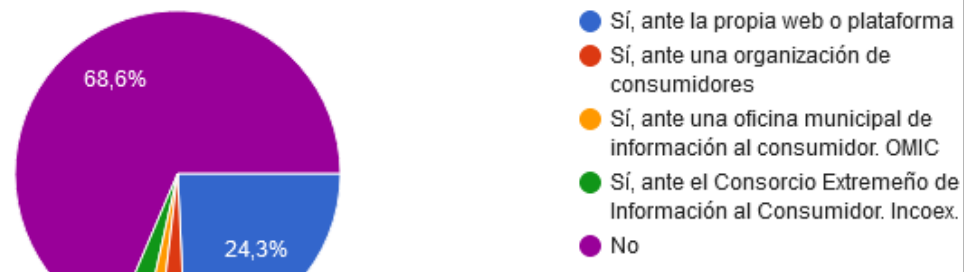
¿Sabe qué es el derecho de desistimiento en compras fuera de establecimiento?

614 respuestas



¿Ha puesto alguna reclamación en relación a compras online?

614 respuestas



Consorcio Extremeño de
Información al Consumidor

ALGUNAS CONCLUSIONES

EL CONSUMIDOR TRAS LA TERCERA OLA COVID-19. COMPRAS ONLINE.

☉ **Perfil de los encuestados.-** La mayoría de los participantes son mujeres, el 78,4 %, y la franja de edad con mayor representación es de “26 a 45” años con el 58,8%, seguida del intervalo “46 a 65” años, con 35,7%.

La provincia más representada es Badajoz con el 75,1 %, y los municipios que más han participado son los que tienen entre 1001 y 5000 habitantes, y entre 5001 y 10000 habitantes, el 63% acumulado, seguidos de aquellos con menos de 1000 habitantes, 16,6%.

☉ **Frecuencia compra online y porcentaje de compras realizadas online.-** Preguntados por la frecuencia de compra online en la actualidad con respecto a la frecuencia de compra online hace un año, podemos observar un incremento en la tendencia de las compras por este canal desde el inicio de la pandemia, ya que se reducen los intervalos de tiempo en los que se realizan las compras. El 57,2% de los encuestados manifiestan que realizan compras online “*varias veces al mes*” actualmente, frente 40,9% que lo hacían hace un año con esa misma frecuencia. También en la frecuencia “*Dos o tres veces por semana*”, existe un incremento en la tendencia a las compras online, ya que son un 8,3% los que compran por internet en la actualidad, y un 4,1% los que lo hacían hace un año. Es decir, las compras online se realizan con más frecuencia y en intervalos de tiempo menores en el último año. Y se produce el efecto contrario en cuanto a intervalos de tiempo mayores. “*Cada tres meses*” realizan compra online actualmente el 17,8%, y hace un año el 24,3%. En el mismo sentido ocurre en la frecuencia “*cada seis meses*” o en la frecuencia “*Al menos una vez al año*”.

Preguntados para que estimen qué porcentaje de todas las compras realizadas en el último año, han sido online, destaca que el 32,4% afirma que “*entre el 30 y el 60%*” y el 21,5% afirma que “*entre el 60 y el 100%*” de todas sus compras, poniendo de manifiesto el uso habitual de este canal para realizar compras.



Consorcio Extremeño de
Información al Consumidor

ALGUNAS CONCLUSIONES

EL CONSUMIDOR TRAS LA TERCERA OLA COVID-19. COMPRAS ONLINE.

© **Webs y sitios virtuales para realizar compras online y productos o servicios adquiridos en el último año.**- La mayoría de los encuestados manifiestan que utilizan “*plataformas de ventas de terceros*” para realizar sus compras online, destacando webs de grandes multinacionales como Amazon, Aliexpress, Zalando... como respuesta a la pregunta abierta “*otros*”. Seguido de “*webs de grandes superficies*” y “*Webs de marcas*”, poniendo de manifestó la búsqueda de webs generalmente conocidas, con gran variedad de productos y servicios, en los que depositan su confianza a la hora de realizar las compras, y restando peso en cuanto a preferencia a las “*webs de tiendas locales*” o “*plataformas de compra-venta entre particulares*”. En cuanto a los productos más adquiridos online, destaca “*Ropa y calzado*”. Este dato coincide con los resultados obtenidos en el sondeo realizado por este organismo de consumo en mayo de 2020 sobre “*Hábitos de compra y consumo durante el estado de alarma*”, en el que se observaba que la ropa y el calzado era los productos más demandados por este canal de venta. Otros productos demandados a través de internet son la “*artículos deportivos*”, “*libros y juguetes*” y la “*telefonía, electrónica, informática*”.

© **Motivaciones para realizar compras online y confianza en los sitios de compra.**- En cuanto a las motivaciones para realizar compras online, destaca que más del 60% de los encuestados afirman que las principales motivaciones están relacionadas con la “*comodidad y facilidad*” y “*evitar ir a tiendas físicas*”, ésta última, seguramente motivada por la actual situación de riesgo por covid-19. Le siguen la búsqueda de “*ofertas y promociones*” y “*mayor variedad de productos*”. También es de destacar como el 71,2% de los encuestados manifiestan confiar en los sitios webs donde adquieren sus productos online, frente a tan solo un 3% que apenas desconfían. Este hecho también confirma la tendencia al uso de internet para realizar compras.



Consorcio Extremeño de
Información al Consumidor

ALGUNAS CONCLUSIONES

☉ **Formas de pago y problemas en las compras online.-** Con casi el 80% de los casos, la *“tarjeta de crédito o débito”* es el medio de pago más utilizado para abonar las compras en el comercio electrónico, junto al método *“paypal”*. La confianza del consumidor es un elemento clave a la hora de finalizar una compra online, por lo que, a un método sencillo y cómodo como es el uso de las tarjetas bancarias, se le unen otros métodos que aseguran el pago, como el método paypal. En menor medida, un 20% de los casos, son utilizados otros métodos de pago, como *“bizum”*, *“contra reembolso”*, la *“transferencia bancaria”* o monedas virtuales.

En cuanto a los problemas generados en las compras online, es de reseñar que casi un 50% de los encuestados afirman *“No”* haber tenido problemas con sus compras, frente a los que *“Sí”* han tenido problemas relacionados en su mayoría con *“los plazos de entrega”* el 38%, y en menor medida *“la devolución del producto”* o la *“devolución del dinero”* abonado. Estos datos ponen de manifiesto la confianza del consumidor online en el uso del e-commerce para realizar compras.

☉ **Presentación de reclamaciones y derecho de desistimiento.-** Respecto a las reclamaciones relacionadas con las compras online, casi el 69% de los encuestados manifiestan que *“No”* han presentado reclamación por alguna controversia comercial. El 24,3% ha presentado reclamación ante la *“propia web o plataforma”* de venta.

La confianza entre empresa y consumidor online se vuelve a poner de manifiesto con estos datos, donde además, en caso de reclamación se utilizan principalmente los propios canales proporcionados por las web y plataformas de ventas para reclamar. Asimismo, el 84,9% de los encuestados afirman no haber sido *“víctima de una estafa o fraude al realizar compra online”*, frente a un 15,1% que sí.

Existe un desconocimiento importante en cuanto al derecho de desistimiento en compras fuera de establecimiento, ya que afirman que no lo conocen el 65,6%, por lo que este desconocimiento puede hacer al consumidor más vulnerable.