

el gasto de la Comunidad (concentran un 24,8 % sobre el total).

Atendiendo al volumen de ingresos del hogar, conviene resaltar que el grupo de hogares que obtienen entre 1.000 y 1.499 euros, es el más representativo (23,8%).

La mayoría de los consumidores castellano-manchegos adquieren los productos cárnicos, el pescado y las frutas y verduras en comercios tradicionales y supermercados de la ciudad.

Los productos textiles se adquieren, principalmente, en establecimientos franquiciados (69,2%), mientras que el calzado se compra en el comercio tradicional (82,6%).

Para comprar productos de droguería y aseo personal, se acude al comercio especializado (47,6%), supermercados (37,2%) e hipermercados (5,7%).

El formato comercial al que se acude habitualmente para realizar la compra de muebles es el comercio especializado (51,3%) y las grandes superficies (11,7%), principalmente.

Los electrodomésticos se compran



Otro elemento analizado se refiere a los principales indicadores de calidad del comercio en la región.

en comercio tradicional especializado (62,8%). También presenta cierta importancia relativa las grandes superficies, acentuándose sobre todo aquí, en Ciudad Real.

Otro elemento analizado se refiere a los principales indicadores de calidad del comercio en la región. Los consumidores de CLM valoran los aspectos de calidad entre puntuaciones de 3 y 4 (estableciendo una escala de 1 a 5). El consumidor considera que los productos tienen buena calidad, las zonas comerciales son relativamente accesibles, las instalaciones son adecuadas, etc., y en general, la calidad global del comercio de la región, es buena.

Las valoraciones obtenidas en el caso de Ciudad Real, presentan equivalencias con el conjunto de los consumidores de Castilla-La Mancha. Un elemento importante es que el tiempo que el consumidor espera en los establecimientos comerciales de Ciudad Real es mayor que en el conjunto de los comercios de la región.

Finalmente, Castilla-La Mancha es una de las comunidades autónomas donde los movimientos migratorios interiores han tenido una incidencia más notable.

Lucio Moreno destacó que este estudio supone una nueva herramienta de información para el sector comercial. Según sus palabras: "Se convierte en una radiografía fiable de la situación y percepción sobre la calidad recibida por los consumidores de la región, intentando ser un punto de partida para las nuevas políticas, planos de promoción e iniciativas relacionadas con el consumo de Castilla-La Mancha".

El director provincial del Instituto de Consumo, Jesús Montalvo, añadió que este estudio también ha permitido evaluar el grado de satisfacción del consumidor que, en el caso de CLM, es alto; indicando, igualmente, que este estudio se ha podido llevar a cabo gracias al convenio de colaboración suscrito entre el Consejo Regional de Cámaras de Castilla-La Mancha, la Dirección General de Consumo y la Universidad de Castilla-La Mancha.

OBJETIVOS PRINCIPALES DE ESTE ESTUDIO

- ❖ Evaluar la conformidad y satisfacción de los consumidores con la calidad de los servicios recibidos.
- ❖ Conocer los hábitos de consumo y compra del consumidor.
- ❖ Identificar las cuestiones que generan mayor sensibilidad en materia de consumo.
- ❖ Actualizar los indicadores y parámetros más significativos con relación a la calidad recibida en servicios y productos.
- ❖ Promover un posicionamiento del comercio de CLM, acorde con las características detectadas en los consumidores.