

Curiosidades

Sobre los alimentos y los comercios

Un estudio como este ofrece constataciones llamativas, que se consiguen a nada que se crucen las respuestas a las decenas de preguntas que componen el amplio cuestionario con ejes como edad, sexo, zona geográfica, estatus socio-económico, tipo de hogar, tamaño de ciudad en la que reside el encuestado.

Veamos las más interesantes:

1 Tanto unos como otros desconfían de los platos precocinados, pero las mujeres lo hacen más (3,9 pts, frente a los 4,4 de los hombres).

2 Los alimentos congelados no parecen tener un futuro halagüeño, o dicho de otro modo, deberían realizar campañas de comunicación enfocadas hacia el segmento adolescente: quienes más desconfían de ellos son los jóvenes de 14 a 20 años (les dan 4,4 pts, cuando los adultos de 31 a 40 años les dan 6,1 pts).

3 El suspenso en confianza que merece la comida rápida es general, pero en Galicia toca el suelo: 2,3 puntos. En la ciudad de Madrid, al menos supera los 3 pts.

4 La confianza en las marcas más nuevas de alimentación y en las marcas más baratas va disminuyendo conforme aumenta la edad del consumidor. Sin embargo, la confianza en las marcas de prestigio y en las marcas blancas o de distribuidor es bastante homogénea en las diversas edades.

5 La confianza en cafeterías y bares es notablemente menor en las personas de estatus bajo (5,5) que en las de estatus alto (6,1).

6 La edad marca mucho la confianza en los restaurantes de comida rápida: el suspenso de los mayores de 40 años es clamoroso (apenas 3 pts), mientras que en los más jóvenes roza el aprobado.

7 Ver para creer: un 38% de la población española asocia "poco o nada" a la mayonesa con las intoxicaciones alimentarias.

8 ¿Por qué será que sólo el 23% de los consumidores de la zona Norte-Centro del país o el 25% de los del País Vasco relacionan a la carne con problemas sanitarios, cuando hay otras zonas, como Canarias, en las que esta proporción roza el 40%?

9 Comer huevos crudos o salsas crudas elaboradas en casa con ellos puede causar problemas sanitarios, lo sabe bastante gente (casi la mitad de la población), pero ¿por qué lo saben menos las personas mayores de 50 años que los demás? Lo saben el 57% de quienes tienen entre 21 y 30 años, y sólo el 36% de quienes han superado los 60 años.

10 El olor de la carne es indicador de frescura de este alimento para muchos consumidores (en torno al 40%) en Navarra y Andalucía, pero lo es para mucha menos en Barcelona ciudad (26%).

11 En el País Vasco, la recomendación del carnicero es una de las claves a la hora de determinar la frescura de la carne para más de uno de cada cuatro consumidores, mientras que en Canarias y en la zona Centro - Sur del país, lo es sólo para menos de uno de cada seis.

12 ¿Por qué en dos zonas con tanto mar como País Vasco y Andalucía el olor como indicador de frescura en el pescado tiene una penetración social tan distinta? (es esencial para sólo el 35% de los consumidores vascos, y para un nutrido 48% de los andaluces). Y la recomendación del dependiente de la pescadería vale el doble en Barcelona que en Andalucía y Canarias.

13 Los jóvenes independientes que tienen su propio hogar le dan más importancia como atributo de confianza al aspecto del pescado que a la recomendación del vendedor (quizá porque muchos de ellos compran el pescado en autoservicio, sin venta asistida), mientras que en las parejas (incluso jóvenes) con hijos conocer al vendedor y tenerle en buen concepto les infunde más confianza que un adecuado aspecto del pescado.

14 La limpieza en los puntos de venta de alimentación nos importa a todos casi por igual, apenas influyen el sexo ni la edad ni el estatus ni la zona en que se vive.

15 En Navarra se presta más atención a la fecha de caducidad de los huevos que en el resto del país.

16 La única zona en la que la carne suscita más confianza que las frutas y verduras es el País Vasco.

¿Consumidor informado?

- 17** La población de entre 21 y 40 años y los consumidores de estatus alto son los menos satisfechos con la información que reciben sobre temas de consumo.
-
- 18** Los consumidores vascos, navarros y barceloneses son los menos contentos con la información que reciben sobre la compra de vivienda.
-
- 19** Los más exigentes con la información proporcionada por entidades bancarias y compañías de seguros son quienes tienen entre 31 y 40 años.
-
- 20** Quienes más valoran la información sobre temas de consumo proporcionada por las asociaciones de consumidores son quienes residen en la zona Centro-Sur y los navarros; y, por edades, quienes tienen entre 41 y 50 años. Y quienes menos valoran la labor que al respecto desempeñan los medios de comunicación son los de entre 51 y 60 años.
-
- 21** Los consumidores de estatus alto son los que más crédito conceden a las asociaciones de consumidores y a Internet como fuentes de información sobre asuntos de alimentación y quienes menos se lo dan a los medios de comunicación en general. En Navarra es donde mayor es el crédito de las asociaciones de consumidores y de los conocidos y familiares.
-
- 22** En Madrid, el crédito de las Administraciones Públicas como fuentes de información sobre asuntos de alimentación es el menor de todo el país, si bien es mediocre en todos los lados.
-
- 23** Los más jóvenes consultan menos que el resto de la población la lista de ingredientes de los alimentos que consumen; sin embargo a la hora de consultar la información nutricional (calorías, grasa, etc), no se quedan rezagados respecto de las otras franjas de edad.
-
- 24** En Andalucía es donde con más frecuencia consulta la fecha de caducidad en la etiqueta de los alimentos y donde menos se lee la información nutricional; en Navarra ocurre justo lo contrario.
-

Ni compensados con el gasto ni satisfechos con las reclamaciones

25 Todos pensamos que la vida está cara (grado de compensación del gasto: media, 5,76 pts), pero los menos quejosos son los más jóvenes. Y, curiosamente, los ciudadanos de estatus bajo la ven poco un menos cara que los de medio y los de alto. Donde menos se queja la gente de la carestía es en la zona Mediterránea, y donde más, en Canarias y Barcelona.

26 Quienes más se quejan del precio de la vivienda son los jóvenes de 21 a 30 años, y quienes más acusan los precios de los alimentos, los mayores de 60 años.

27 En Barcelona es donde más cara se percibe la vivienda y los servicios médicos. Y en Navarra, donde menos caros se perciben las comunicaciones (telefonía, Internet...) y los servicios médicos.

28 Todos reclamamos menos de lo que deberíamos, pero en la zona Centro-Sur del país se llevan la palma: sólo el 15% de los consumidores ha reclamado formalmente alguna vez en los últimos doce meses, cuando en Andalucía y Madrid superan el 25%.

29 En las capitales de provincia, se reclama un 50% más que en las localidades de menos de 50.000 habitantes.

30 La mujer reclama más que el hombre por asuntos relacionados con la alimentación y con los servicios médicos, mientras que el hombre lo hace más en los servicios bancarios, temas vinculados al coche y productos electrónicos y de informática.

31 Casi la mitad de los canarios han reclamado alguna vez a su operador de telefonía, mientras que en la zona Centro-Sur del país lo han hecho sólo uno de cada seis, en Galicia uno de cada cinco y en Barcelona ciudad y País Vasco, uno de cada cuatro.

32 En el País Vasco es cuatro veces más frecuente que se curse una reclamación formal a las compañías de seguros que en la zona Centro Sur del país, y tres veces más que en Andalucía y Navarra.

33 Las reclamaciones a tintorerías, en contra de lo que podría pensarse, son muy poco frecuentes, excepto en Galicia, donde representan el 7% de todas las efectuadas. Otro tanto puede decirse de las reclamaciones sobre reparaciones del hogar, que representan el 11% del total en la zona Centro-Sur, pero no más del 4% en el resto del país.

34 Los consumidores navarros y del centro-sur de España son los que mayor proporción (en torno a la mitad) de respuestas satisfactorias recibieron de sus reclamaciones, mientras que en Madrid y en la zona norte-centro es donde menos satisfacción depararon las reclamaciones (en torno al 25%).

35 Las personas mayores son las que más piensan que quien mejor defiende sus intereses como consumidores son ellas mismas, y los ciudadanos de estatus alto son los que más atribuyen a las asociaciones de consumidores ese papel de defensoras de los consumidores.

36 Navarra es tierra abonada para las asociaciones de consumidores: cuatro de cada diez encuestados piensan que son estas organizaciones quienes mejor defienden los intereses de los consumidores. El otro extremo, en Canarias, Andalucía y Barcelona ciudad, con sólo dos de cada diez.

37 Donde menos se confía en la Administración Pública como defensora de los intereses de los consumidores es en Navarra, Andalucía y en la ciudad de Madrid.

Sobre medio ambiente y solidaridad

38 Ciertamente es que, como cabía esperar, las personas de estatus económico alto compran alimentos ecológicos en mayor proporción que los de estatus bajo, pero también lo es que la mitad de los consumidores de mayores rentas no compran estos productos. Y o mismo puede decirse de los artículos procedentes de comercio justo, con la particularidad de que en este caso la proporción de personas de alto estatus que los adquiere es de sólo uno de cada tres.

39 La edad influye mucho en la compra de alimentos ecológicos y de consumo justo: el menor índice de compra, en ambos casos, se da en los mayores de 60 años, si bien el máximo se da en a franja de entre 41 y 50 años.

40 La capacidad económica interviene decisivamente en la vinculación a las ONG: aun siendo pocos (29%), quienes pertenecen al estatus alto y mantienen relación con una ONG son el doble que los de estatus bajo.

41 Relacionar vinculación a ONG y juventud es un error: la mayor proporción (31%) de colaboración con alguna ONG se da en la franja 41-50 años, y la menor, en la de 21-30 años (sólo el 13%).

42 El compromiso de la población con las ONG no aumenta: no sólo desciende un poco (del 24% al 22% en el último año) la proporción de la gente vinculada de una u otra manera a estas organizaciones, sino que además disminuye también (del 23% al 17%) la proporción de quienes relacionándose con alguna de ellas, aporta algo más (su tiempo, su trabajo) que una mera colaboración económica. En Canarias, Andalucía Barcelona ciudad, es donde más se ayuda a las ONG trabajando en ellas altruistamente, mientras que en el País Vasco este tipo de colaboración es del todo infrecuente: el 92% de las personas vinculadas a una ONG se limitan a colaborar económicamente con ella.

Cuidar la salud

43 Andar (en su función específica de ejercicio físico) no cuesta dinero y se nota: es practicado por igual por personas de todos los estatus (en torno a tres cuartas partes de la población), pero no ocurre lo mismo con el gimnasio, la natación, el fútbol, etc: lo practican más quienes pertenecen a los estatus altos.

44 Correr, y jugar a fútbol o al basket, es cosa de jóvenes: lo hacen nada menos que la mitad de quienes tienen entre 14 y 20 años, y sólo el 14% y el 11%, respectivamente, de quienes tienen entre 41 y 50 años, y el 3%-1% de quienes superan los 60 años.

45 Nadar, sin embargo, es una actividad física en la que edad no tan discriminatoria: lo hacen en torno al 20% de los menores de 60 años y el 12% de los mayores de esa edad.

46 Donde más gente practica deporte es en Canarias. Donde menos se hace footing, en Navarra; donde menos se practican actividades de gimnasio, en Andalucía y Navarra; donde menos se hace natación, en Andalucía y en la ciudad de Madrid; donde menos se juega a fútbol y al baloncesto, en País Vasco. Es en País Vasco y Navarra donde la frecuencia de la práctica deportiva es menor.

47 El sexo marca el hábito del tabaco: la mitad de las mujeres declara no haber fumado nunca, mientras que en los hombres son poco más de la tercera parte. Siguen siendo menos las fumadoras (23%, habituales) que los fumadores (27%), pero esta distancia entre sexos se recorta cada año.

48 ¿Es el precio un elemento disuasorio en el consumo de tabaco? Pues podría serlo, porque los fumadores habituales son bastantes menos en el estatus bajo (21%) que en los alto y medio (28%). Y son muchos más quienes no han fumado nunca en el estatus bajo (52%) que en el alto y medio (40%).

49 Se comienza a fumar en la adolescencia pero hoy es entre los 21 y 30 años cuando más gente fuma; no comienza a descender de modo importante la proporción de fumadores hasta que se superan a los 50 años y son ya muy pocos (el 8%) los mayores de 60 años que siguen fumando habitualmente.

50 La proporción de fumadores ocasionales alcanza su máximo (el 10%) en la franja de 14 a 20 años, se reduce a casi la mitad (el 6%) a partir de los 30 años, y a partir de los 60 años ya no caben medias tintas: sólo fuma de vez en cuando el 4% de quienes superan esta edad.

51 Perfil de ex fumador español: aquél en el que mayor proporción de exfumadores hay en nuestro país: un hombre de 50 a 60 años, de estatus indistinto pero un poco más frecuente en el alto.

52 La zona en que más abundan los exfumadores es el País Vasco (29% de la población de más de 14 años) y donde menos, en Navarra (17%). Donde más fumadores habituales hay: en Andalucía y Canarias (27%); y donde menos, en el País Vasco (21%). Donde más gente hay que nunca ha fumado: en Galicia (52%); y donde menos: en la ciudad de Barcelona y en la zona Centro-Sur (42%).

Y más salud

- 53** Ya lo sabíamos, pero el Barómetro lo confirma: según aumenta la edad, lo hace también la preocupación por los hábitos alimenticios.
-
- 54** La zona en que más interés hay en los hábitos alimenticios es en el País Vasco, que curiosamente es en la que menos se hace todo lo posible por mantener un estado físico lo más saludable posible.
-
- 55** Son ya muchos los hombres que reconocen que para ellos es importante cuidar y realzar su aspecto físico; de hecho, son (37%) casi tantos como las mujeres (44%). Y entre quienes dicen cuidar mucho los hábitos de alimentación con la finalidad de mantener una buena figura (34% de la población mayor de 14 años), no abundan más las mujeres que los hombres.
-
- 56** Los más coquetos son los más jóvenes y quienes tienen entre 51 y 60 años, es la franja de edad en que más generalizada (55%) está la idea de que es importante cuidar y realzar el aspecto físico. Por zonas, quienes más dicen cuidar su aspecto físico son los canarios y quienes residen en la zona Mediterránea; y quienes menos, los navarros.
-
- 57** En contra de lo que podría pensarse, en España el estrés es más cosa de mujeres (dicen estar estresadas el 26% de ellas) que de los hombres (el 16%), mientras que la vida sedentaria se reparte igual entre los dos sexos.
-
- 58** La edad con más gente estresada es la que va desde los 31 hasta los 50 años (25%), y la de menos, los mayores de 60 años (14%). Llama la atención que el 18% de quienes tienen entre 14 y 20 años diga estar estresado.
-
- 59** El dinero tiene sus cargas: hay más estresados de clase alta (24%) que de medio o baja (20%-21%).
-
- 60** Las zonas con más gente estresada, Canarias (29%) y Andalucía (25%); las que menos, País Vasco, 15%, Navarra y Centro-Sur (17%).
-
- 61** Son tres veces más las mujeres (el 18% de las españolas mayores de 14 años) que alguna vez han pensado en someterse a una operación de cirugía estética que los hombres (6%), pero incluso entre ellas son inmensa mayoría (74%) quienes nunca lo han pensado. Canarias vuelve a mostrarse muy singular respecto de otras comunidades españolas: donde en el resto de ellas quienes nunca lo han pensado representan por encima del 80% de los encuestados, en las islas esta proporción se queda en el 65%. Donde menos predisposición hay hacia la cirugía estética es en el País Vasco.
-

¿Estamos tecnologizados?

62 No hay grandes diferencias entre las diversas zonas del país en el parque doméstico de ordenadores: el techo se da en el País Vasco, donde el 65% de los hogares cuentan con un ordenador, y el peor dato en las zonas Centro-sur y Mediterránea (56%). Y tampoco son grandes las diferencias entre zonas en la disponibilidad de ordenador fuera del hogar: el valor máximo se registra en la ciudad de Barcelona (40% de la población puede acceder a un ordenador fuera del hogar) y en la zona Norte-Centro (39%) y Canarias (38%), mientras que el mínimo se anotó en Galicia y Navarra (28%) y País Vasco (31%).

63 No disponer de ordenador en casa no significa no contar con uno a mano: el 34% de la población española mayor de catorce años puede acceder "de forma continua" a un ordenador fuera de casa, preferentemente en el trabajo, en casa de un amigo o familiar o en el centro de estudios. Ahora bien, esta posibilidad es menor en la mujeres (sólo el 31% de ellas tienen acceso a un ordenador fuera del hogar) que en los hombres (40%).

64 Conforme aumenta la edad, disminuye la posibilidad de disponer de ordenador fuera del hogar, pasa de casi el 60% antes de los 30 años al 27% cuando se tiene de 51 a 60 años y a un exiguo 10% cuando se superan los 60 años; y en el estatus alto, más de la mitad de los consumidores disponen de acceso a un ordenador fuera de casa, mientras que en los de bajo, sólo son uno de cada cinco quienes dicen contar con esta posibilidad.

65 Casi 8 de cada diez españoles de entre 31 y 50 años que tienen acceso a un ordenador fuera de su hogar lo tienen en su centro de trabajo, cuando la media de la población en general es del 54%. Los más mayores lo tienen preferentemente en casa de algún familiar o conocido, y los más jóvenes en su centro de estudios. Los cibercafés y los centros públicos son poco citados en todas las edades.

66 En todas las franjas de edad, entre los que tienen ordenador son mayoría (en torno al 70%) los hogares que lo tienen conectado a Internet si bien la proporción desciende (hasta el 56%) a partir de los 60 años.

67 El nivel económico de la familia influye, aunque tampoco lo haga decisivamente, la conexión a Internet: casi ocho de cada diez hogares que cuentan con ordenador lo tienen conectado a Internet si se encuentran entre los de estatus alto, mientras que los hogares de estatus bajo no llegan a seis de cada diez.

68 La penetración de la conexión a Internet es notablemente superior en unas zonas del país que en otras: en las ciudades de Barcelona y Madrid casi ocho de cada diez hogares con ordenador lo tienen conectado a Internet y en Madrid mientras que en Galicia se quedan en el 55% y en la zona Centro-Sur en el 60%. Esta diferencia es mayor que la existente entre la proporción de los hogares que cuentan con ordenador y los que no, donde la horquilla era mucho menor: desde el 65% del País Vasco hasta el 56% de las zonas Mediterránea y Centro-Sur.

69 La compra o reserva de productos o servicios mediante Internet sigue siendo minoritaria entre quienes usan la Red: sólo el 11% dicen que es uno de los servicios que utiliza con frecuencia. Sin embargo, el uso de la mensajería instantánea por Internet, el ya popular messenger, es muy utilizado (21% de los usuarios), mucho más que sistemas más veteranos de comunicación- participación, como foros y chats (8% de los usuarios).

70 Sólo el 2% de los usuarios de Internet reconoce descargar canciones, películas y juegos de la Red.

71 La mensajería instantánea y los juegos en red son casi exclusivos de los usuarios más jóvenes de Internet.

72 Quienes más usan el correo electrónico son los jóvenes de 21 a 30 años, y los usuarios de estatus alto. Son especialmente aficionados al correo electrónico los internautas de las ciudades de Madrid y Barcelona y en el País Vasco, mientras que en Navarra es donde menos se utiliza este servicio de la Red.

73 La compra por Internet, aun siendo siempre minoritaria, es más común en la franja de 21 a 40 años (en torno al 15% de los usuarios compran o reservan con frecuencia) que en otras edades, y mucho más en el estatus alto (15%) que en los otros (8%). Por zonas, destaca mucho Barcelona ciudad (15%), muy por encima de Madrid ciudad (9%), que tiene el menor

nivel de uso, junto a Andalucía.

74 Chats y foros son más utilizados en Canarias (14% de los usuarios) y en Andalucía (11%), y poco usados en Navarra y Madrid ciudad (5%).

75 Los hombres son el doble de aficionados a los juegos online que las mujeres, si bien esta es una práctica muy marcada por la edad del usuario: el 21% de los que tienen entre 14 y 20 años juegan online, mientras que en el resto de las edades no superan el 6%.

76 Aunque tanto unos como otros desconfían mucho de Internet como medio de compra, los hombres lo hacen un poco menos. Y desconfían también algo menos los ciudadanos de clase alta que los de baja. El máximo grado de desconfianza se da en los mayores de 60 años, y el mínimo (llegando incluso al aprobado) en los menores de 30 años. La desconfianza más mayoritaria se registra en Canarias (3,8 puntos), y la menos, en Andalucía y zona Mediterránea, con 4,9 puntos.

77 La presencia de los reproductores de música en formato mp3 es muy importante: hay al menos uno de estos aparatos de nueva generación en el 18% de los hogares españoles. No llega, ni de lejos, a la del teléfono móvil (92%), pero en pocos años ha conseguido una penetración muy relevante. Si el preguntado es una persona menor de 20 años, la respuesta es que casi el 60% de los hogares cuentan con un reproductor mp3. ¿Cuál es la zona con más reproductores mp3?: Madrid ciudad (22% de los hogares) y Canarias (21%). ¿Y con menos?: Galicia (15%), y zonas Mediterránea (16%) y Navarra (16%).

78 Navarra es la zona con menos penetración del teléfono móvil (82% de los hogares), y las de mayor, Madrid ciudad y Canarias (94%).

79 Los navegadores GPS están todavía poco introducidos (los hay en el 7% de los hogares) y lo propio ocurre con las pantallas planas de TV (10%), que son más frecuentes en las parejas jóvenes sin hijos (20%).

80 Navegadores GPS y agendas electrónicas o PDA son más comunes en las ciudades de Madrid y Barcelona que en el resto del país.