

KONTSUMOAREN BAROMETROA 2022

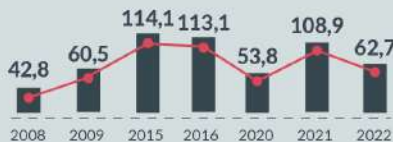


KONFIANTZA-ADIERAZLEA (ICCV)

62,7 puntu*

* 100 eta 200 artean: konfiantza. 100: neutraltasuna. 0 eta 100 artean: mesfidantza.

Bilakaera:



PREZIOAK, AURREZPENA ETA ONDASUN IRAUNKORREN KONTSUMOA

%91,8 ren
ustez, prezioek goraka jarraitu dute.



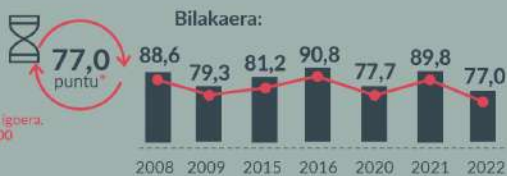
%21,8 ak
ziurtatu du erosketaren bat atzeratu duela

2011ean baino **%2-**



EROSKETA-PORTAERA ETA KONTSUMO-JOERAK

Kontsumo-maiztasunaren adierazlea



* 100 eta 200 artean: iguera. 100: neutroa. 0 eta 100 artean: jaitsiera.

Erosketa eta gastuaren maiztasuna kontsumo-kategoriaren arabera



2020an zein kanaletan gehitu da gastua



Gastuaren adierazle orokorra:

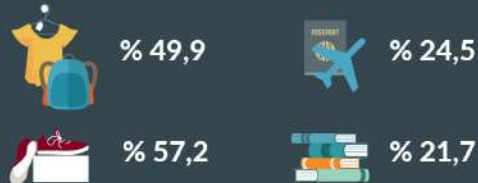


* 100 eta 200 artean: iguera. 100: neutroa. 0 eta 100 artean: jaitsiera.

ONLINE EROSKETA

%53,2k online erosketaren bat egin du

Zein produktu?



Online ordaintzeko bideak:



Produktua non hartu:



KONTSUMO KOLABORATIBOAREN ERAGINA

%27,7k Online kontsumitzen duten 4 pertsonatik 1ek ziurtatzen du partikularren artean salerosketa bat egin duela



Zein produktu?



Kontsumo kolaboratiboan gehien erabilitako plataformak:



UDAKO BEHERAPENEN KANPAINA

%37,4 ak artikuluren bat erosi du udako beherapenetan.

%37,4 Kontsumo-ratioa udako kanpainan
2021eko %35,3ren aurrean

Zein produktu?



%39,6ak dio iaiz baino gutxiago gastatu duela; **%14,5**ak, aldiz, gehiago gastatu duela.

Kontsumitzaileek udako beherapenetan erosteko erabilitako kanalak:

