

# Compra de alimentos por medios virtuales

Esta encuesta está dirigida a conocer los hábitos de compra de alimentos de la población costarricense, particularmente para canales virtuales de compra, lo anterior como parte de las actividades del proyecto de investigación 736-C1-111 de la Universidad de Costa Rica. La encuesta tiene una duración de 10 minutos y es totalmente confidencial. Agradecemos su participación y su tiempo en responder!

**\*Obligatorio**

## Lugar de residencia

1. Su provincia de residencia habitual es: \*

*Marca solo un óvalo.*

- San José *Salta a la pregunta 4*
- Guanacaste *Salta a la pregunta 3*
- Limón *Salta a la pregunta 2*
- Puntarenas *Salta a la pregunta 8*
- Alajuela *Salta a la pregunta 5*
- Heredia *Salta a la pregunta 7*
- Cartago *Salta a la pregunta 6*
- NS/NR

Limón

## 2. Cantón

*Marca solo un óvalo.*

- Limón
- Pococí
- Siquirres
- Talamanca
- Matina
- Guácimo
- NS/NR

*Salta a la pregunta 9*

Guanacaste

## 3. Cantón

*Marca solo un óvalo.*

- Liberia
- Nicoya
- Santa Cruz
- Cañas
- Tilarán
- Hojancha
- Abangares
- La Cruz
- Carrillo
- Bagaces
- Nandayure
- NS/NR

*Salta a la pregunta 9*

San José

#### 4. Cantón

*Marca solo un óvalo.*

- San José
- Escazú
- Desamparados
- Puriscal
- Tarrazú
- Aserrí
- Mora
- Goicoechea
- Santa Ana
- Alajuelita
- Vázquez de Coronado
- Acosta
- Tibás
- Moravia
- Montes de Oca
- Turubares
- Dota
- Curridabat
- Pérez Zeledón
- León Cortés Castro
- NS/NR

*Salta a la pregunta 9*

Alajuela

## 5. Cantón

*Marca solo un óvalo.*

- Alajuela
- San Ramón
- Grecia
- San Mateo
- Atenas
- Naranjo
- Palmares
- Poás
- Orotina
- San Carlos
- Zarcero
- Sarchí
- Upala
- Los Chiles
- Guatuso
- Río Cuarto
- NS/NR

*Salta a la pregunta 9*

Cartago

## 6. Cantón

*Marca solo un óvalo.*

- Cartago
- Paraíso
- La Unión
- Jiménez
- Turrialba
- Alvarado
- Oreamuno
- El Guarco
- NS/NR

*Salta a la pregunta 9*

Heredia

## 7. Cantón

*Marca solo un óvalo.*

- Heredia
- Barva
- Santo Domingo
- Santa Bárbara
- San Rafael
- San Isidro
- Belén
- Flores
- San Pablo
- Sarapiquí
- NS/NR

*Salta a la pregunta 9*

Puntarenas

## 8. Cantón

*Marca solo un óvalo.*

- Puntarenas
- Esparza
- Buenos Aires
- Montes de Oro
- Osa
- Quepos
- Golfito
- Coto Brus
- Parrita
- Corredores
- Garabito
- NS/NR

*Salta a la pregunta 9*

## Información personal

## 9. Su edad en años cumplidos es \*

---

## 10. Su sexo es \*

*Marca solo un óvalo.*

- Mujer
- Hombre
- Prefiere no indicarlo

11. El último título académico que obtuvo fue \*

*Marca solo un óvalo.*

- Escuela
- Colegio
- Universidad
- No tiene títulos académicos
- NS/NR

12. ¿Cuántas veces a la semana se hacen compras de alimentos (vegetales, frutas, carnes, lácteos, panadería) y bebidas no alcohólicas en su hogar? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Todos los días
- Solamente una vez a la semana
- De 2 a 4 veces por semana
- Una vez por quincena/mes
- NS/NR

13. ¿Las veces a la semana que se hacen compras de los alimentos anteriores en su hogar cambiaron debido a la pandemia del COVID-19? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Antes de la pandemia se compraban alimentos con más frecuencia
- Antes de la pandemia se compraban alimentos con menos frecuencia
- Se compran alimentos con la misma frecuencia que antes de la pandemia
- NS/NR

14. El gasto mensual que tiene su hogar en alimentos y bebidas no alcohólicas diría que es: \*

*Marca solo un óvalo.*

- Menor a 150.000 colones/mes
- Mayor a 150.000 colones/mes
- NS/NR

15. En su casa residen ordinariamente, contándolo(a) a usted, ¿cuántas personas? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Vive solo(a)
- Dos personas
- Tres personas
- Más de tres personas
- NS/NR

16. Usted es la persona que toma la decisión de los alimentos que se consumen en su hogar. ¿Qué tan de acuerdo está con esta afirmación? \*

*Marca solo un óvalo.*

1      2      3      4      5

Totalmente en desacuerdo      Totalmente de acuerdo

Estímulos de compra de alimentos por internet

Suponga que la siguiente información representa un producto real que se vende por Internet:





## Frijol rojo limpio (Bolsa con 900 gramos)

★★★★★ 14 Comentarios | Agregar Comentario

₡1,395.90

✓ Hay Inventario

Cantidad Disponible: 20.00

### DESCRIPCIÓN

Producto 100% costarricense, acondicionado y empacado por Asopro Veracruz, Producido por pequeños productores de la zona Sur de Costa Rica (Pérez Zeledón y Buenos Aires) y distribuido por la Asociación de Productores Comunidades Unidas en Veracruz, cédula jurídica 3-002-127213. Se debe almacenar a temperatura ambiente, en un lugar seco, con buena ventilación, estar libre de humedad, bien iluminados, en perfecta limpieza y protegidos del ingreso de insectos y roedores. El frijol es una leguminosa que constituye una rica en proteínas e hidratos de carbono muy importante para la población costarricense que los consume abundantemente, además es una fuente importante de vitaminas del complejo B, como niacina, riboflavina, ácido fólico y tiamina; también proporciona hierro, cobre, zinc, fósforo, potasio, magnesio y calcio, y presenta un alto contenido de fibra. Su alto contenido de hierro favorece el buen desarrollo cerebral en los pequeños y es eficaz contra la anemia, ayuda a corregir desórdenes biliares, gota, enfermedades reumáticas, disminuye la tasa de colesterol. Por cada 100 gramos de producto, hay 20 gr de proteínas, 5,8 gr de grasa y más de 3 gr de fibra.

17. ¿Qué información llamó su atención? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	No me llamó absolutamente la atención	Me llamó muy poco la atención	No sé si me llamó o no la atención	Me llamó un poco la atención	Me llamó absolutamente la atención
Imagen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Descripción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cantidad disponible	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valoraciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sobre la compra en general de alimentos por sitios de comercio electrónico

Suponga por favor que usted está "navegando" en un sitio de comercio electrónico que vende alimentos. Conteste las siguientes preguntas teniendo esa suposición en mente.

18. Lo que valoraría de comprar alimentos en sitios de comercio electrónico serían los comentarios de otros compradores sobre los productos \*

*Marca solo un óvalo.*

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

19. La compra por internet de alimentos me provoca más tranquilidad por el compromiso de calidad y satisfacción que debe establecer el sitio de comercio electrónico \*

*Marca solo un óvalo.*

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

20. Lo que valoraría de comprar alimentos en sitios de comercio electrónico es la disponibilidad de información que pueda disponer del productor de esos alimentos \*

*Marca solo un óvalo.*

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

21. Estoy dispuesto(a) a confiar en las sugerencias del sitio de comercio electrónico para asistirme en la decisión de cuál opción de alimentos comprar \*

*Marca solo un óvalo.*

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

22. Puedo ahorrar bastante dinero comprando en sitios de comercio electrónico \*

\*

*Marca solo un óvalo.*

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

23. Las compras de alimentos en sitios de comercio electrónico me hacen (harían) la vida más fácil \*

*Marca solo un óvalo.*

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

24. Comprar alimentos en sitios de comercio electrónico implicaría más tiempo y esfuerzo del que normalmente destino para tomar la decisión de compra de este tipo de productos \*

*Marca solo un óvalo.*

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

25. Considerando el esfuerzo que podría efectuar al realizar la compra de alimentos en un sitio de comercio electrónico, pensaría que la compra en línea vale la pena \*

*Marca solo un óvalo.*

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

26. Comprar alimentos en sitios de comercio electrónico es más arriesgado que comprar estos productos de otras formas como ferias o supermercados \*

*Marca solo un óvalo.*

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

27. Utilizar sitios de comercio electrónico es una forma conveniente para comprar alimentos de mejor calidad \*

*Marca solo un óvalo.*

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

28. Un sitio de comercio electrónico proporciona abundante información relacionada con las funciones y calidades de los productos \*

*Marca solo un óvalo.*

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

29. Pienso que sería fácil para mí llegar a ser habilidoso(a) al realizar compras de alimentos en sitios de comercio electrónico \*

*Marca solo un óvalo.*

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

30. Si tuviera que pagar con tarjeta o por SINPE no haría compras de alimentos en sitios de comercio electrónico \*

*Marca solo un óvalo.*

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

31. En general, yo encuentro que las compras de alimentos en sitios de comercio electrónico son (serían) algo fácil para mí \*

*Marca solo un óvalo.*

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

32. El tiempo empleado en los sitios de comercio electrónico es realmente agradable \*

*Marca solo un óvalo.*

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

33. Me parece agradable visitar sitios de comercio electrónico en general \*

*Marca solo un óvalo.*

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

34. Es alta la probabilidad de que a futuro considere comprar alimentos por sitios de comercio electrónico \*

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

35. Estoy satisfecho(a) con la experiencia de compra que he tenido en sitios de comercio electrónico \*

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

Impacto del COVID-19 en sus formas de comprar y consumir alimentos

En esta sección se busca conocer cambios en las formas de compra y consumo de alimentos atribuibles a la pandemia sanitaria por COVID-19

36. Durante este tiempo de pandemia qué estamos viviendo, ¿considera que sus hábitos de compra y consumo de alimentos se han visto modificados? \*

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

37. ¿Podría indicarnos la principal razón de su respuesta anterior? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Riesgo de contagio (temor, población de riesgo)
- Situación económica (desempleo)
- Apoyo al comercio local
- Cambios normativos (teletrabajo, restricción vehicular)
- NS/NR
- Otro: \_\_\_\_\_

38. Durante este tiempo de pandemia que estamos viviendo, respecto al PAN Y CEREALES que se consumen en su hogar: \*

*Marca solo un óvalo.*

- Su consumo ha aumentado
- Su consumo se mantiene como antes de la pandemia
- Su consumo ha disminuido
- Usted no consume estos alimentos por alguna dieta especial (p.e.vegano, keto) de alimentación u otros motivos
- NS/NR

39. Durante este tiempo de pandemia que estamos viviendo, respecto a los VEGETALES Y LEGUMBRES que se consumen en su hogar: \*

*Marca solo un óvalo.*

- Su consumo ha aumentado
- Su consumo se mantiene como antes de la pandemia
- Su consumo ha disminuido
- Usted no consume estos alimentos por alguna dieta especial (p.e.vegano, keto) de alimentación u otros motivos
- NS/NR

40. Durante este tiempo de pandemia que estamos viviendo, respecto a las FRUTAS que se consumen en su hogar: \*

*Marca solo un óvalo.*

- Su consumo ha aumentado
- Su consumo se mantiene como antes de la pandemia
- Su consumo ha disminuido
- Usted no consume estos alimentos por alguna dieta especial (p.e.vegano, keto) de alimentación u otros motivos
- NS/NR

41. Durante este tiempo de pandemia que estamos viviendo, respecto a los GRANOS (frijoles, arroz) que se consumen en su hogar: \*

*Marca solo un óvalo.*

- Su consumo ha aumentado
- Su consumo se mantiene como antes de la pandemia
- Su consumo ha disminuido
- Usted no consume estos alimentos por alguna dieta especial (p.e.vegano, keto) de alimentación u otros motivos
- NS/NR

42. Durante este tiempo de pandemia que estamos viviendo, respecto a los LACTEOS Y HUEVOS que se consumen en su hogar: \*

*Marca solo un óvalo.*

- Su consumo ha aumentado
- Su consumo se mantiene como antes de la pandemia
- Su consumo ha disminuido
- Usted no consume estos alimentos por alguna dieta especial (p.e.vegano, keto) de alimentación u otros motivos
- NS/NR



43. Durante este tiempo de pandemia que estamos viviendo, respecto a las CARNES (pollo, res,cerdo, pescado) que se consumen en su hogar: \*

*Marca solo un óvalo.*

- Su consumo ha aumentado
- Su consumo se mantiene como antes de la pandemia
- Su consumo ha disminuido
- Usted no consume estos alimentos por alguna dieta especial (p.e.vegano, keto) de alimentación u otros motivos
- NS/NR

44. Durante este tiempo de pandemia que estamos viviendo, respecto a los ACEITES Y GRASAS que se consumen en su hogar: \*

*Marca solo un óvalo.*

- Su consumo ha aumentado
- Su consumo se mantiene como antes de la pandemia
- Su consumo ha disminuido
- Usted no consume estos alimentos por alguna dieta especial (p.e.vegano, keto) de alimentación u otros motivos
- NS/NR

45. Las medidas de prevención establecidas por las autoridades sanitarias (restricción vehicular, cierres de fronteras, entre otras) han generado cambios en las decisiones de consumo de alimentos en su hogar. ¿Qué tan de acuerdo está con esa afirmación? \*

*Marca solo un óvalo.*

1      2      3      4      5

---

Totalmente en desacuerdo                  Totalmente de acuerdo

---

46. ¿Cuáles son los principales medios de información que usted revisa para actualizarse respecto al COVID-19? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Prensa escrita y/o digital	Televisión	Redes sociales	Conversaciones con amigos y/o familiares	Sitios en internet	NS/NR
Principal medio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Segundo medio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tercer medio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios