



Según las conclusiones de la Encuesta Sobre Hábitos de Consumo 2021

SOLO UN 13% DE LOS GALLEGOS ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR MÁS POR PRODUCTOS SOSTENIBLES

- ✓ El 70% revela que consume alimentos una vez superada su fecha de caducidad
- ✓ Consumen por encima de la media alimentos orgánicos, biológicos y ecológicos como opción “más natural y sana”

Santiago de Compostela, 23 de marzo de 2022.- Según las conclusiones de la *Encuesta Sobre Hábitos de Consumo 2021 de la Mesa de Participación Asociaciones de Consumidores* (MPAC), tan solo un 13% de la población gallega encuestada estaría dispuesta a pagar algo más por productos alimentarios sostenibles, frente al 40% de la media nacional. Sin embargo, a un 85% le preocupa la sostenibilidad, el 93% es consciente de que sus hábitos alimentarios tienen un impacto proporcional en el medio ambiente, al 82% le gustaría un etiquetado donde viera si el producto es sostenible y al 54% le resulta difícil hacer una compra sostenible.

Estos son algunos de los datos que se desprenden de las conclusiones de la *Encuesta Sobre Hábitos de Consumo 2021 de la Mesa de Participación Asociaciones de Consumidores* (MPAC), realizada con la colaboración de las asociaciones de consumidores de esta Comunidad Autónoma a quienes agradecemos su colaboración, implicación y apoyo.

Por otro lado, el 62% de la población encuestada en Galicia no se considera ‘consumidor vulnerable’, es decir en situación de subordinación, indefensión o desprotección en sus relaciones de consumo. Este porcentaje se sitúa cuatro puntos por encima de la media del país. Aquellos que sí han sentido esta situación lo achacan a un bajo nivel de renta (13%) y un 8% al impacto de alguna variable psicosocial (edad, sexo, origen étnico, lugar de procedencia o discapacidad...). Al igual que en el resto de España, un 9% desconoce el significado de esta figura.

De acuerdo con los datos de este estudio, los gallegos coinciden en muchos puntos con el resto de la población española pero también se sitúan por encima de la media en cuanto al consumo de alimentos orgánicos, biológicos y ecológicos como opción “más natural y sana”. Así lo manifiesta un 47% de los encuestados en Galicia, 17 puntos más que la media nacional. Además, el



100% de los encuestados en Galicia adquiere la carne fresca, un 89% el pescado fresco y un 97% la fruta y la verdura del día. Todos ellos, porcentajes superiores a la media del resto del país. También prefieren en mayor medida, recibir información, ofertas y promociones para la compra de productos de alimentación en su buzón. Casi un 60% de la población gallega encuestada acude andando a su establecimiento de compra, 6 puntos por encima de la media.

Combativos con el desperdicio alimentario

Para el 90% de la población gallega encuestada este es un problema importante e intenta evitarlo; el 38% aprovecha mejor los alimentos, el 33% planifica sus compras y un 22% ajusta la cantidad de las raciones. También actúa para reducir la contaminación medioambiental de sus actos de compra y consumo separando los residuos orgánicos de los de plástico o vidrio (77%), reutilizando las bolsas de plástico (73%) y utilizando bolsas multiusos (60%). Además, compra a granel para minimizar los envases 7 puntos por encima de la media española.

Calidad, cercanía y precio

Según los datos de la **Encuesta de la MPAC**, los consumidores encuestados valoran, por este orden, la calidad (60%), la cercanía (54%) y el precio (32%) a la hora de decantarse por uno u otro establecimiento para hacer la compra. También tienen en cuenta por encima de la media el surtido/variedad de productos (27%) y poder hacer toda la compra en el mismo sitio (26%).

Los supermercados y los hipermercados son los establecimientos de compra preferidos por los gallegos con un porcentaje del 51% y del 27% respectivamente, seguidos del pequeño comercio y tiendas especializadas (21%). En este capítulo, Galicia despunta eligiendo por encima de la media nacional los hipermercados y el pequeño comercio, aunque también llama la atención que las visitas a los mercados municipales no supongan ni medio punto porcentual.

A la hora de optar por un producto el factor determinante es la calidad 54%, seguida de las preferencias personales 32% y del precio 13%. Se comportan igual que la media nacional, aunque le otorgan 6 puntos menos de importancia a las ofertas que incluya el producto en cuestión y ningún encuestado de Galicia valoró la marca en este apartado.

Influenciables pero motivados

Según los datos recabados en Galicia, un 40% de los consumidores de esta comunidad se ha visto influenciado a la hora de comprar o consumir un



producto de alimentación por la existencia de información positiva o negativa en Internet o redes sociales. Cabe destacar también que un 31% no sabe o no contesta, 18 puntos por encima de la media del país.

Para buscar información sobre un producto el 45% de los gallegos recurre a la etiqueta y un 20% a otros medios como revistas especializadas, opinión de personas cercanas, consejo de su médico, etc. A esta última fuente solo acude un 12% de la media en España. La mitad de los encuestados confiesa leer la etiqueta del producto “de vez en cuando” y afirma que la información recogida en ella es útil (32%) pero poco visible (26%) y confusa (22%). Para solventarlo preferirían etiquetas con palabras menos técnicas (64%), más sencillas (55%), con la letra más grande (49%) y con información nutricional por raciones (42%).

Mayor ‘tolerancia’ con la fecha de caducidad

De las etiquetas actuales, los gallegos se fijan sobre todo en la composición/ingredientes del producto (65%), la fecha de caducidad (62%) y el lugar de origen (31%). Sin embargo, el 70% revela que consume alimentos una vez superada su fecha de caducidad, o bien porque confía en que “por unos días no pasa nada” o porque considera que lo importante es la “textura, olor y sabor” del producto. Esto supone 11 puntos más con respecto a la media del país.

Menor implantación del comercio online

Según se desprende de la encuesta, un 38% de los gallegos percibe positivamente la compra de productos de alimentación y gran consumo a través de Internet, pero no utiliza el servicio porque no lo necesita. Otro 17% lo usa o lo usará y a un elevado 29% (17% en el cómputo nacional) le genera desconfianza y prefiere ver lo que compra. De hecho, Galicia también se sitúa por encima de la media (10 puntos más) al no utilizarlo porque no ve el producto y por los gastos de envío. Tan solo un 11% lo utiliza por comodidad frente al 34% de la media del país.

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.