

objetivo general:

medir la percepción de la población uruguaya respecto a los eventos de la actualidad; evaluar a los principales líderes políticos; y relevar información acerca de cambios en hábitos de consumo y prácticas sociales, económicas, educativas y sanitarias.

objetivo específico:

relevar comportamientos de compra y modificaciones en las prácticas de consumo.

tipo de estudio (ficha técnica general): encuesta en línea, autoadministrada.

universo: personas mayores de 18 años residentes en todo el país.

período de aplicación: entre el 3 de agosto y el 17 de agosto del 2020.

cantidad de casos: 1082 personas

ponderación: Los datos fueron ponderados por sexo, edad y nivel educativo, según zona; y por voto de octubre 2019.



Obra publicada bajo licencia Creative Commons.

Está permitida su reproducción total o parcial, su distribución, su comunicación pública y la creación de obras derivadas de ella, incluso con fines comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría.

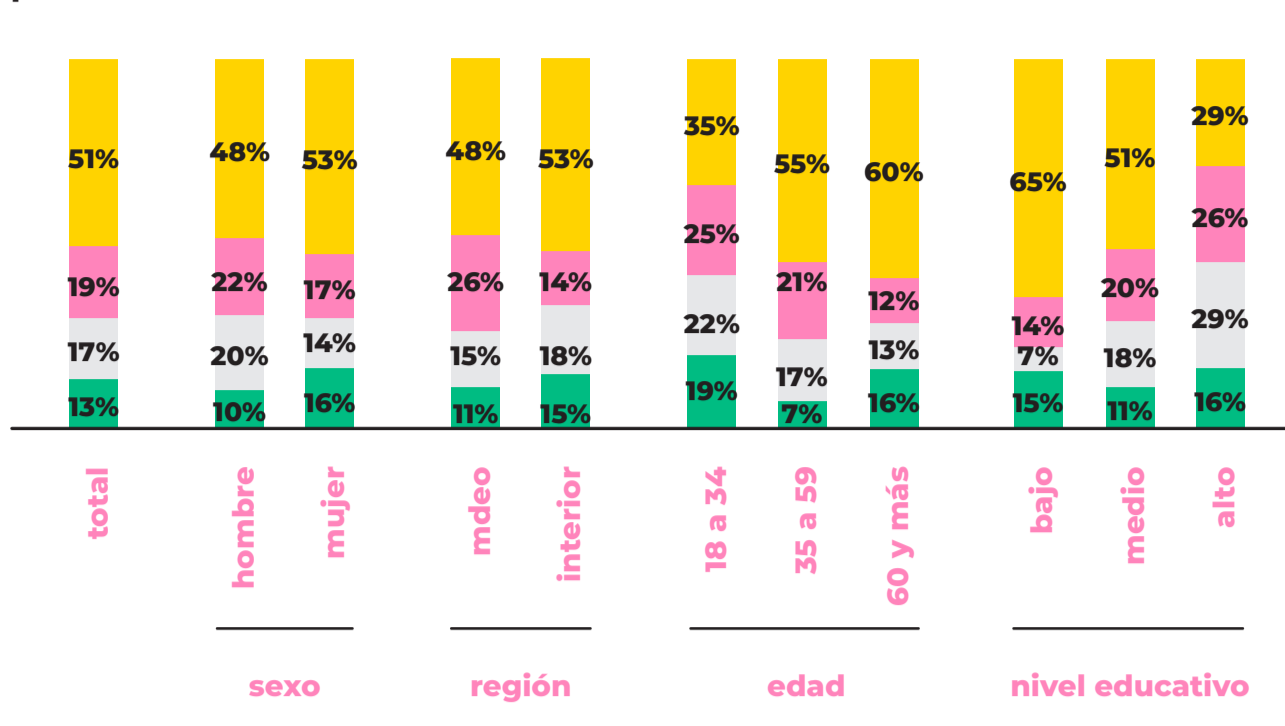
encuesta de opinión pública. mapas de acción setiembre 2020

cosecha de primavera

05: comportamientos de compra y modificaciones en las prácticas de consumo

pensando en tu situación personal dentro del contexto de pandemia por COVID-19, ¿qué dirías de tu consumo o comportamiento respecto a las siguientes categorías?

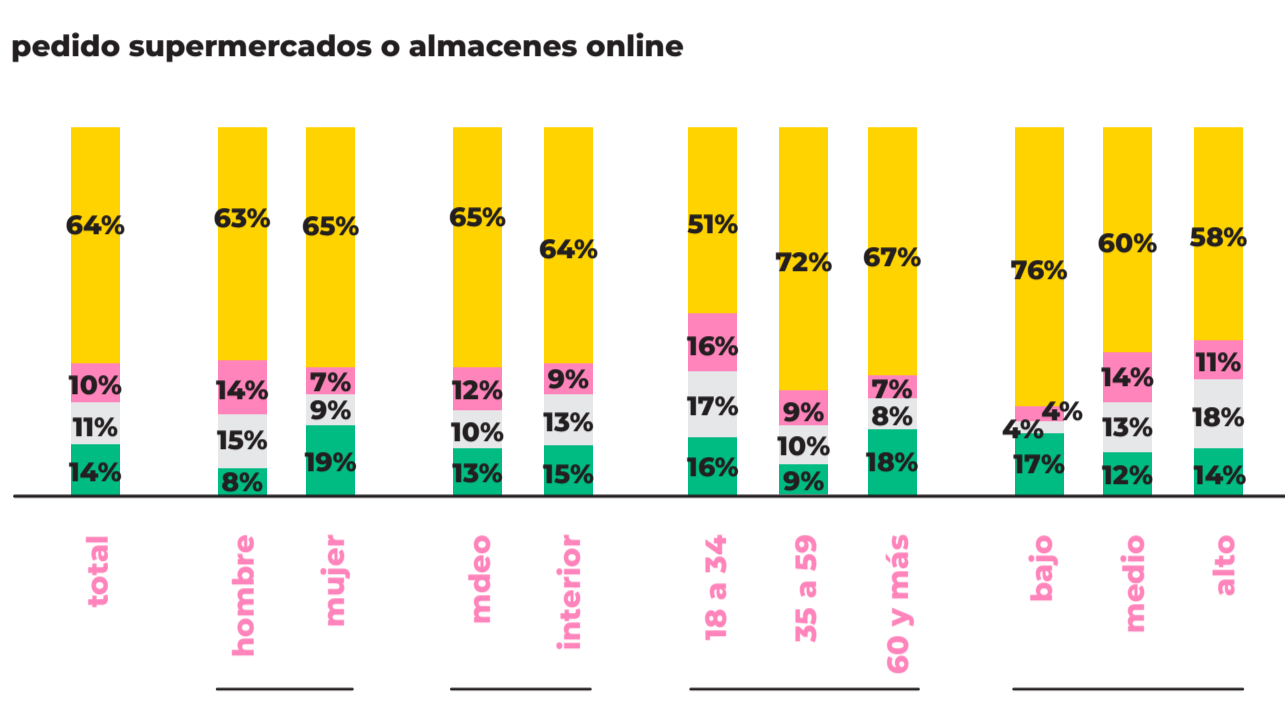
pedido de comida online



respecto al pedido de comida online, 5 de cada 10 (51%) indicó que no realiza pedidos de comida online. De quienes sí realizan pedidos de comida online (49%), casi 2 de cada 10 (19%) declaró que su consumo disminuyó, un 13% indicó que aumentó y 17% sostiene que su consumo en esta categoría se mantuvo.

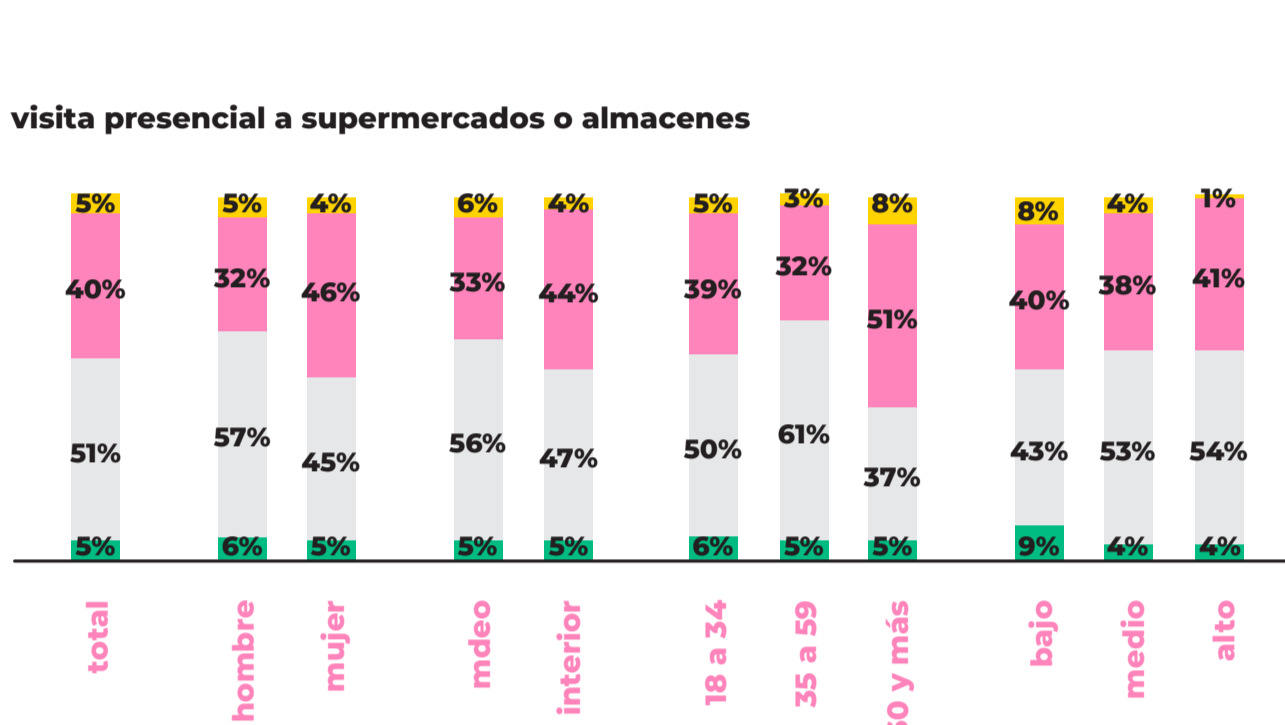
las mujeres (16%) registran un consumo de pedidos de comida online superior a los varones (10%) por 6 puntos porcentuales.

pedido supermercados o almacenes online



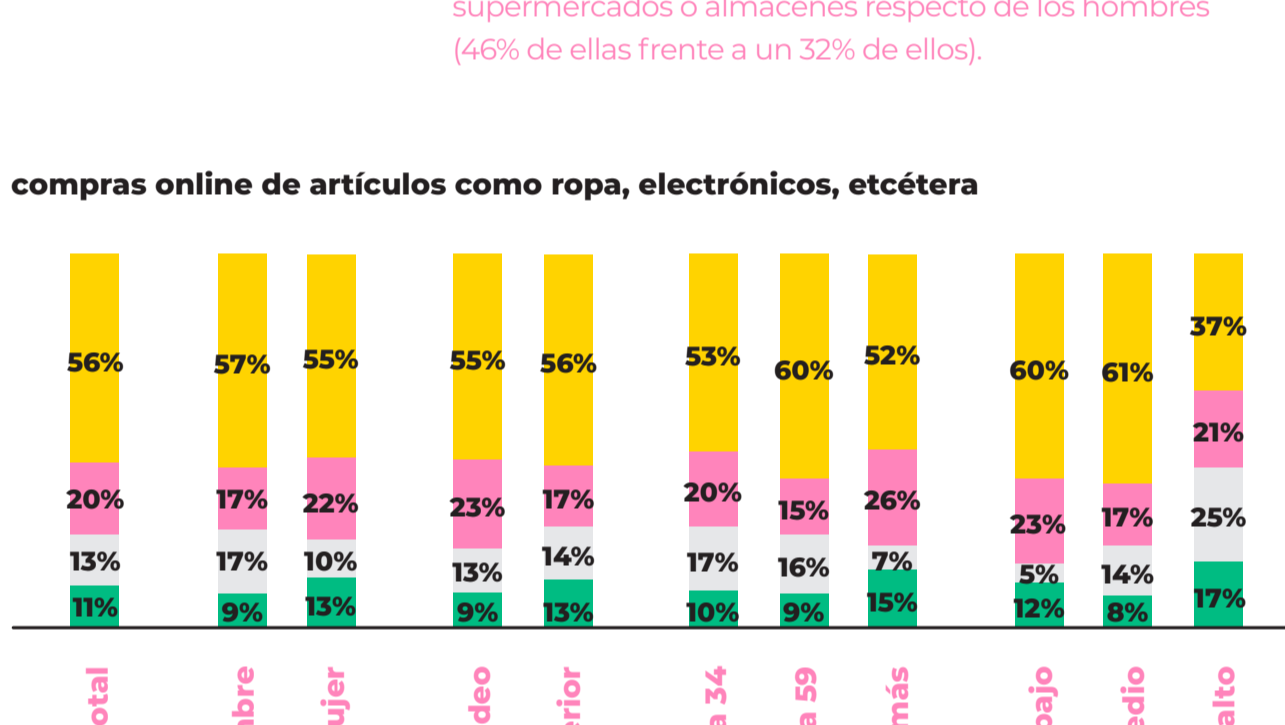
un 64% de las personas encuestadas especificó que no consume pedidos a supermercados o almacenes de manera online. De quienes declararon consumir pedidos online a supermercados o almacenes, casi 2 de cada 10 (19%) de las mujeres consultadas indicó que su consumo aumentó, mientras que los hombres lo hicieron en un 8%.

visita presencial a supermercados o almacenes



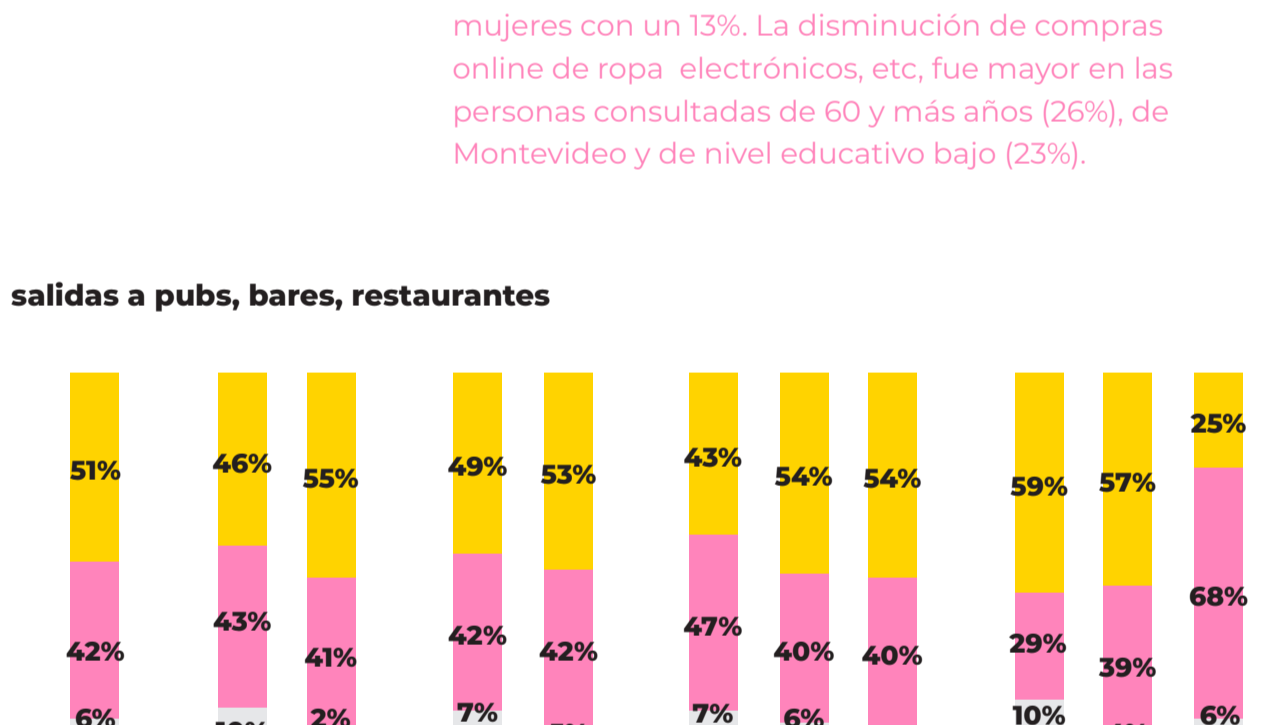
más de 5 de cada 10 personas (51%) indicaron mantener sus visitas presenciales a estos comercios, mientras que 4 de cada 10 (40%) declara que esta modalidad de compra disminuyó. las mujeres encuestadas son las que presentan una mayor disminución de sus visitas a supermercados o almacenes respecto de los hombres (46% de ellas frente a un 32% de ellos).

compras online de artículos como ropa, electrónicos, etcétera



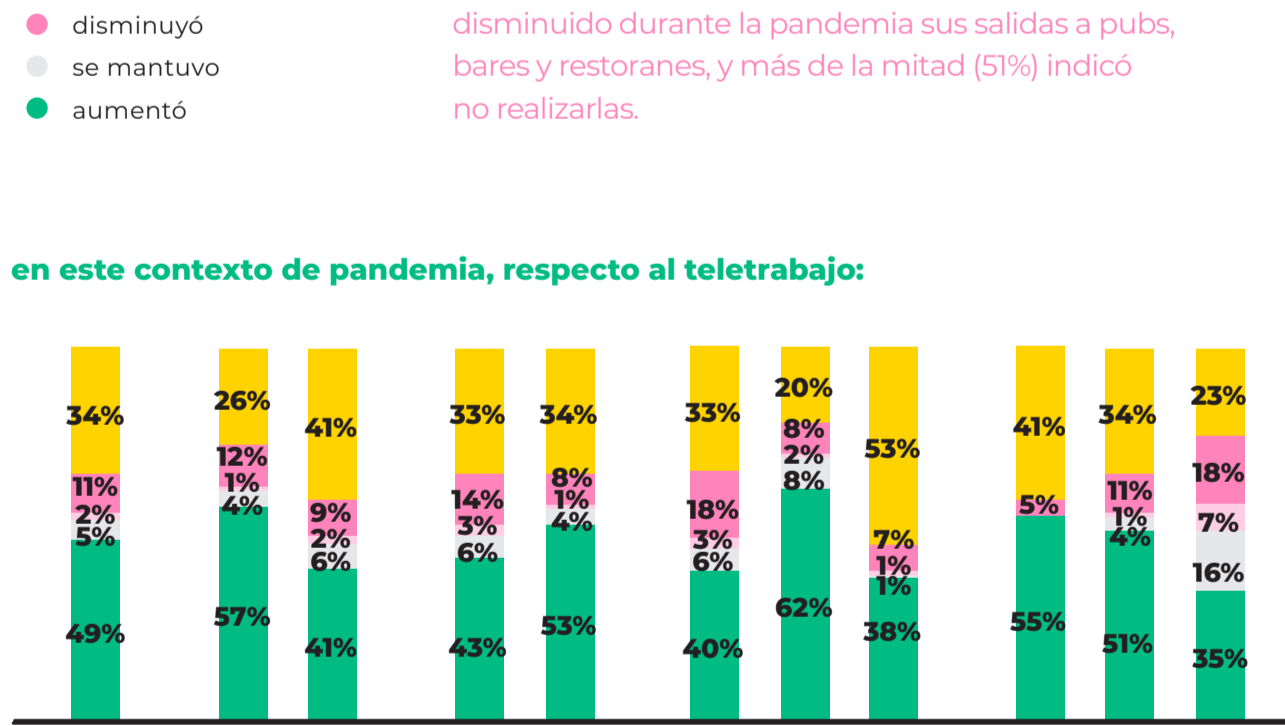
el mayor aumento de compras online de ropa o artículos electrónicos, se presenta con un 17%, en las personas encuestadas de nivel educativo alto. En personas de 60 años o más con un 15%, y en las mujeres con un 13%. La disminución de compras online de ropa, electrónicos, etc, fue mayor en las personas consultadas de 60 y más años (26%), de Montevideo y de nivel educativo bajo (23%).

salidas a pubs, bares, restaurantes



el 42% de las personas encuestadas indicó haber disminuido durante la pandemia sus salidas a pubs, bares y restaurantes, y más de la mitad (51%) indicó no realizarlas.

en este contexto de pandemia, respecto al teletrabajo:



casi 5 de cada 10 (49%) de las personas encuestadas declaró no haber trabajado nunca en modalidad teletrabajo. Asimismo, más de 5 de cada 10 (53%) personas encuestadas que residen en el interior del país tampoco lo hizo. Un 11% de quienes respondieron declara una modalidad mixta (presencial y teletrabajo).

conclusiones

01. las personas encuestadas de Montevideo disminuyeron en un 26% su consumo de pedidos online respecto a quienes residen en el interior, donde se registra un 16% de disminución en esta categoría.

es en el tramo de edad de 18 a 34 años donde casi 2 de cada 10 (19%) declara un aumento de pedidos de comida online.

02. el aumento de pedidos online a supermercados o almacenes se registra en mayor medida entre quienes tienen de 18 a 34 años (16%) y casi 2 de cada 10 (un 18%) de las personas de 60 y más. No se registran grandes diferencias respecto a Montevideo e Interior.

03. más de 5 de cada 10 (56%) residentes en Montevideo, respondieron que mantienen sus visitas a estancias locales.

1 de cada 2 (51%) personas consultadas de 60 años o más, declara disminución de las visitas presenciales a supermercados y almacenes. Es en este tramo de edad donde se registra la mayor disminución de esta modalidad de compra.

04. más de 5 de cada 10 (55%) mujeres consultadas indicaron no realizar salidas a pubs, bares y restaurantes.

casi 5 de cada 10 jóvenes (47%) de 18 a 34 años disminuyeron este tipo de salidas, y casi 7 de cada 10 (68%) de las personas cuyo nivel educativo es alto.

05. casi 6 de cada 10 (57%) hombres y 4 de cada 10 (41%) mujeres consultadas indicaron que nunca teletrabajó en este contexto de pandemia.

el teletrabajo es menos frecuente entre las personas encuestadas de 35 a 59 años (62%) indicaron nunca haber trabajado en esta modalidad, al igual que las personas de nivel educativo bajo (55%) y 51% respectivamente).

un 16% de las personas encuestadas de nivel educativo alto teletrabajó y ya retomó a la modalidad presencial, y casi 2 de cada 10 (18%) de estas lo hizo de manera mixta (presencial y teletrabajo).

visítanos: nomadeconsultora.uy

escribinos: hola@nomadeconsultora.uy

