

**Enquesta sobre l'alimentació de Nadal i els consumidors.
PULSÍMETRE**

Enquesta encarregada per l'Institut Català del Consum

Desembre de 1998

RPEEO 103

Registre Públic d'Enquestes i d'Estudis d'Opinió de la Generalitat de Catalunya
Decret 25/1998, de 4 de febrer

PULSÍMETRE

PULSÍMETRE

PULSÍMETRE



ENQUESTA SOBRE L'ALIMENTACIÓ PER NADAL I ELS CONSUMIDORS

Desembre 1998



Generalitat de Catalunya
Departament d'Indústria,
Comerç i Turisme
Institut Català del Consum



DURANT LES FESTES NADALENQUES, LES FAMÍLIES CATALANES AUGMENTEN ENTRE UN 25 I UN 50 PER CENT LES DEPESES EN ALIMENTACIÓ

Segons el pulsímetre de l'Institut Català del Consum, el consumidor no creu justificat l'augment de preus dels productes alimentaris

Amb motiu de les festes nadalenques, l'Institut Català del Consum, organisme adscrit al Departament d'Indústria, Comerç i Turisme de la Generalitat de Catalunya, publica el *pulsímetre* referit "l'alimentació al Nadal i els consumidors".

A l'enquesta es reflecteixen aspectes puntuals com a despesa que es dedica a alimentació, els grups de població i les compres, el paper que juga la tradició, la publicitat i el seu impacte en el consum, la implantació de les marques i, finalment, la utilització que fan els consumidors dels organismes i associacions vinculats al consum i als drets dels consumidors.

Aquesta darrera enquesta s'ha adreçat a la població major d'edat de Catalunya. S'ha realitzat de forma aleatòria i distribuïda proporcionalment al llistat de telèfons, obtenint-ne una mostra significativa de cada sector de la població. La distribució geogràfica de les entrevistes corresponen a Barcelona-província, el 60 per cent d'enquestats, i la resta és proporcional a Lleida, Girona i Tarragona.

Augment de les despeses

Durant aquests dies, les famílies augmenten entre un **25 i un 50 per cent les despeses en aliments**, principalment pel pes de la tradició. Corrobora aquesta afirmació que el 61,20 per cent dels enquestats creuen que la tradició és la que fa augmentar la despesa en aliments, segueix el paper que juga la pressió publicitària.

"Els grups de població que més compren, durant el Nadal, són les dones d'entre 30 a 50 anys"

Com a l'anterior *pulsímetre* del mes de novembre sobre "*les joguines i els consumidors*", les campanyes publicitàries de productes alimentaris (torrons, caves, neules...) durant el Nadal, es consideren excessives. Aquesta opinió la comparteixen el seixanta per cent dels enquestats. Per edats, les persones de 30 a 50 anys són més crítiques davant les pressions mediàtiques.

Quant a la **qualitat dels productes**, els **60 per cent dels consumidors** enquestats creuen que la **qualitat dels productes de durada curta com el peix, marisc...posats a la venda, durant les festes de Nadal, és igual a la resta de l'any.**



“La qualitat dels productes no es veu afectada per l’augment de les vendes”

Més administrats

Els consumidors s’administren cada vegada més quan han de realitzar les compres d’aliments que consumeixen per Nadal. Un percentatge elevat són favorables a realitzar-les, part amb antelació, congelant posteriorment, i part comprant a la vigília, el **34,22 per cent**. Supera aquesta xifra els qui encara esperen realitzar totes les compres a darrera hora, el **34,70 per cent**. El principal avantatge d’adquirir els aliments amb antelació repercuteix, així ho demostra el resultat del *pulsímetre*, en uns preus més baixos i menys aglomeració de clients.

Sense justificació

Qüestionats sobre si es creu justificat l’augment dels preus en determinats productes durant les festes de Nadal, la resposta és clara, el **78,55 per cent dels consumidors** creuen que l’augment de preus no es justificat però si es dóna aquest augment és degut, per aquest ordre, a l’augment de la demanda, la temporalitat de les festes i un major poder adquisitiu.

“Una de cada quatre persones segueix les recomanacions dels organismes i associacions vinculats al consum i al dret del consumidor”

Finalment, el *pulsímetre* demostra que encara es pot fer molt més davant la capacitat d’elecció responsable per part dels consumidors, ja que el **72,53 per cent dels enquestats** afirma que no utilitza la informació i les recomanacions. Però és per sexes, els homes, i per edat, les persones de menys de **30 anys**, qui més desconeixen la informació i les recomanacions dels organismes i de les associacions de defensa dels consumidors per a una elecció responsable

Si voleu rebre més informació, podeu adreçar-vos al Gabinet de Comunicació
Montserrat Farré-Miró i Yolanda Almirall
Telf. 933 309 812 Fax. 934 110 678 E-mail: farrem@icc-aiiec.org



Pregunta 1.- Amb motiu de les festes de Nadal, en quin percentatge augmenta la seva despesa en alimentació?

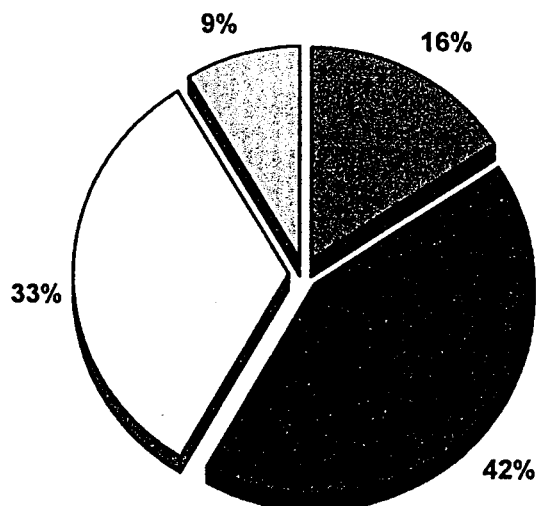
- A. No augmenta
- B. Augmenta en un 25%
- C. Augmenta en un 50%
- D. Augmenta en un 100%

Mostra: 415 persones de Catalunya.
Data del sondeig: desembre de 1998.

RESPOSTA	VOTS	PERCENTATGE	FIABILITAT
No augmenta	64	15.42%	± 3.48%
Augmenta un 25%	173	41.69%	± 4.74%
Augmenta un 50%	134	32.29%	± 4.50%
Augmenta un 100%	35	8.43%	± 2.67%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
No augmenta	22,22%	12,26%	20,75%	8,96%	20,00%
Augmenta un 25%	37,04%	44,34%	37,74%	41,79%	47,50%
Augmenta un 50%	35,19%	31,13%	30,19%	40,30%	22,50%
Augmenta un 100%	5,56%	10,38%	9,43%	7,46%	10,00%



- No augmenta
- Augmenta un 25%
- Augmenta un 50%
- Augmenta un 100%

Pregunta 2.- En cas d'augment de la seva despesa en alimentació amb motiu de les festes de Nadal, quina circumstància considera que té més influència?

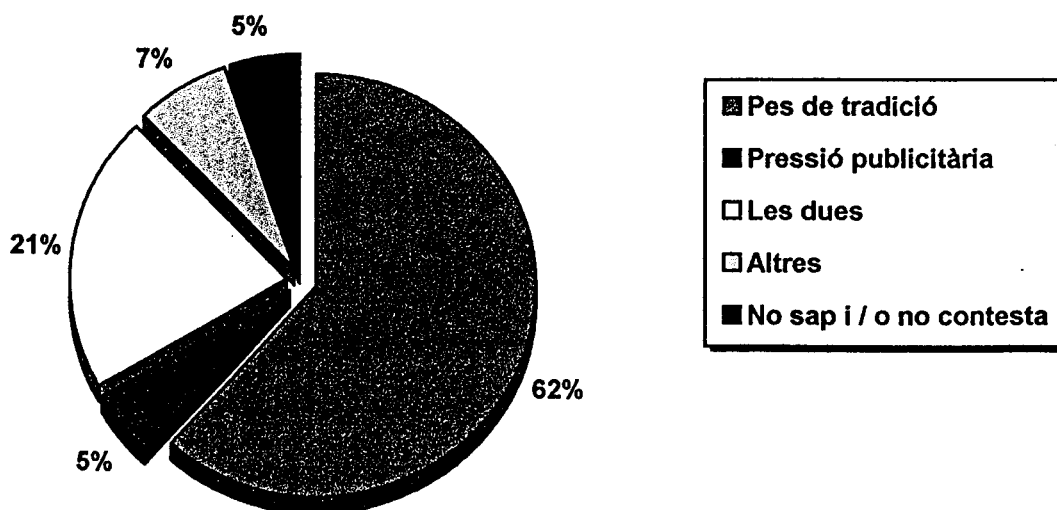
- A. El pes de la tradició
- B. La pressió publicitària
- C. Les dues
- D. Altres

Mostra: 415 persones de Catalunya.
Data del sondeig: desembre de 1998.

RESPOSTA	VOTS	PERCENTATGE	FIABILITAT
Pes de tradició	254	61.20%	± 4.69%
Pressió publicitària	20	4.82%	± 2.06%
Les dues	87	20.96%	± 3.92%
Altres	28	6.75%	± 2.41%
No sap i / o no contesta	22	5.30%	± 2.16%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Pes de tradició	57,41%	63,21%	50,94%	62,69%	72,50%
Pressió publicitària	7,41%	3,77%	3,77%	5,97%	5,00%
Les dues	20,37%	21,70%	24,53%	25,37%	10,00%
Altres	7,41%	6,60%	15,09%	2,99%	2,50%
No sap i / o no contesta	7,41%	4,72%	5,66%	2,99%	10,00%



Pregunta 3.- Com veu les campanyes publicitàries de productes alimentaris (torrons, caves, sidres, neules...) en l'època de Nadal?

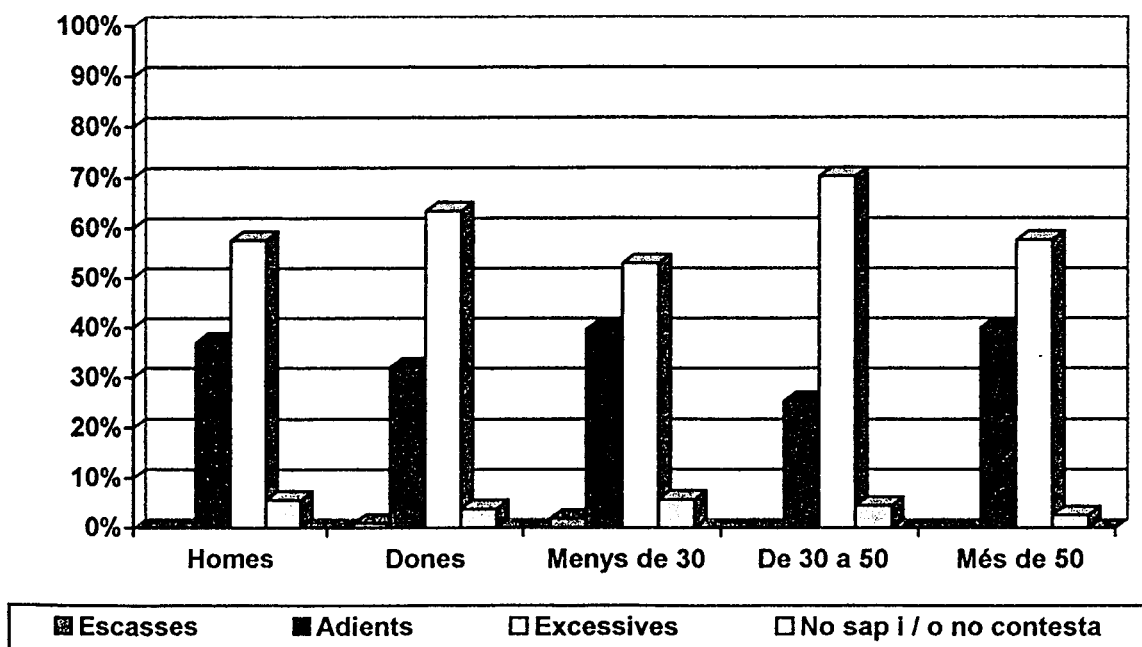
- A. Escasses
- B. Adients
- C. Excessives
- D. No sap i / o no contesta

Mostra: 415 persones de Catalunya.
Data del sondeig: desembre de 1998.

RESPOSTA	VOTS	PERCENTATGE	FIABILITAT
Escasses	2	0.48%	± 0.67%
Adients	139	33.49%	± 4.54%
Excessives	254	61.20%	± 4.69%
No sap i / o no contesta	17	4.10%	± 1.91%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Escasses	<1,00%	0,94%	1,89%	<1,00%	<1,00%
Adients	37,04%	32,08%	39,62%	25,37%	40,00%
Excessives	57,41%	63,21%	52,83%	70,15%	57,50%
No sap i / o no contesta	5,56%	3,77%	5,66%	4,48%	2,50%



Pregunta 4.- Segons la seva opinió, la qualitat dels productes de poca durada com el peix, marisc... posats a la venda durant les festes de Nadal...

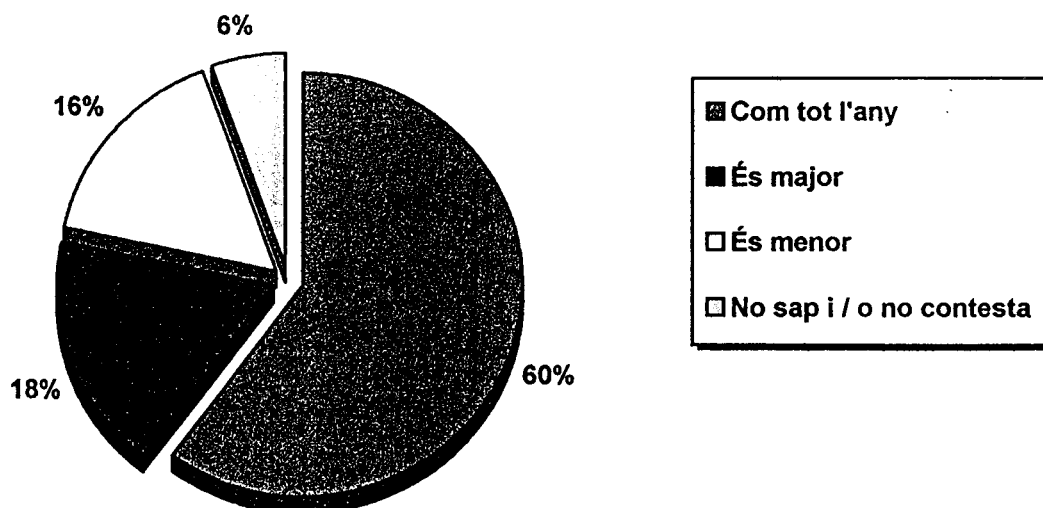
- A. És igual que a la resta de l'any
- B. És major
- C. És menor
- D. No sap i / o no contesta

Mostra: 415 persones de Catalunya.
Data del sondeig: desembre de 1998.

RESPOSTA	VOTS	PERCENTATGE	FIABILITAT
Com tot l'any	248	59.76%	± 4.72%
És major	74	17.83%	± 3.68%
És menor	66	15.90%	± 3.52%
No sap i / o no contesta	23	5.54%	± 2.20%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Com tot l'any	48,15%	66,04%	50,94%	65,67%	62,50%
És major	24,07%	15,09%	26,42%	13,43%	15,00%
És menor	14,81%	16,98%	11,32%	20,90%	15,00%
No sap i / o no contesta	12,96%	1,89%	11,32%	<1,00%	7,50%



Pregunta 5.- Quan efectua les compres dels aliments que consumeix per Nadal?

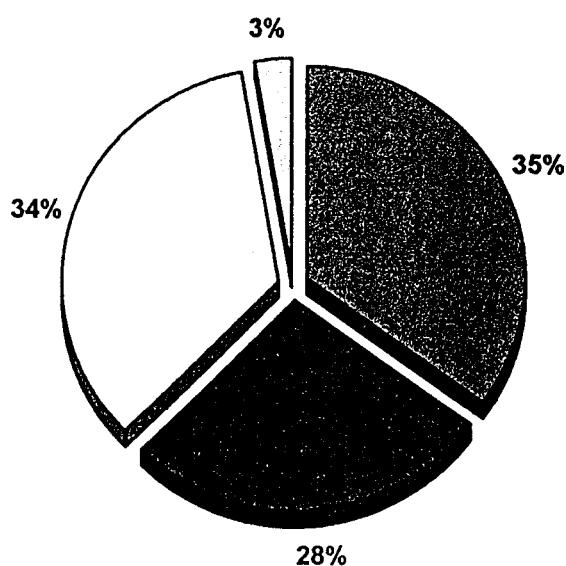
- A. Totes, les vigílies de les festes
- B. Totes amb antelació i congela els aliments peribles
- C. Part les vigílies i part amb antelació

Mostra: 415 persones de Catalunya.
Data del sondeig: desembre de 1998.

RESPOSTA	VOTS	PERCENTATGE	FIABILITAT
Totes, les vigílies de les festes	144	34.70%	± 4.58%
Totes amb antelació i congela els aliments peribles	114	27.47%	± 4.30%
Part les vigílies i part amb antelació	142	34.22%	± 4.57%
No sap i / o no contesta	12	2.89%	± 1.61%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Totes, les vigílies de les festes	42,59%	31,13%	33,96%	31,34%	42,50%
Totes amb antelació i congela els aliments peribles	22,22%	30,19%	30,19%	22,39%	32,50%
Part les vigílies i part amb antelació	29,63%	36,79%	28,30%	44,78%	25,00%
No sap i / o no contesta	5,56%	1,89%	7,55%	1,49%	<1,00%



-  Totes, les vigílies de les festes
-  Totes amb antelació i congela els aliments peribles
-  Part les vigílies i part amb antelació
-  No sap i / o no contesta

Pregunta 6.- Quina considera que seria la principal avantatge d'efectuar les compres dels aliments de Nadal amb antelació?

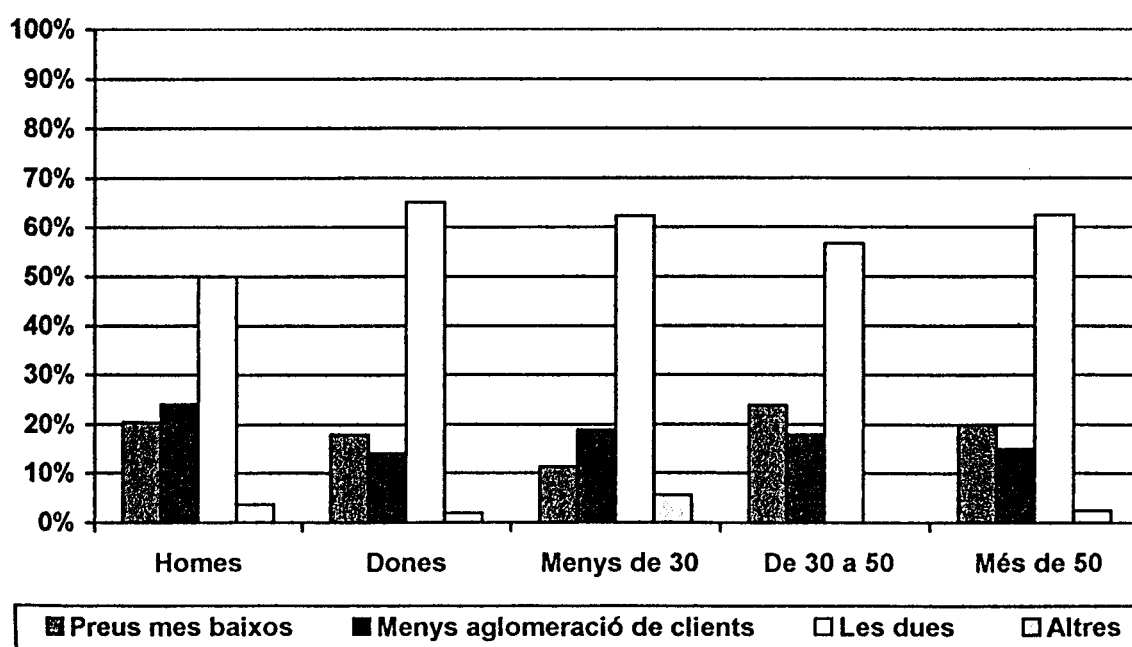
- A. Preus més baixos
- B. Menys aglomeració de clients en els establiments
- C. Les dues
- D. Altres

Mostra: 415 persones de Catalunya.
Data del sondeig: desembre de 1998.

RESPOSTA	VOTS	PERCENTATGE	FIABILITAT
Preus més baixos	77	18.55%	± 3.74%
Menys aglomeració de clients	71	17.11%	± 3.62%
Les dues	249	60.00%	± 4.71%
Altres	10	2.41%	± 1.48%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Preus més baixos	20,37%	17,92%	11,32%	23,88%	20,00%
Menys aglomeració de clients	24,07%	14,15%	18,87%	17,91%	15,00%
Les dues	50,00%	65,09%	62,26%	56,72%	62,50%
Altres	3,70%	1,89%	5,66%	<1,00%	2,50%



Pregunta 7.- Quins productes alimentaris li ofereixen més garantia; els de marca (adquirits en supermercats habituals) o els de marca (porten el nom del mateix supermercat)?

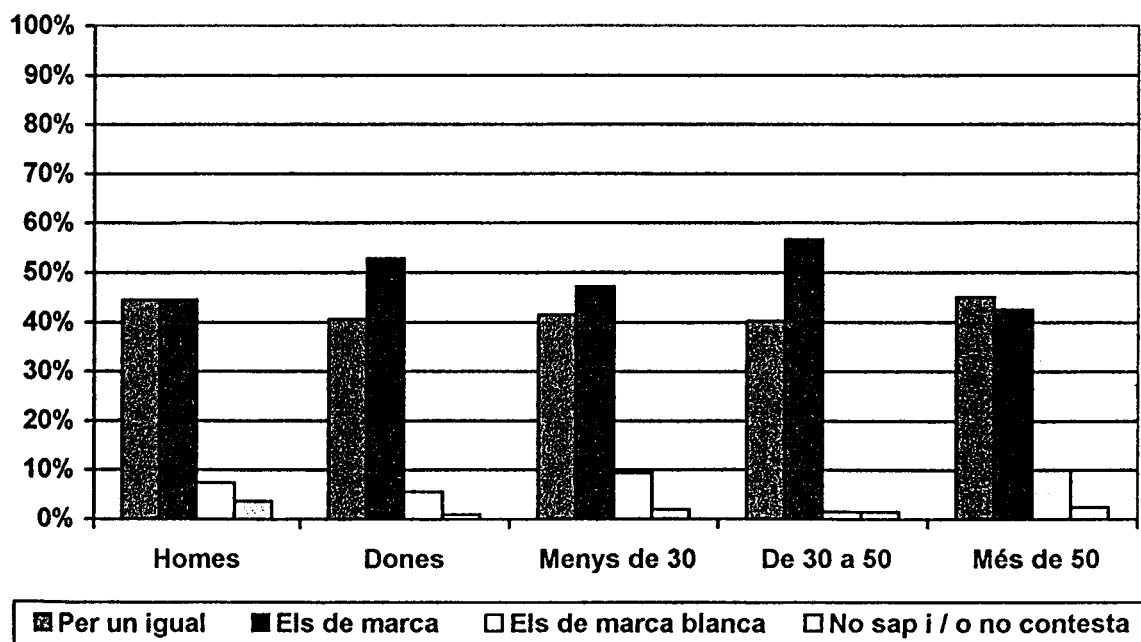
- A. Per un igual
- B. Els de marca
- C. Els de marca blanca

Mostra: 415 persones de Catalunya.
Data del sondeig: desembre de 1998.

RESPOSTA	VOTS	PERCENTATGE	FIABILITAT
Per un igual	173	41.69%	± 4.74%
Els de marca	207	49.88%	± 4.81%
Els de marca blanca	25	6.02%	± 2.29%
No sap i / o no contesta	7	1.69%	± 1.24%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Per un igual	44,44%	40,57%	41,51%	40,30%	45,00%
Els de marca	44,44%	52,83%	47,17%	56,72%	42,50%
Els de marca blanca	7,41%	5,66%	9,43%	1,49%	10,00%
No sap i / o no contesta	3,70%	0,94%	1,89%	1,49%	2,50%



Pregunta 8.- El consum de cava és típic de les festes de Nadal, però en el seu cas...

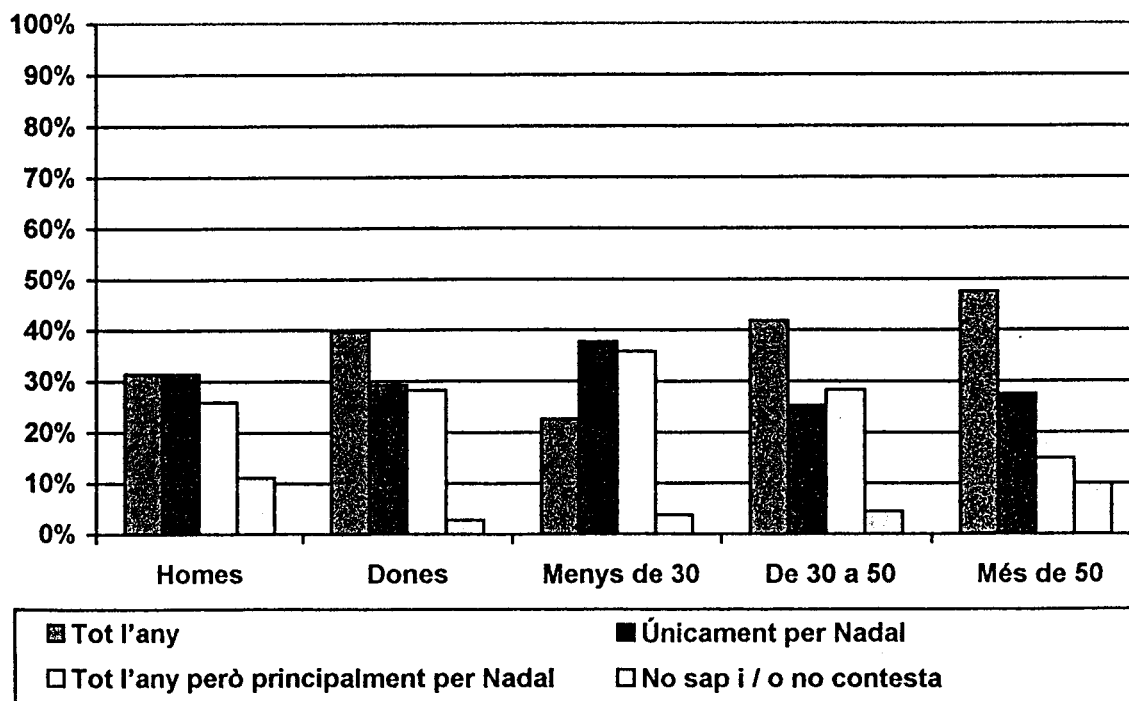
- A. El consumeix durant tot l'any
- B. El consumeix únicament per Nadal
- C. El consumeix durant tot l'any però principalment per Nadal
- D. No consumeix cava

Mostra: 415 persones de Catalunya.
Data del sondeig: desembre de 1998.

RESPOSTA	VOTS	PERCENTATGE	FIABILITAT
Tot l'any	153	36.87%	± 4.64%
Unicament per Nadal	124	29.88%	± 4.40%
Tot l'any però principalment per Nadal	113	27.23%	± 4.28%
No consumeix cava	22	5.30%	± 2.16%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Tot l'any	31,48%	39,62%	22,64%	41,79%	47,50%
Unicament per Nadal	31,48%	29,25%	37,74%	25,37%	27,50%
Tot l'any però principalment per Nadal	25,93%	28,30%	35,85%	28,36%	15,00%
No consumeix cava	11,11%	2,83%	3,77%	4,48%	10,00%



Pregunta 9.- Respecte al torró...

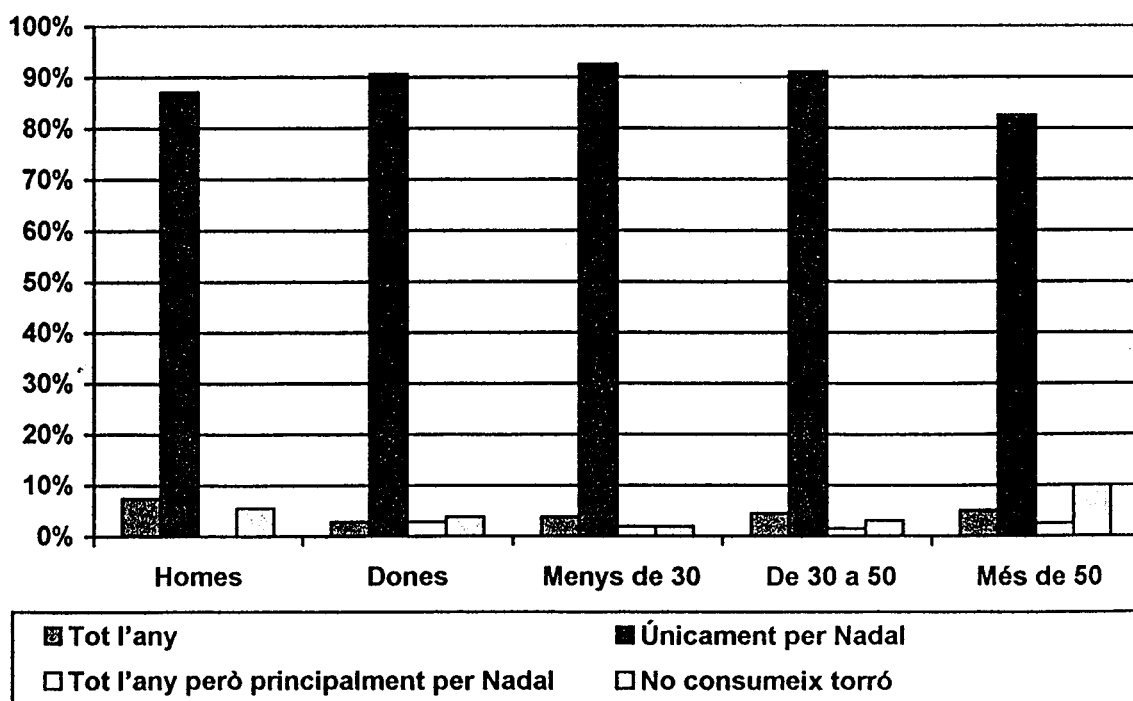
- A. El consumeix durant tot l'any
- B. El consumeix únicament per Nadal
- C. El consumeix durant tot l'any però principalment per Nadal
- D. No consumeix torró

Mostra: 415 persones de Catalunya.
Data del sondeig: desembre de 1998.

RESPOSTA	VOTS	PERCENTATGE	FIABILITAT
Tot l'any	17	4.10%	± 1.91%
Únicament per Nadal	371	89.40%	± 2.96%
Tot l'any però principalment per Nadal	7	1.69%	± 1.24%
No consumeix torró	17	4.10%	± 1.91%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Tot l'any	7,41%	2,83%	3,77%	4,48%	5,00%
Únicament per Nadal	87,04%	90,57%	92,45%	91,04%	82,50%
Tot l'any però principalment per Nadal	<1,00%	2,83%	1,89%	1,49%	2,50%
No consumeix torró	5,56%	3,77%	1,89%	2,99%	10,00%



Pregunta 10.- Considera justificat l'augment dels preus de determinats productes alimentaris durant les festes de Nadal?

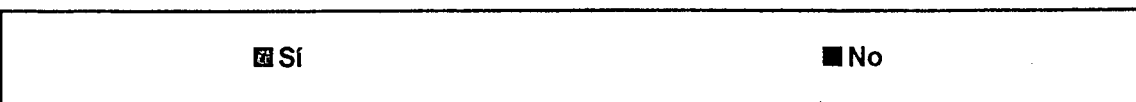
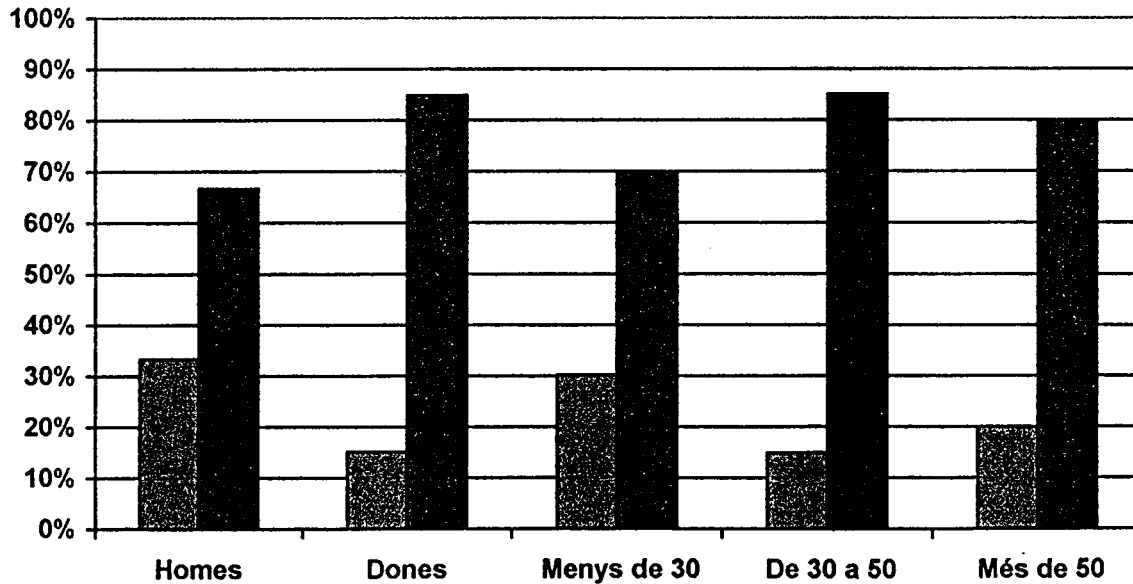
- A. Sí
B. No

Mostra: 415 persones de Catalunya.
Data del sondeig: desembre de 1998.

RESPOSTA	VOTS	PERCENTATGE	FIABILITAT
Sí	87	20.96%	± 3.92%
No	326	78.55%	± 3.95%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Sí	33,33%	15,09%	30,19%	14,93%	20,00%
No	66,67%	84,91%	69,81%	85,07%	80,00%



Pregunta 11.- A què pensa que és degut l'augment dels preus de determinats aliments durant les festes de Nadal?

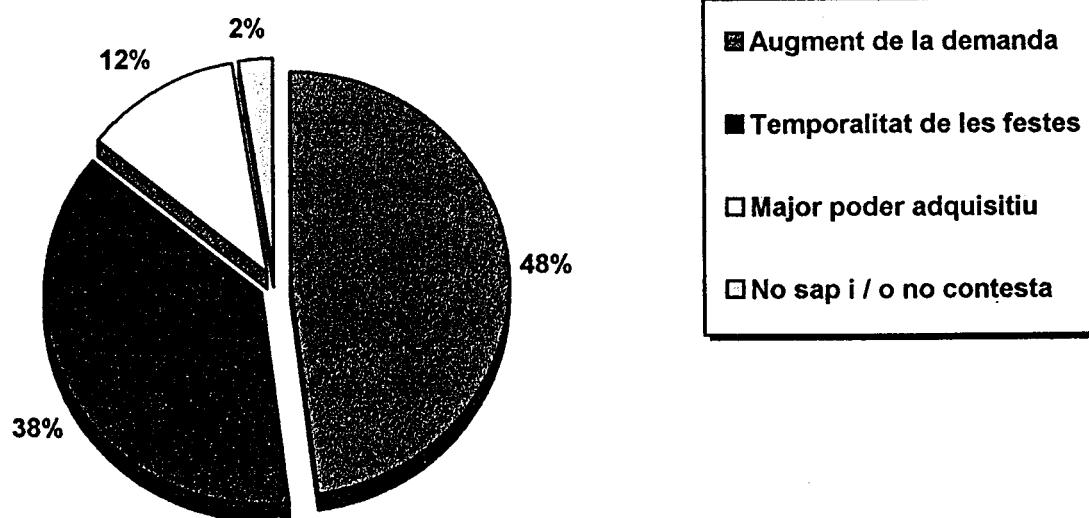
- A. Augment de la demanda
- B. Temporalitat de les festes
- C. Major poder adquisitiu dels consumidors
- D. No sap i / o no contesta

Mostra: 415 persones de Catalunya.
Data del sondeig: desembre de 1998.

RESPOSTA	VOTS	PERCENTATGE	FIABILITAT
Augment de la demanda	199	47.95%	± 4.81%
Temporalitat de les festes	155	37.35%	± 4.66%
Major poder adquisitiu	49	11.81%	± 3.11%
No sap i / o no contesta	10	2.41%	± 1.48%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Augment de la demanda	57,41%	43,40%	60,38%	47,76%	32,50%
Temporalitat de les festes	35,19%	38,68%	28,30%	41,79%	42,50%
Major poder adquisitiu	3,70%	16,04%	7,55%	8,96%	22,50%
No sap i / o no contesta	3,70%	1,89%	3,77%	1,49%	2,50%





Pregunta 12.- Utilitza la informació i les recomanacions dels organismes i de les associacions de defensa dels consumidors per fer una elecció responsable?

- A. Sí
- B. No

Mostra: 415 persones de Catalunya.
Data del sondeig: desembre de 1998.

RESPOSTA	VOTS	PERCENTATGE	FIABILITAT
Sí	102	24.58%	± 4.14%
No	301	72.53%	± 4.30%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Sí	18,52%	28,30%	15,09%	31,34%	27,50%
No	77,78%	69,81%	77,36%	68,66%	72,50%

