



UNIVERSITAT
ROVIRA i VIRGILI

Grup de recerca Factor Humà, Organitzacions i Mercats (FHOM)

IMPACTE DE LA CRISI COVID-19 EN ELS HÀBITS DE CONSUM A CATALUNYA EN EL POST- CONFINAMENT

Setembre del 2020



Generalitat de Catalunya
**Agència Catalana
del Consum**

Índex

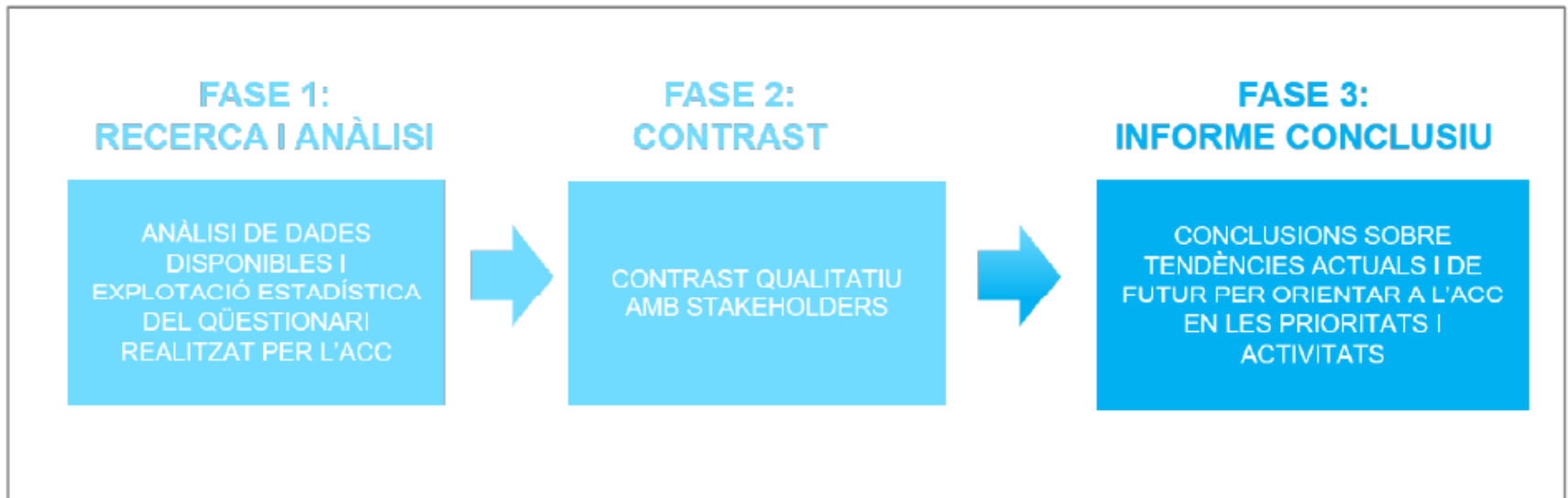
- 1 Introducció
- 2 Impacte en el comportament del consumidor durant la crisi
- 3 Impacte en els canals de compra durant la crisi COVID-19
- 4 Canvis de comportament després de la crisi COVID-19
- 5 Conclusions

INTRODUCCIÓ

OBJECTIU PRINCIPAL

Analitzar l'impacte de la crisi COVID-19 en els hàbits i pautes de consum a Catalunya i com aquest afectarà en les tendències de comportament dels consumidors a mig i llarg termini.

METODOLOGIA



La pandèmia COVID-19 ha impactat de forma indiscutible en el comportament dels consumidors.



- Quins han estat els principals canvis en el nostre comportament?
- Com evolucionaran aquests canvis a mig i llarg termini?
- Aquests canvis seran temporals o permanents?

Estem en una situació de gran incertesa que ens dificulta fer prediccions sobre què passarà.

IMPACTE EN EL COMPORTAMENT DEL CONSUMIDOR DURANT LA CRISI

IMPACTE EN EL COMPORTAMENT DEL CONSUMIDOR DURANT LA CRISI

La COVID-19 ha canviat el comportament del consumidor

Els consumidors han mostrat una sèrie de canvis en el consum durant la pandèmia i, més concretament, durant el període de confinament.

- Una creixent preocupació pel malbaratament d'aliments
- Decisions de compra més saludables
- Elecció de productes més sostenibles
- Més consciència del cost o del preu dels productes
- Compres més a prop de casa
- Més èmfasis en les compres de marques conegudes
- Reducció del nombre de vegades que se surt a fer la compra
- Compres més grans (apilament de productes)
- Compres per altres persones
- Telemedicina



Pixabay

Els consumidors estan preocupats

Existeix una doble preocupació



Por a l'IMPACTE ECONÒMIC

Por d'INFECTAR-SE

Els consumidors estan revaluant les seves prioritats per la por a infectar-se i per la repercussió econòmica de la pandèmia.

IMPACTE EN ELS CANALS DE COMPRA DURANT LA CRISI COVID-19

Increment de les compres *online*

Durant el confinament s'incorporen **nous** consumidors a la compra *online*.

Així mateix, alguns consumidors que abans compraven *online*, han deixat de fer-ho durant aquest període.



Freepik

Increment de les compres en comerços locals

Davant de la restricció de moviments, sovint els consumidors es dirigeixen a botigues locals, més petites i properes.

Supermercats urbans i botigues de proximitat adquireixen més protagonisme durant la crisi COVID-19



Freepik

CANVIS DE COMPORTAMENT DESPRÉS DE LA CRISI COVID-19

Durant les diferents etapes de la crisi, des del confinament i tancament inicial fins a la lenta reobertura per fases del país, els patrons de comportament dels consumidors han anat evolucionant.

És molt difícil de predir quins canvis hi haurà en el comportament dels consumidors, quins comportaments quedaran arrelats i continuaran en un futur i quins nous hàbits, adquirits com a resposta a la crisi, desapareixeran.

Un consumidor més ètic?

1 de cada 3 consumidors considera que el seu consum és molt responsable.

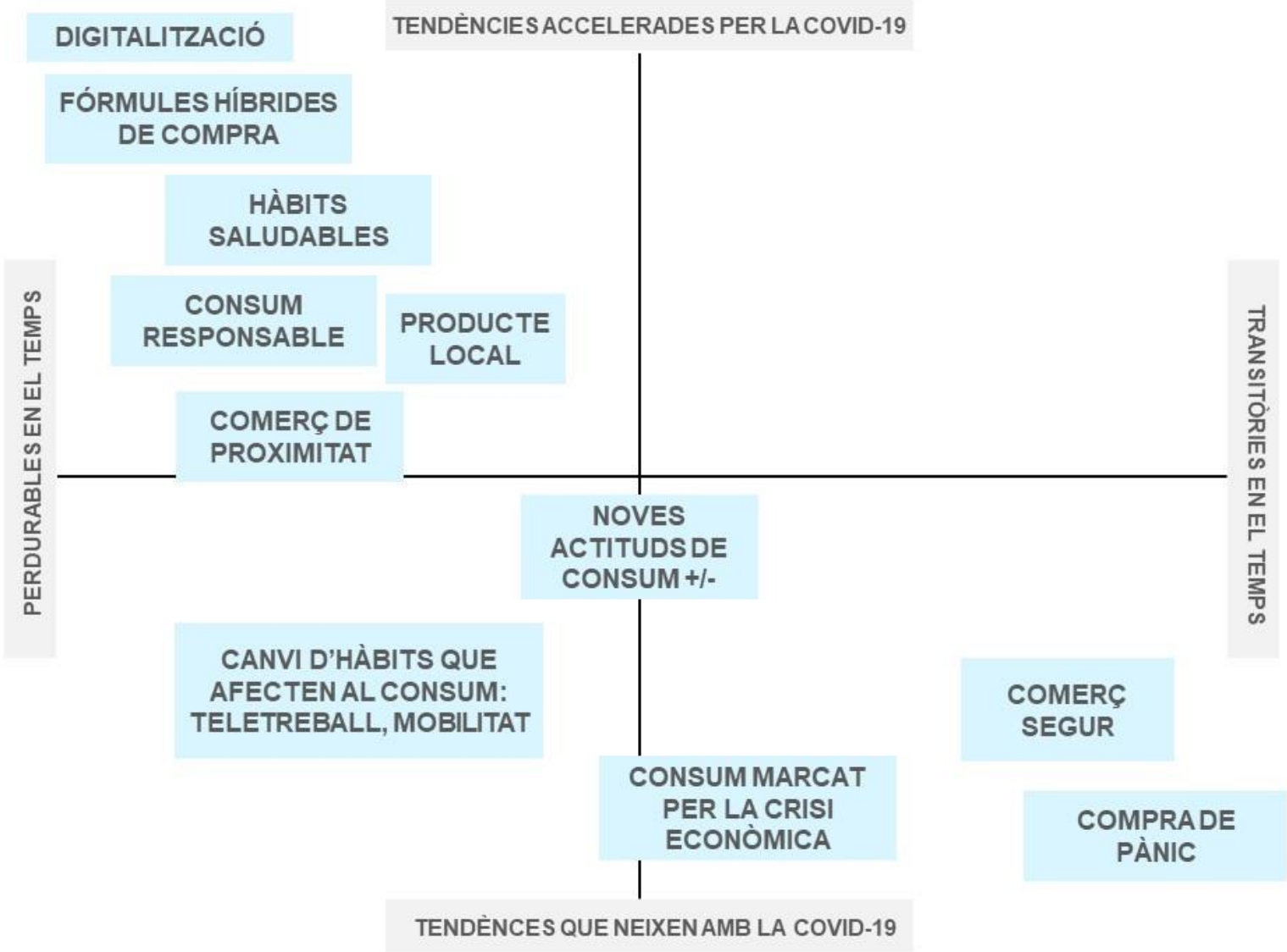
GESOP (2020)

Es tracta d'una visió molt optimista.

Sembla que és una tendència que la crisi COVID-19 ha accelerat.

CONCLUSIONS

CONCLUSIONS



[Inici](#)[L'Agència](#)[El consum](#)[Consultes i reclamacions](#)[Recomanacions](#)[Actualitat](#)[Contacte](#)[Empreses](#)[Inici](#) > [El consumidor post COVID-19 ...](#)

El consumidor post COVID-19 serà més ètic i més digital

[← Torna](#)

La directora de l'Agència Catalana del Consum (ACC), Beth Abad, ha presentat avui l'estudi "Impacte de la crisi COVID-19 en els hàbits de consum a Catalunya en el post-confinament", impulsat per l'ACC i elaborat pel grup de recerca FHOM de la Universitat Rovira i Virgili, amb l'objectiu d'identificar els nous hàbits i pautes de consum que han sorgit arran de la crisi sanitària, conèixer com s'està adaptant a la nova situació el teixit empresarial i determinar les tendències actuals (confinament) i de futur (post-confinament) pel que fa al comportament dels consumidors.

22/06/2020 | 13:42

DIGITALITZACIÓ



FÓRMULES HÍBRIDES DE COMPRA

HÀBITS SALUDABLES

CONSUM RESPONSABLE

PRODUCTE LOCAL

TENDÈNCIES ACCELERADES PER LA COVID

- Vídeo de la presentació de l'estudi
- Informe complet de l'estudi "Impacte de la COVID-19 en els hàbits de consum post-confinament"  [1,04 MB]
- Presentació de l'estudi "Impacte de la COVID-19 en els hàbits de consum" 

<http://consum.gencat.cat/ca/detalls/noticia/Consumidor-post-COVID>



MOLTES GRÀCIES PER LA
VOSTRA ATENCIÓ



UNIVERSITAT
ROVIRA i VIRGILI

Grup de recerca Factor Humà, Organitzacions i Mercats (FHOM)



Generalitat de Catalunya
**Agència Catalana
del Consum**