



Según las conclusiones de la Encuesta Sobre Hábitos de Consumo 2018

LOS CATALANES OPTAN POR LA COMPRA ONLINE UN 4% MÁS QUE LA MEDIA ESPAÑOLA

- ✓ La mitad de los catalanes encuestados reclama a través de las Asociaciones de Consumidores, el doble que la media estatal.
- ✓ Es una de las comunidades autónomas donde más importancia tienen las ofertas

Barcelona, 29 de marzo 2019.- Un 9% de los catalanes opta por hacer sus compras de supermercado vía online, casi el doble de la media española, que se sitúa en el 5% según se desprende de la *Encuesta Sobre Hábitos de Consumo 2018 de la Mesa de Participación Asociaciones de Consumidores* (MPAC). De hecho, solo el 18% de los encuestados afirma desconfiar de la compra por internet de productos de alimentación o de gran consumo porque o bien prefieren ver lo que compran o bien genera desconfianza, frente el 26% de la media estatal, lo que supone 8 puntos de diferencia.

De acuerdo con los datos de este estudio, los catalanes coinciden en muchos puntos con el resto de la población española, sin embargo, presentan algunas peculiaridades a la hora de preservar sus derechos como consumidores. El 63% de los encuestados es cada vez más consciente de la defensa de los mismos con 5 puntos por encima de la media y gestionan las reclamaciones fundamentalmente a través de las Asociaciones de Consumidores con un 51% frente al 29% en el ámbito estatal. Hay que destacar que utilizan muy poco el servicio de Atención al Cliente de las compañías, concretamente en un 12% de los casos, frente al 37% que sí lo hacen en el resto de España. Cobra importancia también el papel de las Asociaciones y del etiquetado de los productos a la hora de recibir información sobre aspectos relacionados con la nutrición en detrimento de los especialistas (13% frente el 18% de la media) y los medios de comunicación (13% frente al 19%).

Miran más las ofertas

De acuerdo con los datos de la *Encuesta de la MPAC*, el 44% de los encuestados en Cataluña **asegura buscar más las ofertas** frente al 31% en el ámbito estatal, 13 puntos porcentuales de diferencia. En este sentido, los catalanes se comportan prácticamente igual que el resto de los encuestados en cuanto a la reducción del gasto en alimentación (17% frente al 14%) y, sin embargo, no diversifican tanto la compra en varios establecimientos respecto al resto (un 6% frente a un 12%).



Fecha de caducidad vs Consumo preferente

De los datos del Estudio se desprende también que 3 de cada 4 consumidores catalanes dicen conocer bien la diferencia entre fecha de caducidad y consumo preferente, el mismo porcentaje que en el cómputo español. Sin embargo están 10 puntos porcentuales por encima de la media los que no consumen alimentos pasada la fecha de caducidad porque tienen miedo a que les siente mal (56% vs 46%). En cambio el 54% de los encuestados frente al 40% de la media consumen alimentos pasada la fecha de consumo preferente al tratarse de un valor de referencia relativo.

Desconfían de los productos manipulados genéticamente

Por otro lado, el 63% de los consumidores catalanes desconfía de los productos derivados de las técnicas de ingeniería genética, lo que supone 11 puntos porcentuales más que en el cómputo global de la encuesta. De este porcentaje, al 36% no le genera confianza ni seguridad este tipo de alimentos y el 27% considera que no hay suficiente información para apoyarla. Sin embargo, el 8% afirma adquirirlos al considerar que son un "mal menor" y que, de algún modo, todos los alimentos contienen algún tipo de transgénico, un porcentaje similar al resto de españoles encuestados.

Respetuosos con el medio ambiente

El 85% de los catalanes consultados dice ser respetuoso con el medio ambiente. Sin embargo, no se traduce igual si se habla de acciones concretas como separar los residuos orgánicos de los de plástico o cristal que lo hace el 31% de los encuestados, igual que la media española, o reutilizar las bolsas de plástico y/o utilizar bolsas multiusos (46% frente al 54% de la media). Por otra parte, el 90% considera el **desperdicio de alimentos como un problema importante**, y un 79% asegura planificar mejor las compras y reutilizar los alimentos, frente a un 16% que afirma no hacer nada para evitarlo, 8 puntos porcentuales por encima de la media. Finalmente, el 93% de los encuestados opta por un reparto más equilibrado y solidario de los alimentos y por una compra más racional y eficiente para garantizar el acceso mayoritario a la alimentación, prácticamente igual que en el resto de España.

Sobre la MPAC

La Mesa de Participación (MPAC) es un foro de debate y grupo de trabajo formado por las Confederaciones y Federaciones de asociaciones de consumidores y usuarios CECU, FUCI, UNAE y CAUCE junto con Mercadona. Fundada en 2014, la MPAC se reúne periódicamente con el fin de debatir sobre temas de actualidad, nuevas tendencias y hábitos de consumo y con el objetivo de proponer soluciones conjuntas en el ámbito del consumo y de establecer lazos de unión entre la administración, los consumidores y el ámbito empresarial.