



kontsumoBIDE

KONTSUMOKO
EUSKAL INSTITUTUA
INSTITUTO VASCO
DE CONSUMO

Erakunde autonomiaduna
Organismo Autónomo del



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

ESTUDIO 2019

Hábitos de consumo de las personas mayores

Indice

1. Presentación	3
2. Muestra	6
3. Datos recogidos	7
4. Conclusiones	17

1. Presentación

El presente informe recoge los datos obtenidos en el **Estudio “HÁBITOS DE CONSUMO DE LAS PERSONAS MAYORES”** realizado entre los meses de enero y mayo de 2019.

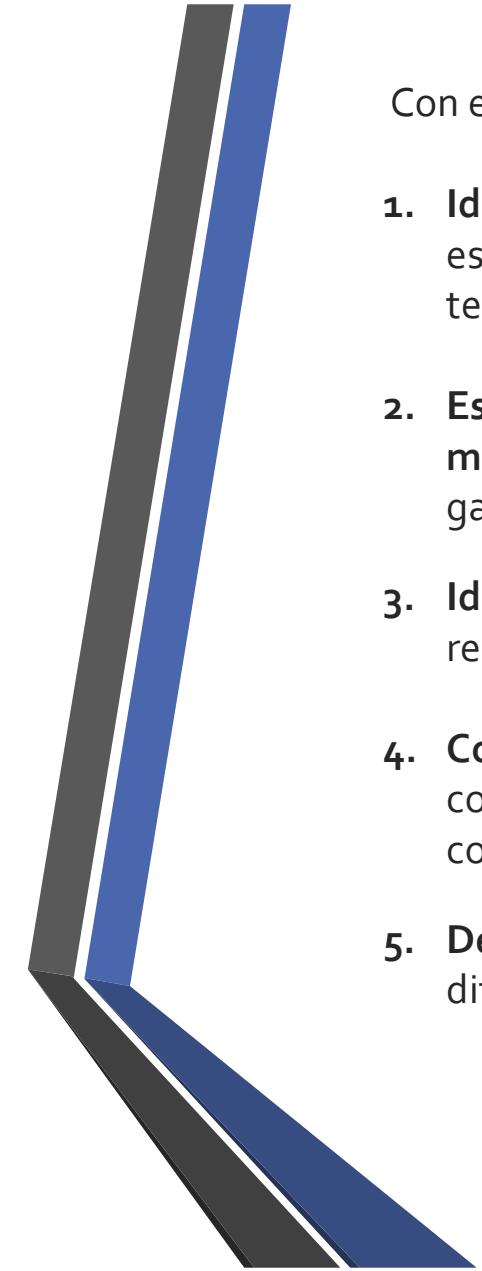
Mediante este estudio se ha pretendido identificar los hábitos de consumo de las personas mayores a la hora de la adquirir productos y/o contratar servicios, así como determinar su nivel de conocimiento sobre sus derechos ante determinados tipos de venta.

Se han aplicado un total de **304 encuestas**, a personas participantes en el *programa itinerante de formación en consumo para personas mayores*.



En total, han colaborado **25 grupos de mayores de la CAPV** participantes en el programa: **13 de Bizkaia, 8 de Araba/Álava y 4 de Gipuzkoa.**

	CENTRO	LOCALIDAD	PROVINCIA
1	ASOC. DE JUBILADOS DE ZORROZA	BILBAO	BIZKAIA
2	CENTRO MANCHEGO	BARAKALDO	BIZKAIA
3	CEPA DE ZALLA	ZALLA	BIZKAIA
4	ASO. SAN PRUDENCIO DE TRAÑA-MATIENA	ABADIÑO	BIZKAIA
5	ASOC. DE JUBILADOS GALDOTZA ARANA	GĒÑES	BIZKAIA
6	HOGAR DE JUB. GURE ETXEA	GALDAKAO	BIZKAIA
7	ANBOTOKO DAMA	ATXONDO	BIZKAIA
8	NAGUSIEN ETXEA	ZALDIBAR	BIZKAIA
9	ARROLAMENDI HIRUGARREN ADINEKO ELKARTEA	NABARNIZ	BIZKAIA
10	ASOCIACIÓN BIZIDUN	DURANGO	BIZKAIA
11	AYUNTAMIENTO	MUNDAKA	BIZKAIA
12	ASOC. AMAS DE CASA Y CONSUMIDORAS ZOKO MAITEA	BALMASEDA	BIZKAIA
13	JUBILADOS BBK	ERANDIO	BIZKAIA
14	APART. TUTELADOS BEATO TOMÁS DE ZUMARRAGA	VITORIA-GASTEIZ	ALAVA/ARABA
15	CARITAS SUR	VITORIA-GASTEIZ	ALAVA/ARABA
16	CARITAS – GRUPO DE MAYORES DE ABETXUKO	VITORIA-GASTEIZ	ALAVA/ARABA
17	JUB., PENS. VIUDOS/AS SAN VICTOR	ALEGRIA-DULANTZI	ALAVA/ARABA
18	PARROQUIA DEL PILAR	VITORIA-GASTEIZ	ALAVA/ARABA
19	HOGAR DEL JUB. VIRGEN DE SALLURTEGI	AGURAIN	ALAVA/ARABA
20	ASOC. DE JUB. TORRE ALDEA	AMURRIO	ALAVA/ARABA
21	CARITAS RURAL	VITORIA-GASTEIZ	ALAVA/ARABA
22	IRUNGO GIZARTE ZENTROA	IRUN	GIPUZKOA
23	HOGAR DEL JUB. BIYAK BAT	LASARTE-ORIA	GIPUZKOA
24	ATSEDEN TOKI	ATAUN	GIPUZKOA
25	ASOC. JUB. Y PENS. ARANEALDE	BEASAIN	GIPUZKOA



Con este estudio **SE HA PRETENDIDO:**

- 1. Identificar las alternativas de compra o contratación que más utilizan las personas mayores:** en establecimiento comercial o fuera de establecimiento comercial (domicilio, excursiones, a distancia: teléfono, Internet ...)
- 2. Establecer el tipo de productos que adquieren o servicios que contratan en cada una de las modalidades de venta:** alimentos, productos para mejorar de la salud, contratación de servicios de gas o luz...
- 3. Identificar los criterios en los que basan su compra o contratación:** marca conocida, recomendación de persona conocida o familiar, comercio de confianza, relación calidad-precio...
- 4. Conocer sus hábitos como persona consumidora/usuaria responsable:** comparar ofertas antes de comprar, leer las etiquetas de los productos, solicitar y conservar la documentación (ticket, factura, contrato...), realizar un presupuesto previo...
- 5. Determinar el conocimiento de las personas mayores sobre sus derechos y deberes ante los diferentes tipos de ventas, haciendo hincapié en las ventas a domicilio.**

2. Muestra

De las **304 PERSONAS MAYORES** que han conformado la muestra, **la mayor parte han sido mujeres (261)**. Este elevado porcentaje de mujeres se justifica por su mayor participación en los programas de formación destinados a personas mayores.

El rango de edad, en el que mayor participación ha habido, ha sido entre 71 y 80 años. Las personas participantes por rangos de edad han sido:

60-70 (114 personas)

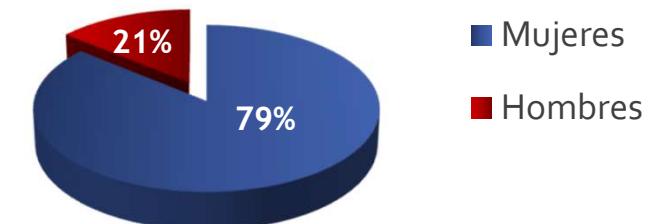
71-80 (140 personas)

81-92 (50 personas)

PERSONAS ENCUESTADAS

261 mujeres

43 hombres

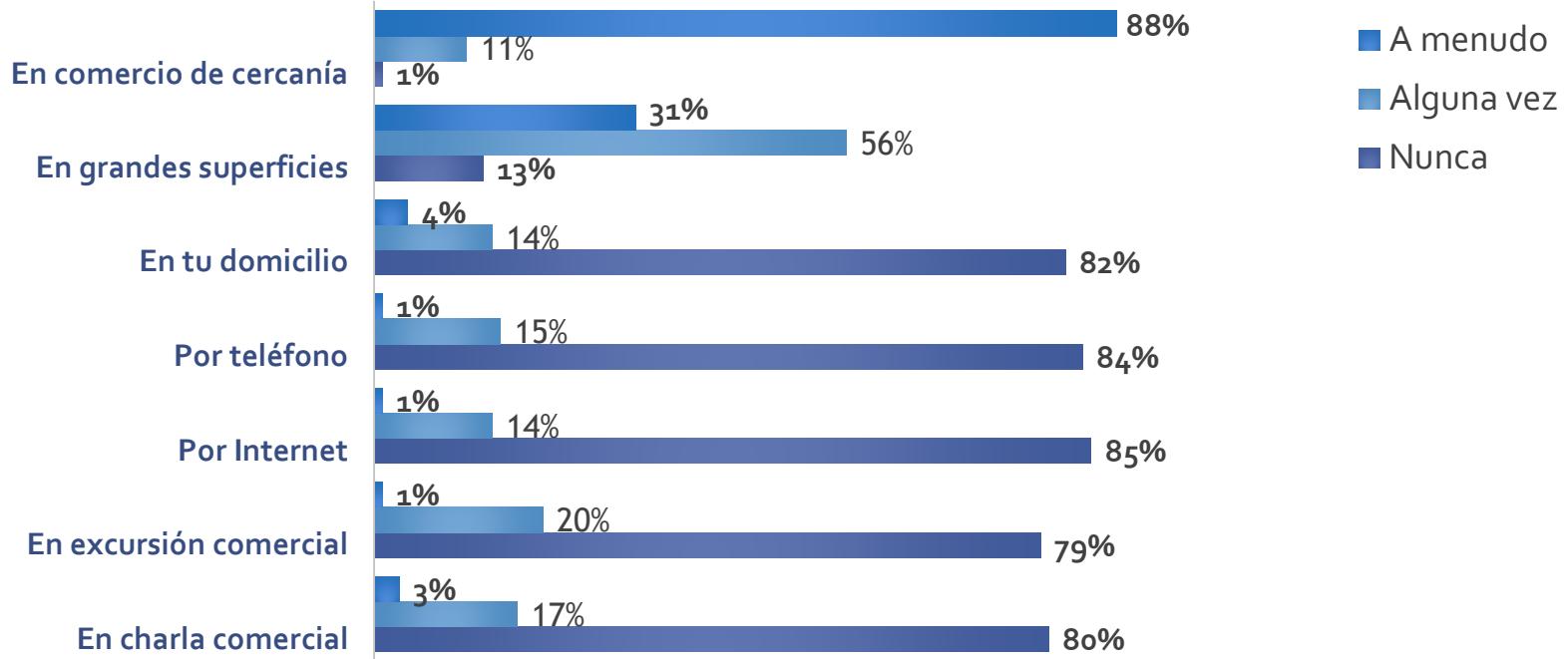


3. Datos recogidos

Los resultados obtenidos con respecto a cada ítem del cuestionario aplicado, quedan recogidos en los gráficos que a continuación se detallan.

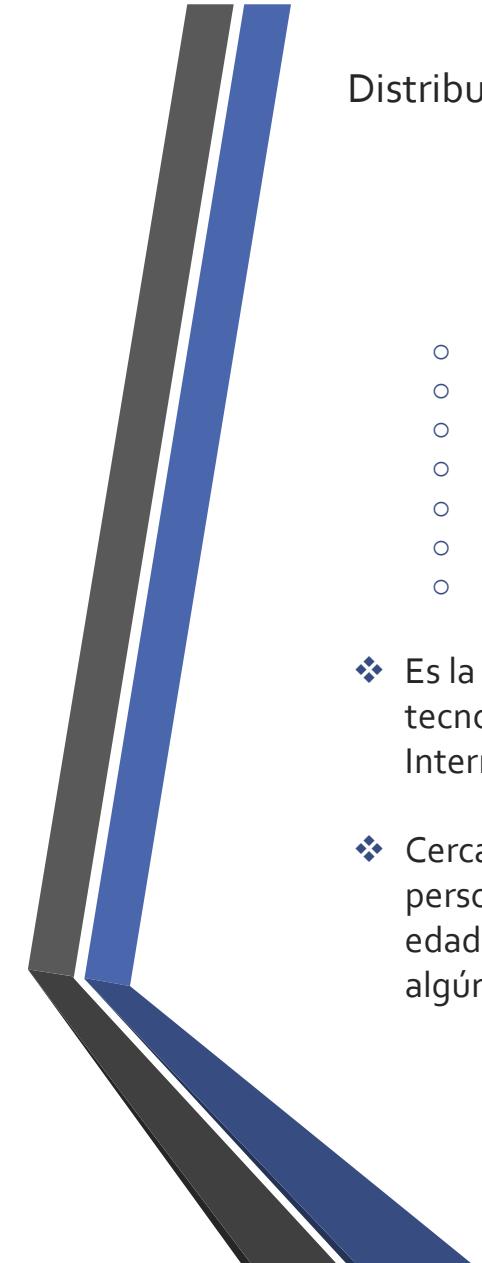


1. ¿Con qué frecuencia compras en las siguientes opciones?



El 88% de las personas encuestadas opta por comprar a menudo en comercios de cercanía y el 31% en grandes superficies.

Son muy pocas las que han adquirido productos o contratado servicios alguna vez fuera del establecimiento comercial: en su domicilio (14%), por teléfono (15%), por Internet (14%), en excursión comercial (20%), o en charla comercial (17%).



Distribución de las opciones de compra o contratación, por franja de edad:

60 – 70 años

(114 personas)

- Comercio de cercanía 100%
 - Gran superficie 96%
 - Domicilio 18%
 - Teléfono 22%
 - Internet 30%
 - Excursión comercial 22%
 - Charla comercial 18%
- ❖ Es la franja de edad más tecnológica, un tercio ha utilizado Internet para sus compras.
- ❖ Cerca de una cuarta parte de las personas encuestadas en esta edad, contrataron por teléfono algún servicio.

71 – 80 años

(140 personas)

- Comercio de cercanía 99%
- Gran superficie 88%
- Domicilio 22%
- Teléfono 15%
- Internet 18%
- Excursión comercial 24%
- Charla comercial 23%

- ❖ Una de cada cinco personas de este tramo de edad reconoce haber adquirido productos o contratado servicios en su domicilio.
- ❖ Esta franja de edad es la que más reconoce haber comprado en charlas y excusiones comerciales, cerca de una cuarta parte en ambos casos.

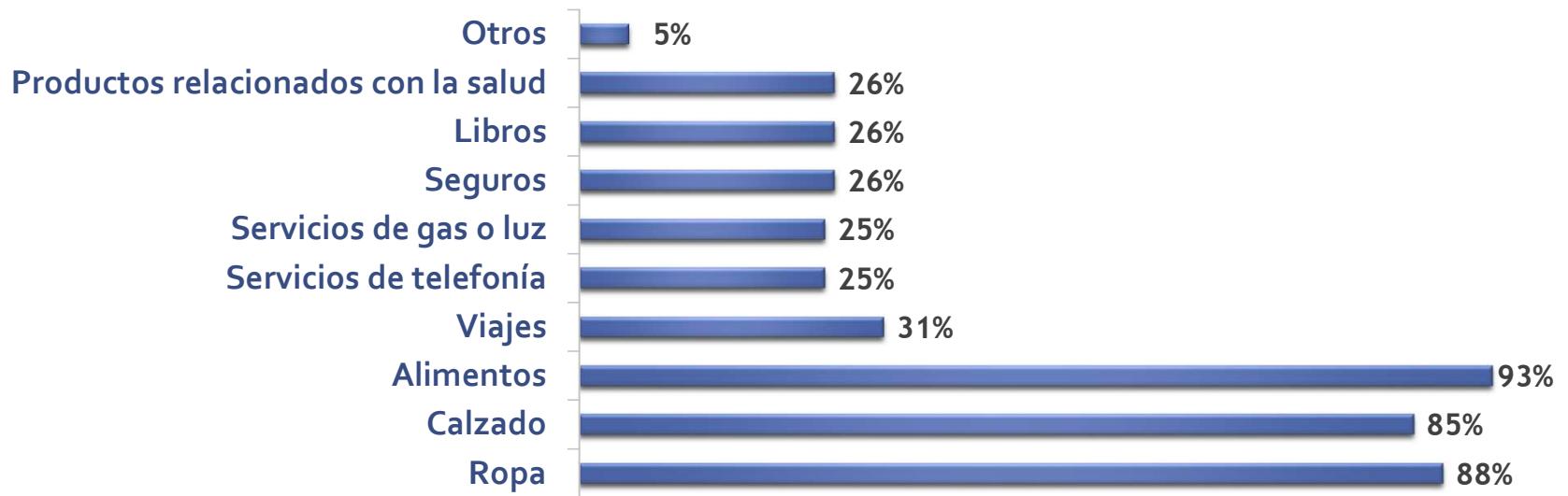
81 – 92 años

(50 personas)

- Comercio de cercanía 99%
- Gran superficie 70%
- Domicilio 8%
- Teléfono 2%
- Internet 0%
- Excursión comercial 14%
- Charla comercial 18%

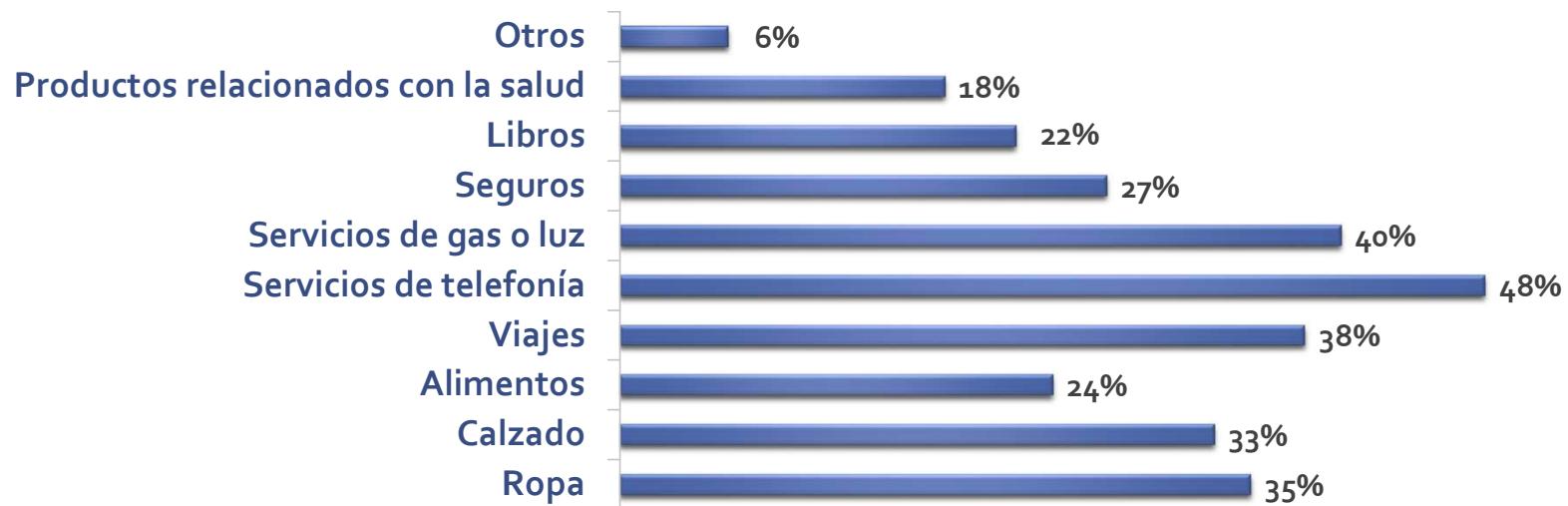
- ❖ Es el colectivo menos activo en sus hábitos de consumo.
- ❖ Ninguna persona de las encuestadas en estas edades, ha utilizado Internet alguna vez para comprar y sólo una reconoce haber contratado alguna vez por vía telefónica.

2. ¿Qué tipo de productos o servicios sueles adquirir o contratar en ESTABLECIMIENTO COMERCIAL?



La mayoría de las personas encuestadas adquieren ropa (88%), calzado (85%) y alimentos (93%) en los establecimientos comerciales, con bastante diferencia con respecto a otro tipo de productos o servicios.

3. ¿Qué tipo de productos o servicios sueles adquirir o contratar FUERA DE UN ESTABLECIMIENTO COMERCIAL?



De entre las personas que han adquirido productos o contratado servicios fuera de un establecimiento comercial, el 48% lo ha hecho para contratar servicios de telefonía, el 40% servicios de gas o luz y el 38% viajes.

4. A la hora de comprar o contratar, ¿qué importancia das a los siguientes criterios?

Que sea una marca o empresa conocida

Que te lo haya recomendado una persona de confianza

Que te lo aconsejen en un comercio de confianza

El precio

La calidad, las prestaciones

La información del etiquetado
(composición/ingredientes, origen, aporte nutricional...)

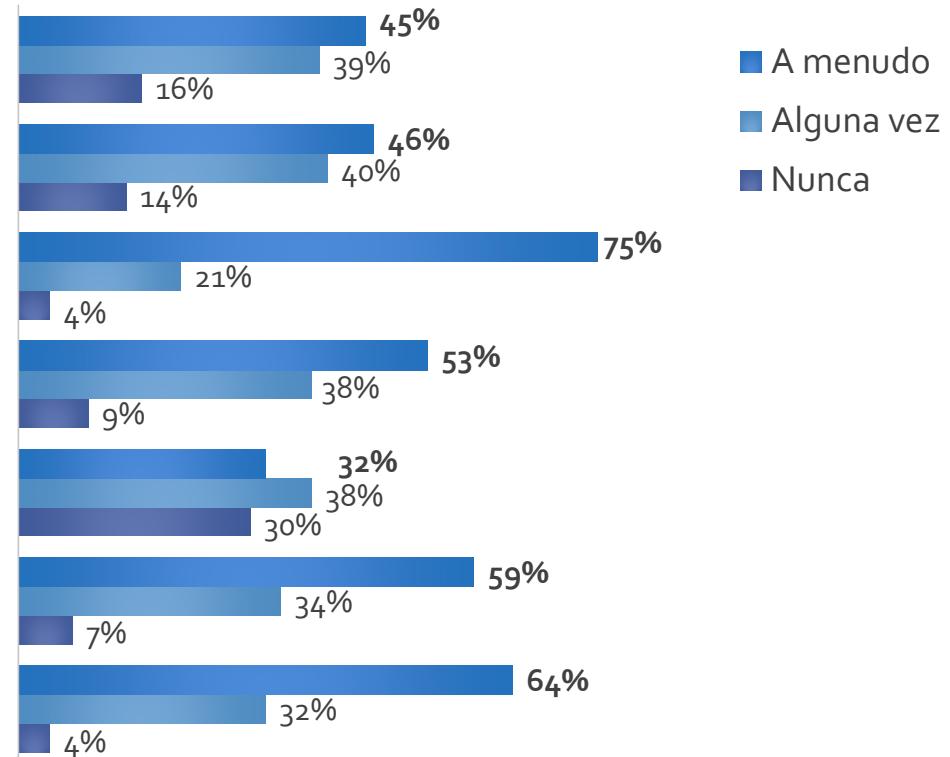
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4%	1%	2%	4%	4%	15%	17%	14%	16%	7%	16%
3%	2%	3%	2%	4%	9%	11%	18%	22%	14%	12%
2%	2%	3%	5%	6%	20%	19%	15%	13%	6%	9%
1%	1%	1%	1%	3%	7%	10%	12%	25%	18%	21%
1%	1%	1%	1%	3%	7%	9%	15%	26%	16%	20%
2%	1%	2%	3%	8%	17%	12%	14%	18%	8%	15%

Los criterios que han valorado como más importantes (con 7 puntos o más) han sido: el **precio (77%)**, la **calidad (76%)** y que te lo haya recomendado una persona de confianza (67%).

Otros criterios han recibido puntuaciones medias, como han sido: la información del etiquetado (55%) y que sea una marca conocida (53%). El criterio al que menos importancia le dan es que se lo aconsejen en un comercio de confianza (43%).

5. Tienes costumbre de...

...comparar diferentes ofertas antes de decidirte.



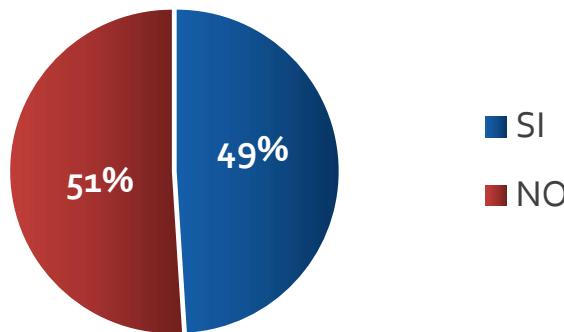
El 75% acostumbra a pedir y conservar el ticket, la factura, contrato.... El 64% aclara cualquier duda antes de decidirse y el 59% lee el contrato antes de aceptarlo.

En cambio, menos de la mitad de las personas encuestadas tienen la costumbre de leer las etiquetas de los productos (46%) o comparar diferentes ofertas antes de decidirse (45%). Y únicamente el 32% tiene la costumbre de conservar la publicidad, el folleto de la oferta.

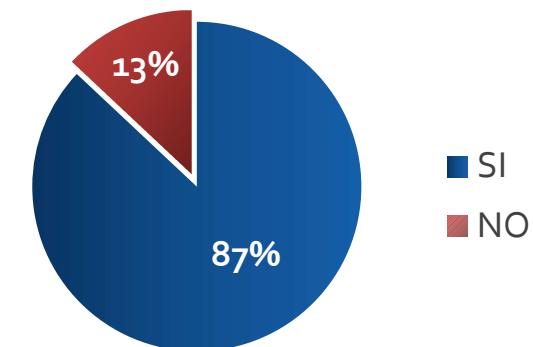
6. VENTAS A DOMICILIO. Señala si las siguientes afirmaciones son correctas o no:

Teniendo en cuenta que las respuestas correctas aparecen en azul y las incorrectas en rojo, los datos recogidos han sido:

Una vez aceptado el contrato no te puedes echar para atrás por un cambio de opinión.



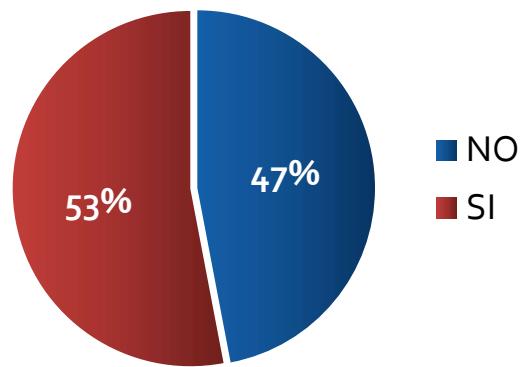
Tienes 14 días para desistir del contrato (echarse para atrás).



Alrededor de la mitad de las personas encuestadas (49%) sabe que en ventas a domicilio tienen derecho a echar para atrás el contrato por un cambio de opinión.

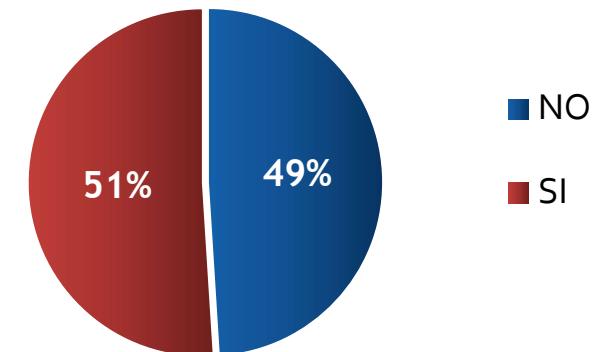
El 87% sabe que en ventas a domicilio cuenta con el plazo de 14 días para desistir del contrato.

**Si desistes en plazo, los gastos de devolución
corren siempre a cargo de la empresa.**



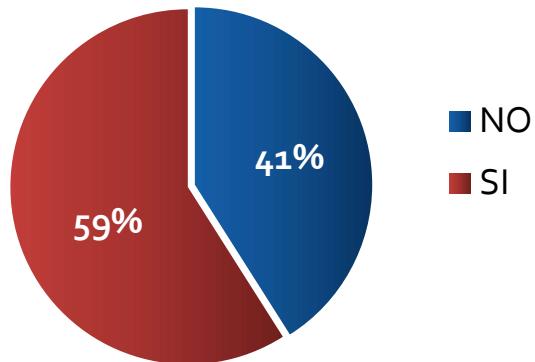
**El 53% piensa erróneamente, que la
empresa tiene siempre la
obligación de correr con los gastos
de devolución.**

**Para anular un contrato basta con llamar a la
compañía para informarles.**



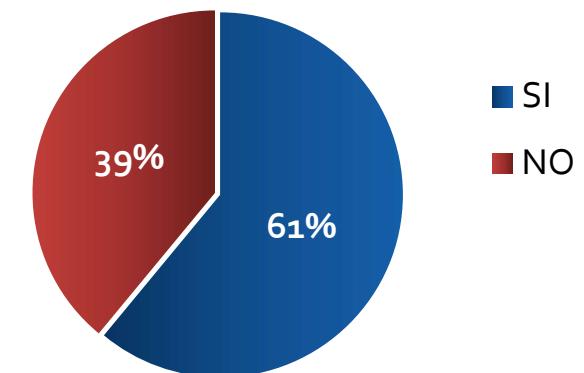
**El 51% cree erróneamente, que para
anular un contrato basta con llamar a la
compañía para informarles.**

El plazo de desistimiento comienza en el momento de la firma del contrato, aunque no hayas recibido el producto o puesto en marcha el servicio.

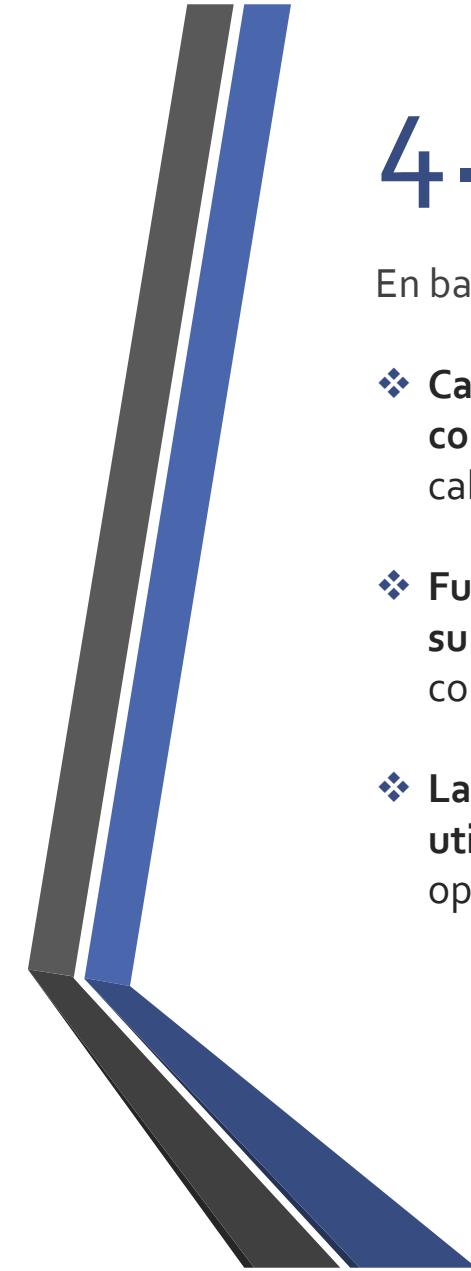


El 59% cree erróneamente, que el plazo de desistimiento comienza en el momento de la firma del contrato, aunque no se haya recibido el producto o puesto en marcha el servicio.

Si has firmado un contrato para financiar la compra y desistes, éste también se anula.



El 61% sabe que si ha firmado un contrato para financiar la compra y desiste, éste también se anula.



4. Conclusiones

En base a los resultados obtenidos, podemos concluir:

- ❖ **Casi todas las personas encuestadas se decanta por el comercio de cercanía para realizar sus compras, seguido de las grandes superficies.** Sobre todo, realizan compras de alimentos, ropa y calzado.
- ❖ **Fuera del establecimiento comercial contratan, sobre todo, servicios de telefonía o de suministros.** Las contrataciones de viajes, tanto las realizan en comercio como fuera del mismo, con un pequeño aumento en esta última opción.
- ❖ **Las personas mayores se están incorporando poco a poco al mundo digital, pues un 15% ya utiliza o ha utilizado en alguna ocasión Internet para realizar compras.** La franja de edad que opta por esta opción está entre los 60 y los 70 años.

- 
- ❖ Con relación a los **criterios de compra y contratación**, lo primero que tienen en cuenta es el **precio, la calidad y la recomendación de una persona de confianza**, en este orden.
 - ❖ **La información del etiquetado no está entre los primeros criterios de elección** en este colectivo. Y solo el 46% manifiesta tener la costumbre de leerla.
 - ❖ **La mayor parte de las personas encuestadas está acostumbrada a pedir y conservar el ticket, la factura, contrato...** Y algo más de la mitad (53%-64%) tiene el hábito de aclarar cualquier duda antes de decidirse, leer el contrato antes de aceptarlo y solicitar presupuesto previo. Una de las personas encuestadas que seleccionó que no lee nunca el contrato, ha señalado "**por letra pequeña**", **queja recurrente en las personas mayores** durante las sesiones formativas, tanto con relación a los contratos como a las etiquetas de los productos.
 - ❖ **Por otro lado, tienen menos costumbre de comparar diferentes ofertas antes de decidirse** (solo lo hace el 45%), y **menos aún de conservar la publicidad, el folleto de la oferta** (solo el 32%). Por lo que sería interesante buscar la forma de **concienciarles más de la importancia de estos documentos**, sobre todo a la hora de interponer una reclamación.



En cuanto al conocimiento de sus derechos, relacionados con las ventas a domicilio:

Es positivo que...

- ❖ El 87% de las personas encuestadas tiene claro que en ventas a domicilio cuenta con el **plazo de 14 días para desistir del contrato**.
- ❖ El 61% de las personas encuestadas tiene claro que si ha firmado un **contrato para financiar la compra y desiste, éste también se anula**. Aunque sería importante que esta información sea conocida por un mayor porcentaje de personas mayores.

Habría que incidir en las siguientes cuestiones que les son más desconocedoras...

- ❖ El 51% aún no tiene claro que en ventas a domicilio tienen **derecho a echar para atrás el contrato por un cambio de opinión**.
- ❖ El 53% de las personas encuestadas asume erróneamente, que la empresa tiene siempre la obligación de correr con los **gastos de devolución**.
- ❖ El 51% de las personas encuestadas asume erróneamente, que para **anular un contrato** basta con llamar a la compañía para informarles.
- ❖ El 59% de las personas encuestadas cree erróneamente, que el **plazo de desistimiento** comienza en el momento de la firma del contrato, aunque no se haya recibido el producto o puesto en marcha el servicio