



GOBIERNO DE
EL SALVADOR

DEFENSORÍA
DEL CONSUMIDOR

ENCUESTA

“Hábitos de consumo en el marco del Viernes Negro 2021”

Defensoría del Consumidor

Unidad de Análisis de Consumo y Mercados (UACM)

Noviembre 2021

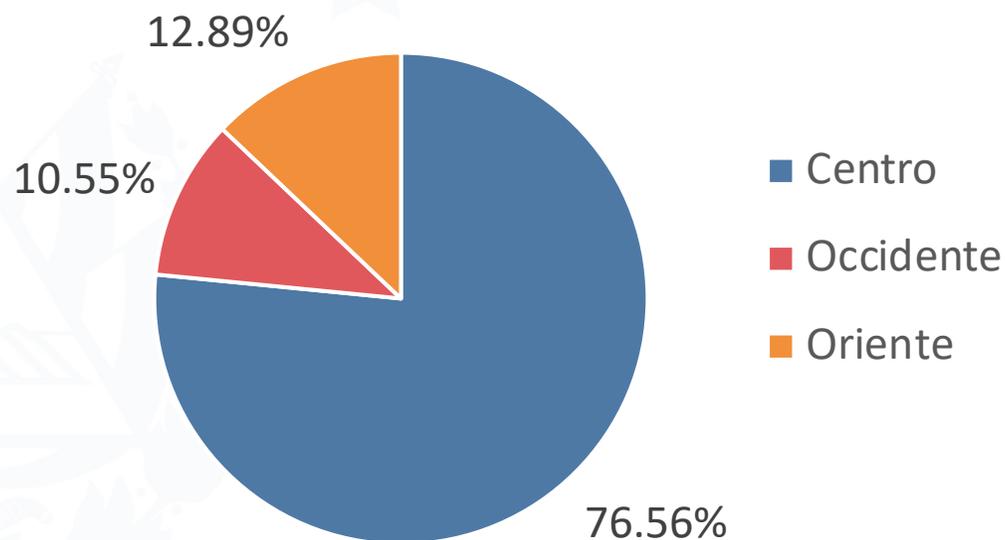


Ficha Técnica

- **Objetivo:** Identificar las preferencias y hábitos de consumo de las personas consumidoras durante la temporada de compras del Viernes Negro 2021 en El Salvador.
- **Población objetivo:** Consumidores mayores de 15 años.
- **Método de sondeo:** Encuestas virtuales a través de los medios de comunicación oficial de la DC (sitio web de la DC y redes sociales (Facebook y Twitter)).
- **Período de elaboración de la encuesta:** del 1 al 14 de noviembre de 2021.
- **Encuestas a nivel nacional:** 256.

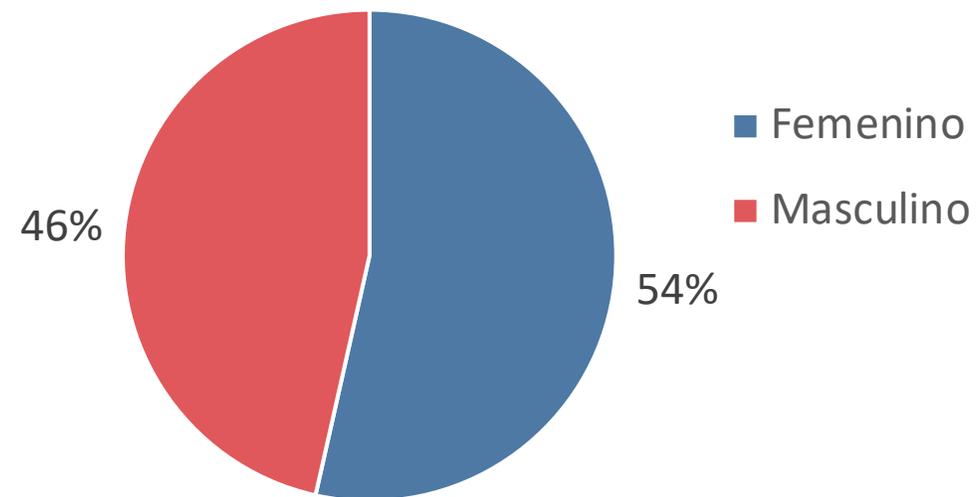
Características de la muestra

Encuestas por región



El **76.56%** del total de encuestas corresponden a la zona Centro, mientras que en el **Oriente** y **Occidente**, los porcentajes alcanzan el **12.89%** y **10.55%**, respectivamente.

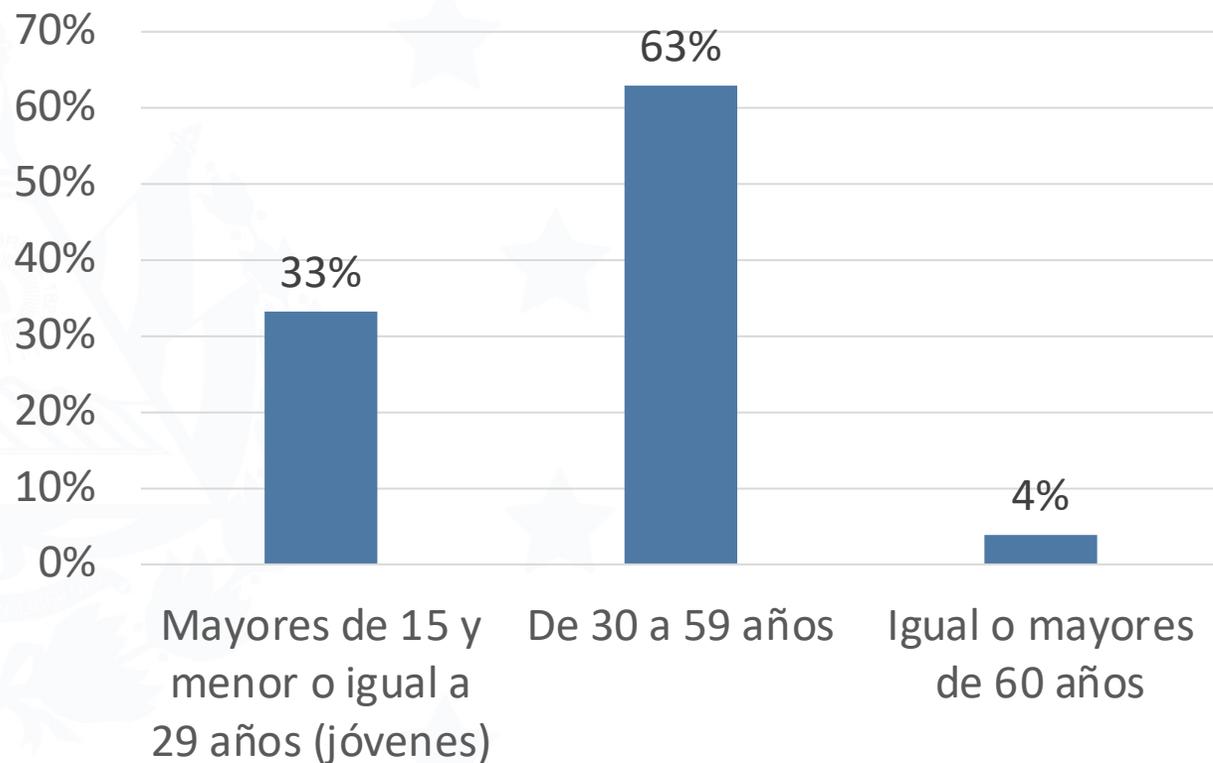
Encuestas por género



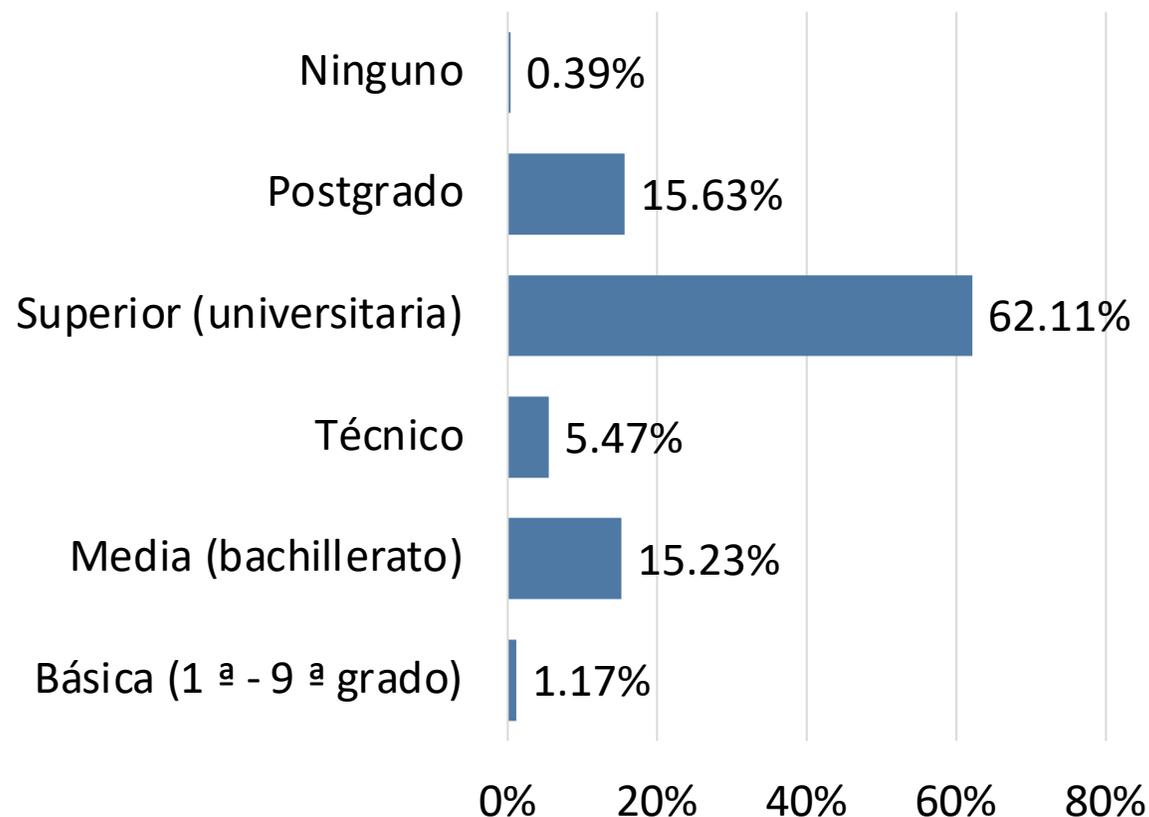
De las 256 encuestas virtuales, el **54% (137)** fueron respondidas por **mujeres**, y el **46% (119)** por **hombres**.

Rango de edad y Nivel educativo

Por edad



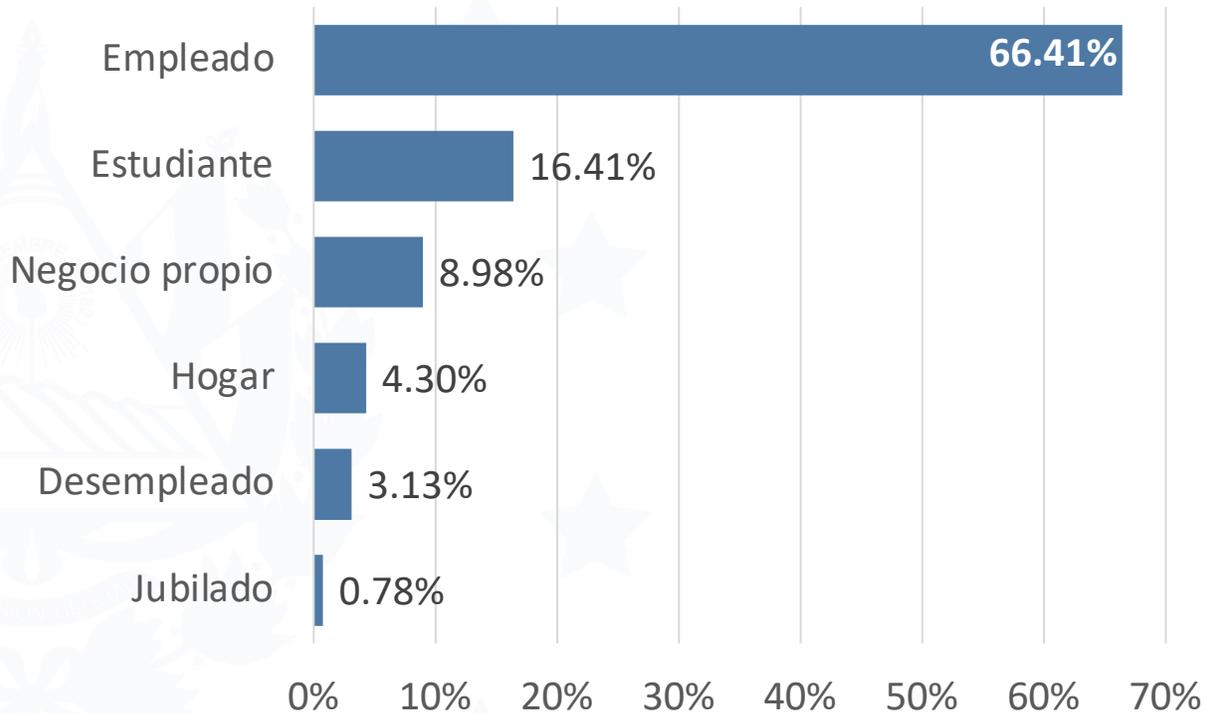
Nivel educativo



Respecto al nivel de educación de las personas encuestadas, el nivel **Superior (universitario)** es el que presenta mayor porcentaje con el **62.11%**; seguido de **Postgrado** con el **15.63%** y **Educación Media** con **15.23%**.

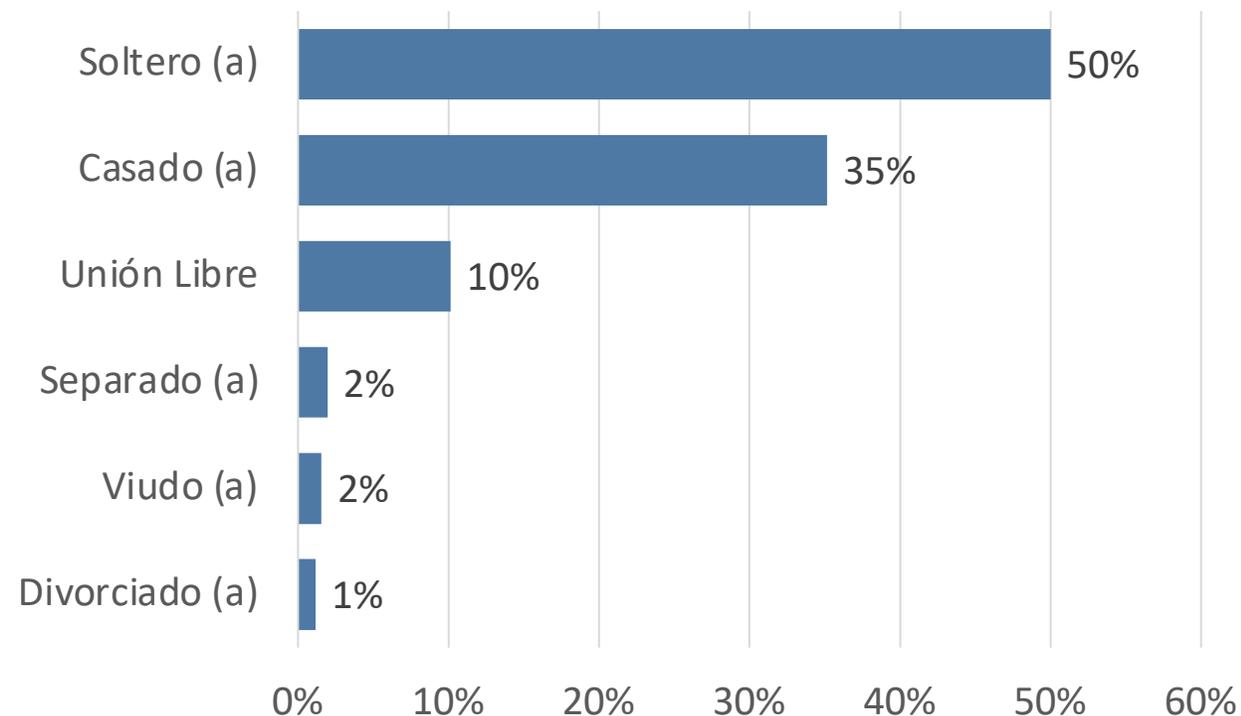
Ocupación y estado civil

Ocupación de las personas encuestadas



El **91,8%** de los encuestados mayoritariamente está en condición de: **Empleado (66.41%), Estudiante (16.41%) y Negocio propio (8.98%).**

Estado civil (tipo de relación)



La mitad (**50%**) de los encuestados reporta un estado civil de Soltero; y el **45%** expresó estar en **algún tipo de relación: Casado 35% y Unión Libre 10%.**

Resultados de la encuesta Viernes Negro 2021

¿Realizará compras durante el viernes negro?

¿Conoce qué es el Viernes Negro?	Sí (99%) / No (1%)
¿Realizará compras en Viernes Negro?	Sí (37.50%) / No (62.50%)
¿Comprará en otros días de oferta?	Sábado (46%) / Domingo (17%) Lunes - Cyber Monday (38%)

Motivos personales y económicos por los que no adquirirá producto durante el Viernes Negro 2021

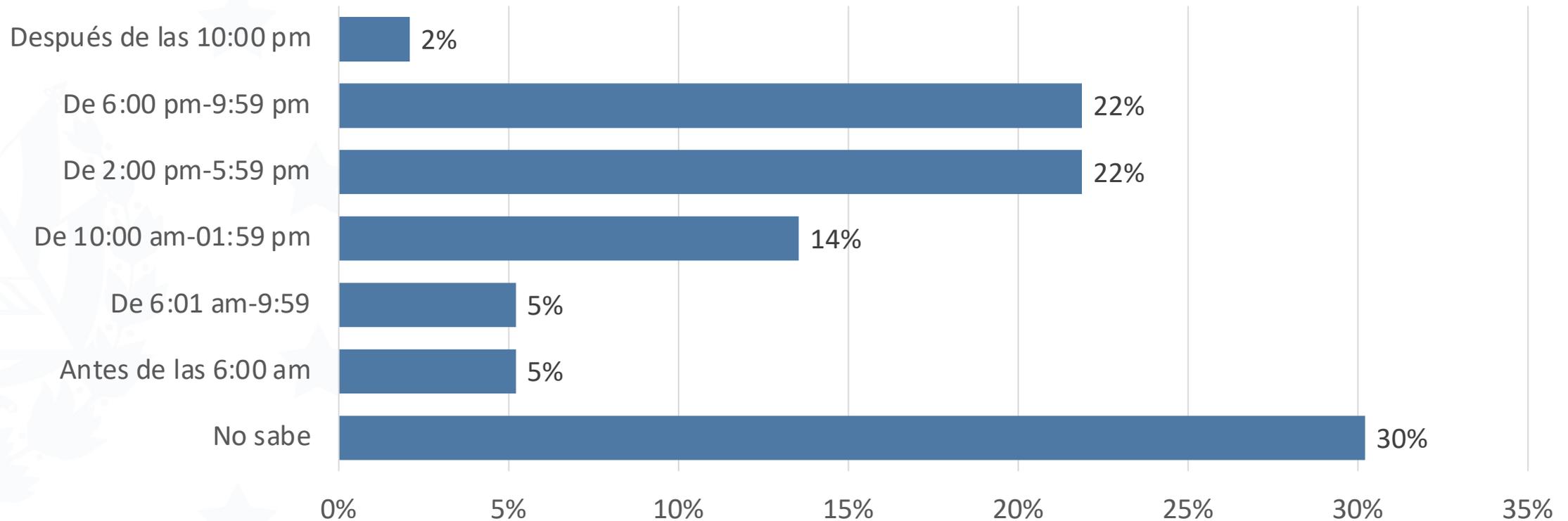
- Prefiere ahorrar que gastar (65%)
- Muchas aglomeración de personas (30%)
- Es una fecha comercial (27%)
- No tiene dinero (26%)
- Las ofertas no son llamativas (20%)

- El **30%** no hará compras para **evitar aglomeraciones**, como medida de autocuidado ante la pandemia.

- Quienes no realizarán compras el Viernes Negro, mayoritariamente, **prefieren ahorrar que gastar (65%)**.

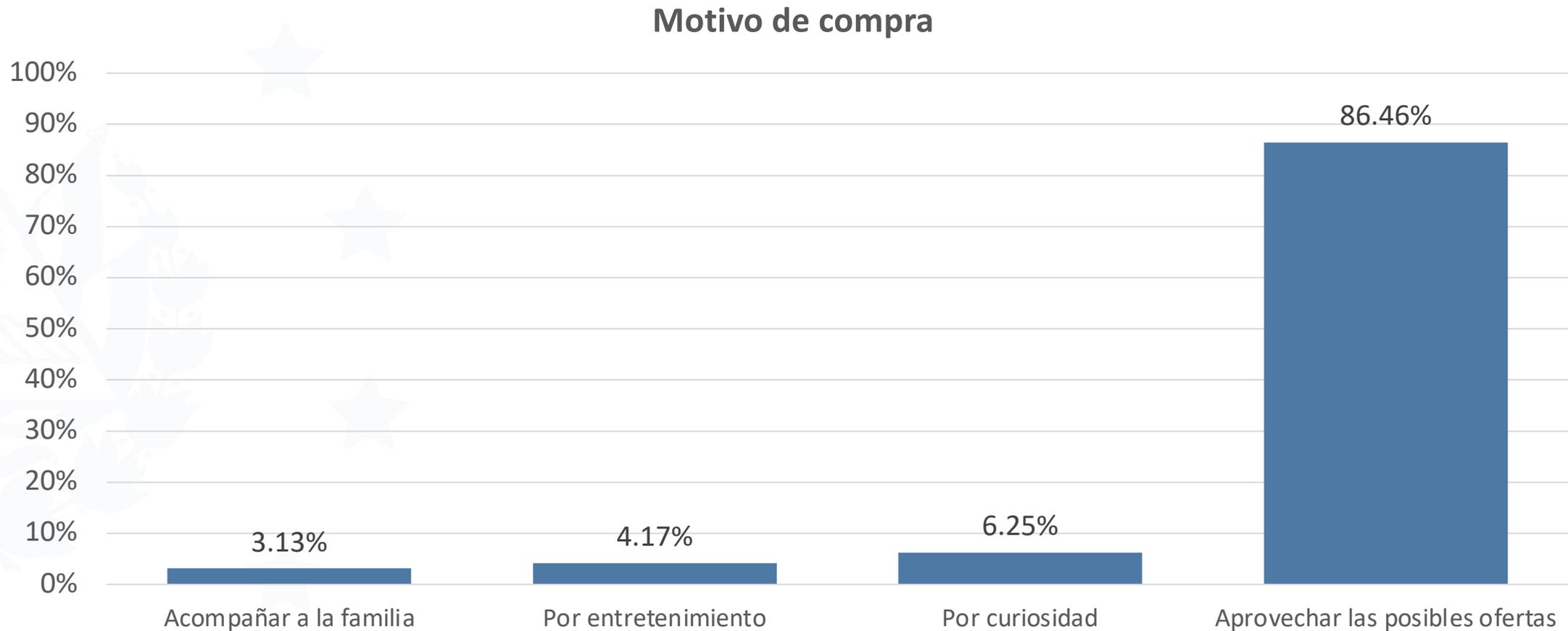
Hora estimada que planea realizar compras durante el Viernes Negro 2021

Hora estimada de comprar



- La mayoría de encuestados comprará en **horario de 2 pm a 5:59 pm; y de 6 pm a 9:59 pm**, ambos con el **22%**.

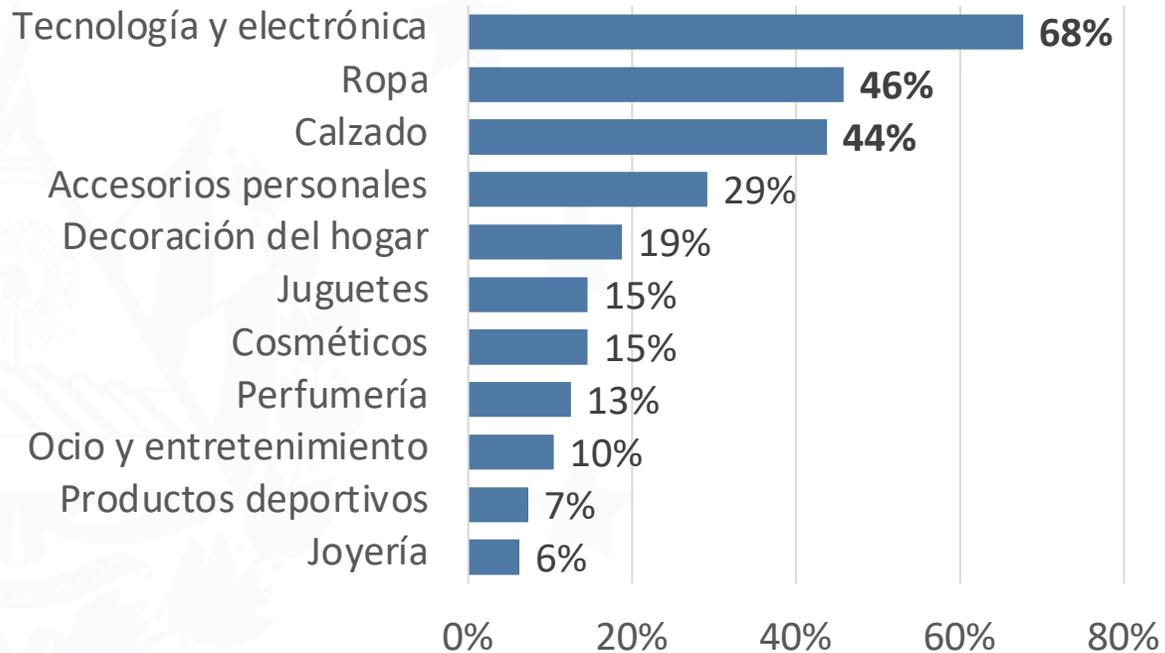
Motivo por la que planea realizar compras durante el Viernes Negro 2021



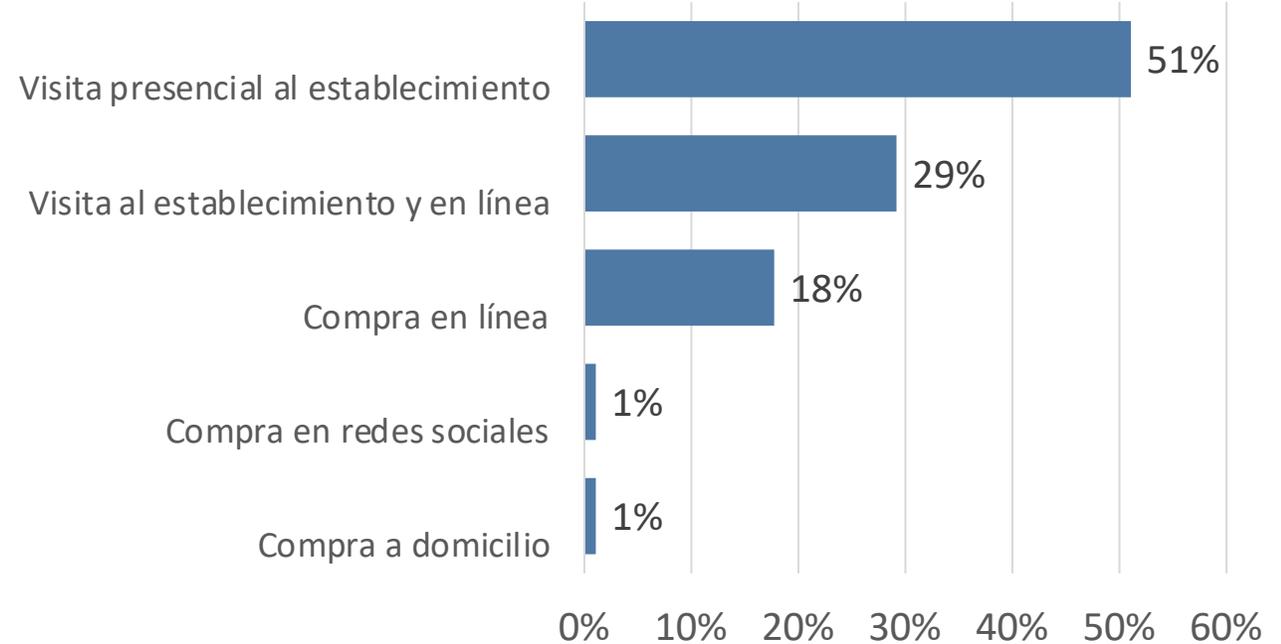
La razón principal de compra: **Aprovechar las posibles ofertas (86.46%).**

¿Qué artículos adquirirá durante el Viernes Negro y qué modalidad de compra utilizará?

Categoría de artículo a adquirir



Modalidad de compra

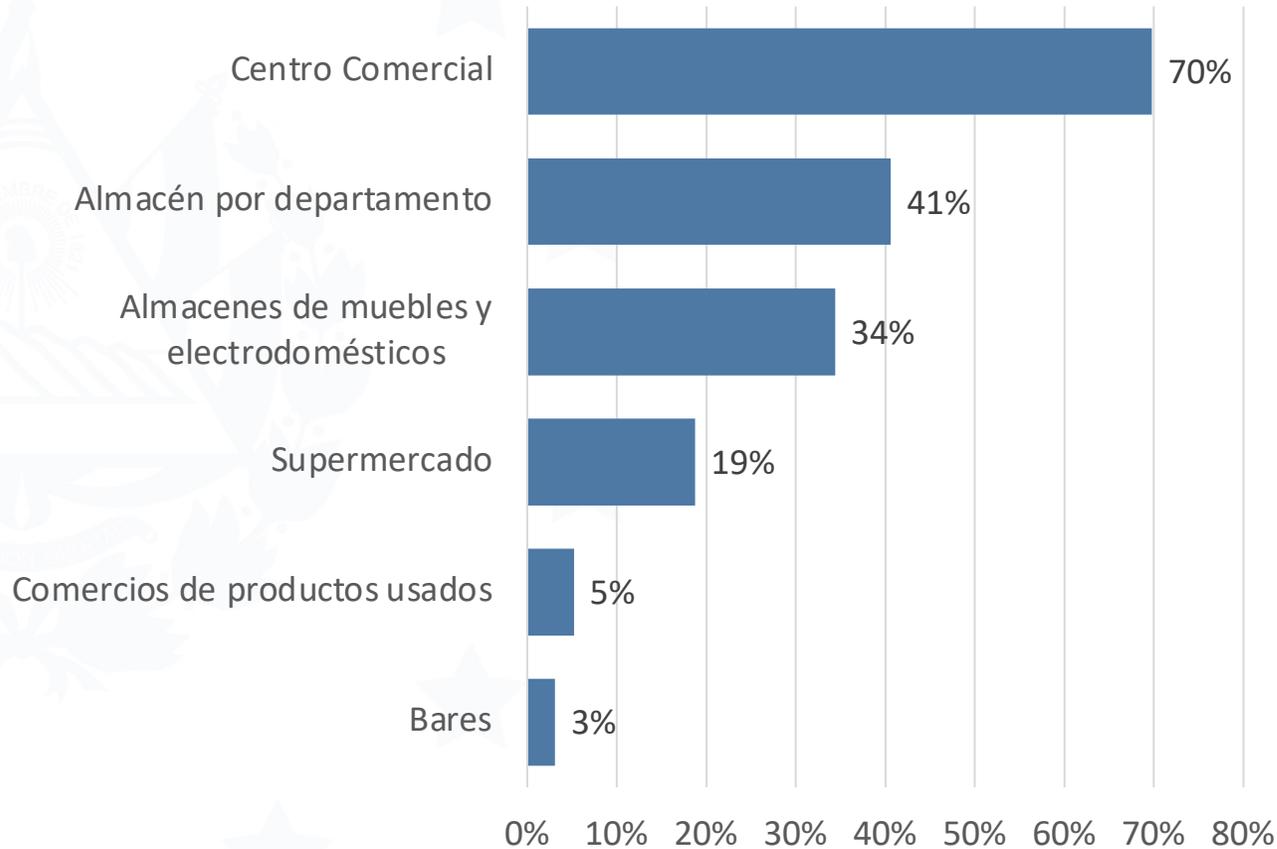


*En tipo de artículo y Modalidad de compra las personas encuestadas podían elegir más de una opción.

- Respecto a la categoría del artículo a adquirir, **Tecnología y electrónica (68%)**, seguido por **ropa (46%)** y **calzado (44%)**.
- En cuanto a la modalidad de compra, lo harán de forma **presencial en los establecimientos (51%)**.

Percepción de los consumidores frente a la publicidad y las promociones y ofertas

Tipo de establecimiento a visitar



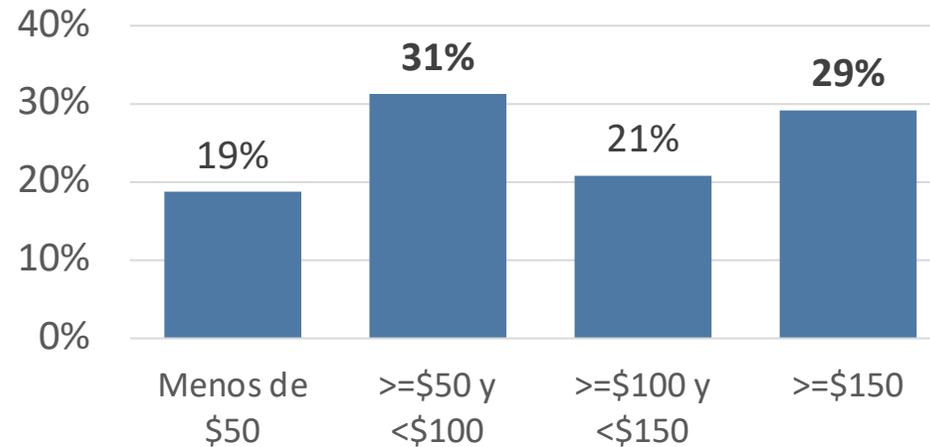
*En pregunta, las personas encuestadas podían elegir más de una opción.

- 70% de los encuestados realizará compras en centro comercial, seguido por Almacenes por departamento con el 41%.
- Consumidores advierten que **proveedores NO ofrecen los precios más bajos (62.50%)**, y que la **publicidad tampoco está apegada respecto a la compra (52%)**.
- **59% de los encuestados cree que los proveedores ofrecen falsos descuentos**; la mitad con un 23%.

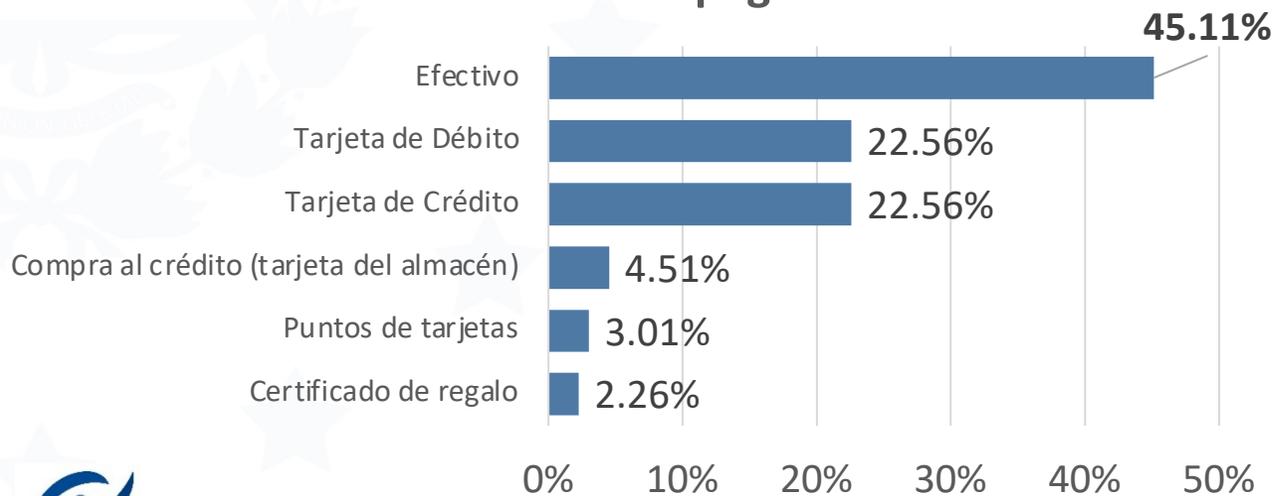
¿Son los precios más bajos del año?	No sabe (18.75%) Sí (18.75%) No (62.50%)
¿La publicidad está apegada a la compra?	No (52%) Sí (28%) No sabe (20%)
¿Se dan descuentos falsos en los productos ofrecidos?	Sí, la mayoría de comercios 59% La mitad al menos 23% Muy pocos lo hacen 16% No, ningún comercio 2%

El gasto de los consumidores

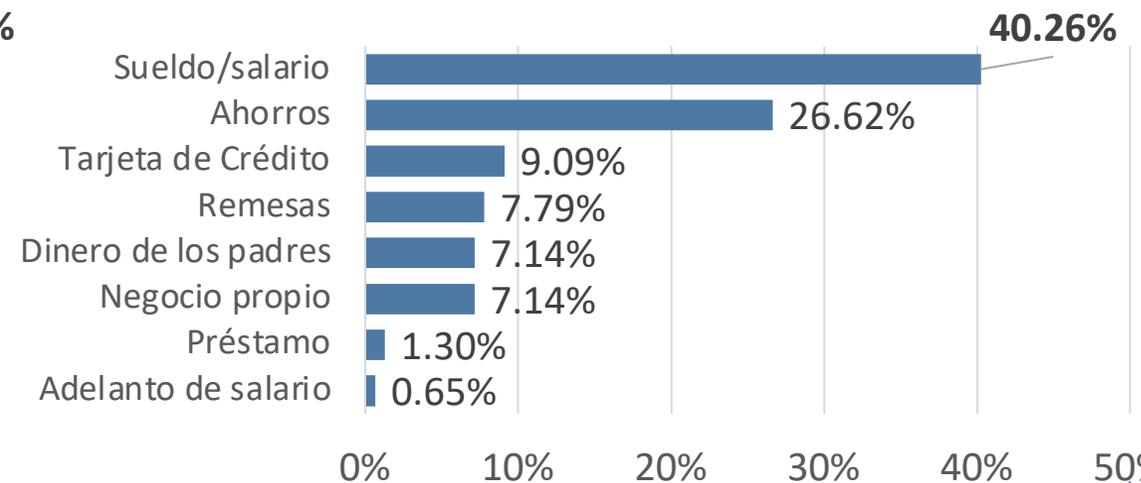
Rango de gasto



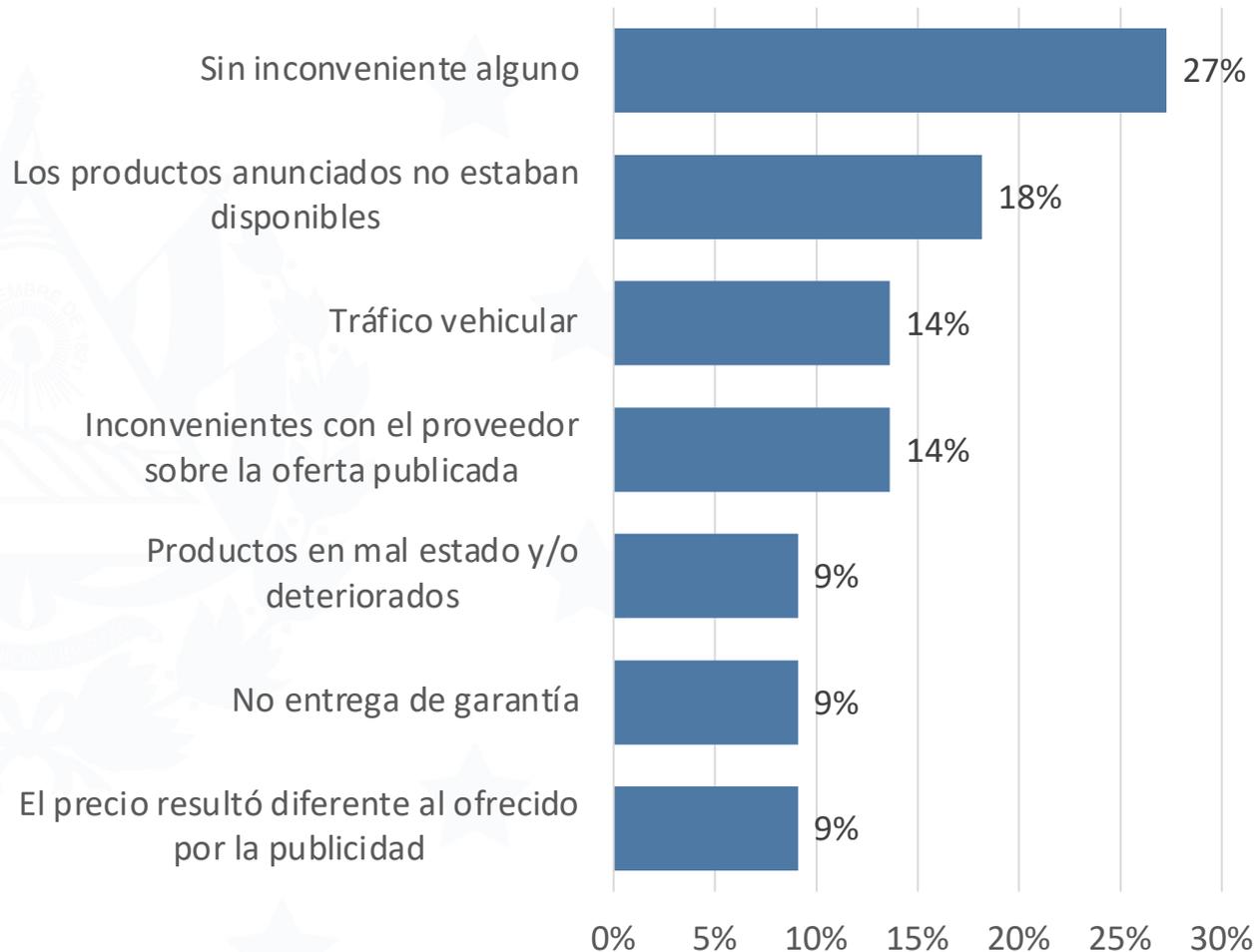
Medio de pago



Procedencia del dinero



Si adquirió bienes y servicios durante 2020 experimentó alguna de las siguientes situaciones en la relación de consumo



• Al consultar si durante el Viernes Negro 2020 experimentaron alguna de las siguientes situaciones, se identificó lo siguiente:

- El 18% indica que Los productos anunciados no estaban disponibles.
- El 14% manifestó inconformidad con el Tráfico vehicular, así como Inconvenientes con el proveedor sobre la oferta publicada.
- Finalmente el 9% (las tres categorías) de las personas encuestadas manifestó problemas con Productos en mal estado y/o deteriorados, No entrega de garantía y que El precio resultó diferente al ofrecido por la publicidad.
- El 27% no tuvo inconveniente alguno.

Conclusiones sobre principales hábitos de consumo de los consumidores

1. A pesar de que la mayoría de personas encuestadas conoce el significado del Viernes Negro (99%), sólo el 37.50% realizará compras durante la temporada 2021.
2. La mayoría de personas encuestadas (44%) expresa que realizará compras desde las 14:00 horas hasta las 21:59. La razón principal de compra es porque desean **aprovechar las posibles ofertas (86%)**.
3. Entre las categorías de los productos a adquirir, los **Artículos de Tecnología y electrónicos** representan la mayor demanda con al menos el 68%, sobre la modalidad de compra la visita presencial a los establecimientos será la de mayor recurrencia con un 51%.
4. Los consumidores preferentemente visitarán los Centro Comercial (70%), seguido por Almacenes por departamento (41%).
5. El rango de gastos para compras es: **> =\$50 y <\$100 (31%)**, y el medio de pago de mayor uso será **Efectivo con el 45.11%**.
6. La procedencia del dinero para compras es el Sueldo/Salario (40.26%).
7. Las principales problemáticas identificadas en 2020: 18% Productos ofrecidos no estaban disponibles al momento de la compra, 14% problemas con el Tráfico vehicular, 9% Productos en mal estado y/o deteriorados, 9% No entrega de garantía y 9% el precio resultó diferente al ofrecido en la publicidad.

¡MUCHAS GRACIAS!