

La despesa en aliments durant el darrer Nadal. PULSÍMETRE

Estudi encarregat per l'Institut Català del Consum

Febrer de 2000

RPEEO 81

P
U
L
S
I
M
E
T
R
E

P
U
L
S
I
M
E
T
R
E

P
U
L
S
I
M
E
T
R
E



**LA DESPESA EN
ALIMENTS DURANT EL
DARRER NADAL**

**Valoració dels consumidors
i consumidores catalans**

Barcelona, febrer de 2000



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



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

L'AUGMENT DE LA DESPESA ALIMENTÀRIA MOTIVAT PEL PES DE LA TRADICIÓ I L'EXCÉS DE PUBLICITAT, PRINCIPALS CONCLUSIONS DE L'ESTUDI ENCARREGAT PER L'ICC ELS DIES POSTERIORS A NADAL

La majoria d'enquestats no segueix la informació i recomanacions dels organismes i associacions de defensa dels consumidors quan fa les seves compres

Barcelona, febrer de 2000. L'Institut Català del Consum, organisme adscrit al Departament d'Indústria, Comerç i Turisme, presenta el pulsímetre sobre "La despesa en aliments durant el darrer Nadal" que posa de manifest un increment de la despesa en aquest apartat força generalitzat. Els enquestats consideren injustificat l'augment de preus per Nadal, però no s'observa una tendència clara a avançar les compres, malgrat que consideren que fent-ho s'estalviarien diners i no patirien aglomeracions. Els consumidors enquestats confien plenament en la bona qualitat dels aliments venuts per Nadal. Confiança que també demostren cap aquells productes coneguts com a "marca blanca". S'aprecia, també, en aquest pulsímetre com el consum de cava s'estén durant tot l'any mentre el de torró segueix concentrant-se en les dates nadalenques. Finalment, cal destacar que la majoria d'enquestats assegura no utilitzar la informació i recomanacions dels organismes i de les associacions de consumidors a l'hora de fer la tria del que compren.

Aquesta enquesta segueix les pautes de les anteriors i incideix en els continguts d'àmbit consumidorista, de resposta ràpida. Des de l'inici d'aquests sondejos, el primer va ser a mitjan 1996, fins al darrer sondeig, s'han donat a conèixer les pautes i s'han establert les tendències del món consumidorista.

El sondeig cobreix una mostra telefònica d'unes **739 persones** enquestades arreu de Catalunya. El **60 per cent** de les entrevistes s'ha realitzat a la província de **Barcelona**. El percentatge restant correspon el **14 per cent** a la província de **Girona**, el **13 per cent** a la de **Lleida** i el **13 per cent** a la de **Tarragona**.

La despesa ha augmentat

La despesa en alimentació ha augmentat en vuit de cada deu dels consumidors/es enquestats, circumstància que pot ser reflex d'una sensació de confiança dels ciutadans en la situació econòmica actual. Aquesta hipòtesi es veu reforçada pel fet que d'entre aquelles opcions de resposta que suposen augmentar la despesa (en menys de 10 mil ptes., menys de 20 mil ptes. o més de 20 mil ptes.) la que concentra un major nombre de respostes és la que suposa un major increment: **més de 20 mil ptes.** La hipòtesi inicial es veu reforçada si tenim en compte que l'augment de la despesa per damunt de les 20 mil ptes. és també l'opció majoritària quan analitzem les dades per sexes i per edats. Tan sols **entre els menors de 30 anys** és reflecteix una certa divergència, ja que entre els més joves l'opció majoritària és que la despesa en alimentació **no ha augmentat**. Cal tenir en compte però, que, en general, la capacitat econòmica d'aquest grup d'edat és inferior a la de la resta dels considerats.



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

El pes de la tradició causa principal de l'augment de la despesa alimentària per Nadal

Pel que fa als motius que generen aquest increment de despesa, **el pes de la tradició** és el principal motiu causant amb **gairebé el 70 per cent** de les respostes -- **414 sobre 597 possibles** -- L'estudi de les respostes obtingudes atenent a variables de sexe i edat no ofereix divergències significatives. Destacariem, no obstant, que els percentatges que indiquen la tria del pes de la tradició com a impulsor de la despesa nadalenca s'incrementen amb l'edat. Així, entre els més joves el percentatge és del **60,61**, arriba gairebé al **70 per cent** en el grup de **30 a 50 anys** i, finalment, **frega el 80 per cent** en el grup de **més de 50 anys**.

Publicitat: un gra massa

La publicitat dels productes alimentaris per Nadal és **excessiva per 411 dels 739 enquestats**. Es produeix, novament, una unanimitat d'opinió en aquesta consideració, ja que si observem les respostes per sexes i per edats en tots els casos la resposta majoritària és que hi ha massa publicitat. En aquest apartat els **menors de 30 anys** són els més benevolents amb els publicitaris donat que és en aquest grup on hi ha una menor diferència entre els qui consideren la publicitat **excessiva 47,18 per cent** i els que la consideren **adient 43,66 per cent**.

Els consumidors/es enquestats es mostren molt satisfets amb la qualitat dels productes posats a la venda per Nadal, com es dedueix del fet que un **57,45 per cent** considera que **per Nadal la qualitat és la mateixa que durant la resta de l'any**, i un **23,95 per cent** addicional creu que, fins i tot, **és major**. Quant a la garantia dels productes en relació a la marca, un **45,37 per cent** indica que ofereixen més garantia els productes de marca, no obstant això, l'opció més escollida pels enquestats amb un **46,44 per cent** indica que **ofereixen la mateixa garantia els productes de marca i els de marca blanca**.

Avantatges de comprar amb antelació

Pel que fa al moment en què s'han fet les compres d'aliments, tot i que l'opció més escollida és que **les compres s'han realitzat les vigílies de les festes amb un 35,70 per cent**, les altres opcions proposades obtenen percentatges semblants. No s'observa, per tant, una preferència en els hàbits clarament majoritària en cap de les opcions proposades. Així mateix, es produeixen resultats molt similars quan es demana als consumidors/es sobre **els avantatges d'efectuar les compres d'aliments de Nadal amb antelació**, ja que tant l'opció **preus més baixos** com la de **menys aglomeració de clients** obtenen al voltant del **20 per cent** de respostes, essent la resposta més escollida la que engloba els dos avantatges citats amb un **53,83 per cent**.



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

El cava es consumeix tot l'any. El torró només per Nadal

El consum de dos productes associats tradicionalment al Nadal com el cava i el torró, segueix pautes divergents. Així mentre el torró, amb un **85,37 per cent dels casos, es consumeix únicament per Nadal**, el cava reflecteix un major nombre de respostes **--34,09 per cent--** entre aquells que diuen consumir-lo durant tot l'any.

Quant a l'augment de preu de determinats productes alimentaris durant les festes de Nadal, **574 enquestats sobre 739 possibles --77,05 per cent--** consideren que és quelcom injustificable. Els enquestats consideren en un **47,92 per cent dels casos** que l'augment de preus es produeix en primer lloc per l'augment de la demanda i en segon lloc amb un **38,12 per cent** ho atribueixen a la temporalitat de les festes.

Pocs consumidors/es utilitzen la informació i recomanacions de les associacions de defensa dels consumidors i usuaris a l'hora de fer les compres d'aliments nadalencs

Finalment, cal destacar que, prop de tres quartes parts dels enquestats, responen que **no fan ús de la informació i recomanacions dels organismes i associacions de defensa dels consumidors per escollir els productes que adquireixen**. Analitzant les dades per sexes s'observa que el percentatge dels qui no utilitzen aquesta mena d'informació arriba al **81,28 per cent entre els homes, enfront al 69,08 per cent quant a les dones**.

Les dades completes del pulsímetre poden consultar-se a la pàgina web de l'Institut Català del Consum:

<http://www.icconsum.org>

Si desitgeu rebre més informació, podeu adreçar-vos al Gabinet de Comunicació de l'Institut Català del Consum:

Montserrat Farré-Miró i Jordi Clemente

Tel. 93 330 98 12 Fax. 93 411 06 78 E-mail: farrem@icc-aiec.org



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

ÍNDEX

Pregunta 01.- Amb motiu de les festes de Nadal, quant ha augmentat la seva despesa en alimentació?

| Resposta | Vots | Percentatge |
|----------------------------|-------------|--------------------|
| No han augmentat | 110 | 14,88% |
| Menys de 10.000 ptes. | 111 | 15,02% |
| Menys de 20.000 ptes. | 171 | 23,14% |
| <u>Més de 20.000 ptes.</u> | <u>315</u> | <u>42,53%</u> |
| Ns /Nc | 32 | 4,33% |

Pregunta 02.- En cas d'augment de la seva despesa en alimentació amb motiu de les festes de Nadal, quina circumstància considera que ha tingut més influència?

| Resposta | Vots | Percentatge |
|---------------------------|-------------|--------------------|
| <u>Pes de la tradició</u> | <u>414</u> | <u>69,35%</u> |
| La pressió publicitària | 37 | 6,20% |
| Les dues | 107 | 17,92% |
| Altres | 39 | 6,53% |

Pregunta 03.- Com ha vist les campanyes publicitàries de productes alimentaris (torrons, cava, sidra, neules...) en l'època de Nadal?

| Resposta | Vots | Percentatge |
|------------------------|-------------|--------------------|
| Escasses | 16 | 2,15% |
| Correctes | 248 | 33,29% |
| <u>Excessives</u> | <u>411</u> | <u>55,17%</u> |
| No sap i/o no contesta | 68 | 9,13% |

Pregunta 04.- Segons la seva opinió, la qualitat dels productes peribles (de poca durada, peix, marisc) posats a la venda durant les festes de Nadal...

| Resposta | Vots | Percentatge |
|------------------------|-------------|--------------------|
| <u>Com tot l'any</u> | <u>428</u> | <u>57,45%</u> |
| És major | 171 | 22,95% |
| És menor | 99 | 13,29% |
| No sap i/o no contesta | 42 | 5,64% |



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

Pregunta 05.- Quan ha efectuat les compres dels aliments que ha consumit per Nadal?

| Resposta | Vots | Percentatge |
|--|------------|---------------|
| <u>Totes les vigílies de les festes</u> | <u>266</u> | <u>35,70%</u> |
| Totes amb antelació i congela els aliments peribles. | 207 | 27,79% |
| Part les vigílies i part amb antelació. | 234 | 31,41% |
| No sap i/o no contesta | 34 | 4,56% |

Pregunta 06.- Quin considera que seria el principal avantatge d'efectuar les compres de Nadal amb antelació?

| Resposta | Vots | Percentatge |
|---------------------|------------|---------------|
| Preus més baixos | 160 | 21,48% |
| Menys aglomeracions | 154 | 20,67% |
| <u>Les dues</u> | <u>401</u> | <u>53,83%</u> |
| Altres | 10 | 1,34% |
| Ns / Nc | 16 | 2,15% |

Pregunta 07.- Quins productes alimentaris li ofereixen més garantia; els de marca (adquirits en supermercats habituals) o els de marca blanca (porten el nom del mateix supermercat)?

| Resposta | Vots | Percentatge |
|------------------------|------------|---------------|
| <u>Per un igual</u> | <u>346</u> | <u>46,44%</u> |
| Els de marca | 338 | 45,37% |
| Els de marca blanca | 32 | 4,30% |
| No sap i/o no contesta | 25 | 3,36% |

Pregunta 08.- El consum de cava es típic de les festes de Nadal, però en el seu cas...

| Resposta | Vots | Percentatge |
|--|------------|---------------|
| <u>Tot l'any</u> | <u>254</u> | <u>34,09%</u> |
| Únicament per Nadal | 216 | 28,99% |
| Tot l'any però principalment per Nadal | 234 | 31,41% |
| No consumeix cava | 38 | 5,10% |



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

Pregunta 09.- Respecte al torró...

| Resposta | Vots | Percentatge |
|--|-------------|--------------------|
| Tot l'any | 42 | 5,64% |
| <u>Únicament per Nadal</u> | <u>636</u> | <u>85,37%</u> |
| Tot l'any però principalment per Nadal | 38 | 5,10% |
| No consumeix torró | 25 | 3,36% |

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

| Resposta | Vots | Percentatge |
|-----------------|-------------|--------------------|
| Sí | 159 | 21,34% |
| <u>No</u> | <u>574</u> | <u>77,05%</u> |
| Ns / Nc | 10 | 1,34% |

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

| Resposta | Vots | Percentatge |
|---|-------------|--------------------|
| <u>Augment de la demanda</u> | <u>357</u> | <u>47,92%</u> |
| Temporalitat de les festes | 284 | 38,12% |
| Major poder adquisitiu dels consumidors | 91 | 12,21% |
| No sap i/o no contesta | 9 | 1,21% |

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

| Resposta | Vots | Porcentatge |
|------------------------|-------------|--------------------|
| Sí | 181 | 24,30% |
| <u>No</u> | <u>546</u> | <u>73,29%</u> |
| No sap i/o no contesta | 16 | 2,15% |

Institut Català del Consum

REF:\SONICC1\IP12\DESEMBRE99

Pregunta 1.- Amb motiu de les festes de Nadal, quant ha augmentat la seva despesa en alimentació?

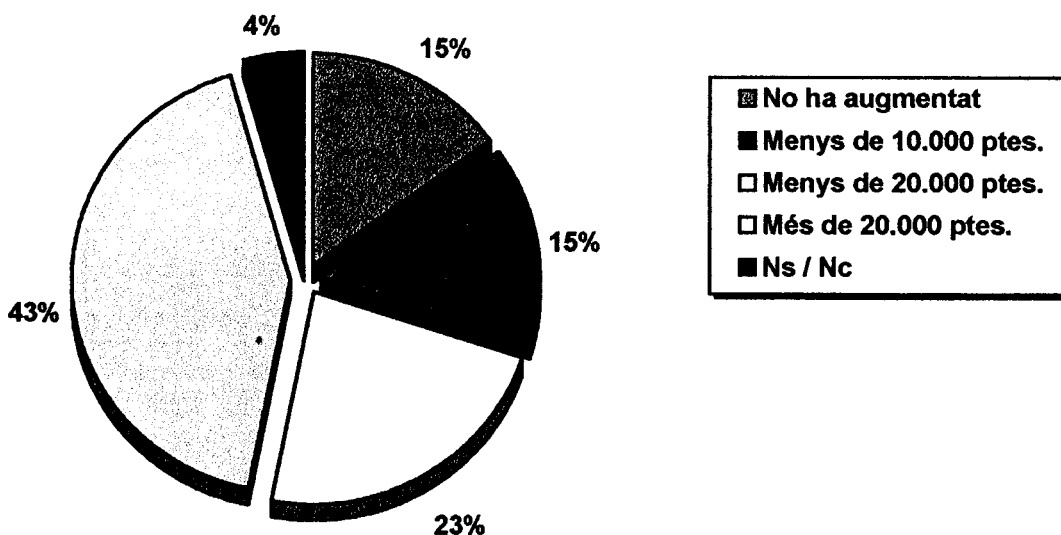
- A. No ha augmentat.
- B. Menys de 10.000 ptes.
- C. Menys de 20.000 ptes.
- D. Més de 20.000 ptes.

- Mostra: 739 persones de Catalunya.
- Data del sondeig: desembre de 1999.

| RESPOSTA | VOTS | PERCENTATGE | FIABILITAT |
|-----------------------|------|-------------|------------|
| No ha augmentat | 110 | 14.88% | ± 2.57% |
| Menys de 10.000 ptes. | 111 | 15.02% | ± 2.58% |
| Menys de 20.000 ptes. | 171 | 23.14% | ± 3.04% |
| Més de 20.000 ptes. | 315 | 42.63% | ± 3.57% |
| Ns / Nc | 32 | 4.33% | ± 1.47% |

Relació de les respostes a la pregunta

| Resp \ Grup | Homes | Dones | Menys de 30 | De 30 a 50 | Més de 50 |
|-----------------------|--------|--------|-------------|------------|-----------|
| No ha augmentat | 15,14% | 14,75% | 32,00% | 13,50% | 7,94% |
| Menys de 10.000 ptes. | 10,36% | 17,42% | 16,67% | 11,31% | 17,46% |
| Menys de 20.000 ptes. | 27,49% | 20,90% | 21,33% | 17,52% | 28,89% |
| Més de 20.000 ptes. | 43,82% | 42,01% | 22,00% | 54,74% | 41,90% |
| Ns / Nc | 3,19% | 4,92% | 8,00% | 2,92% | 3,81% |



Institut Català del Consum

REF:\SONICC1\1P12\DESEMBRE99

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

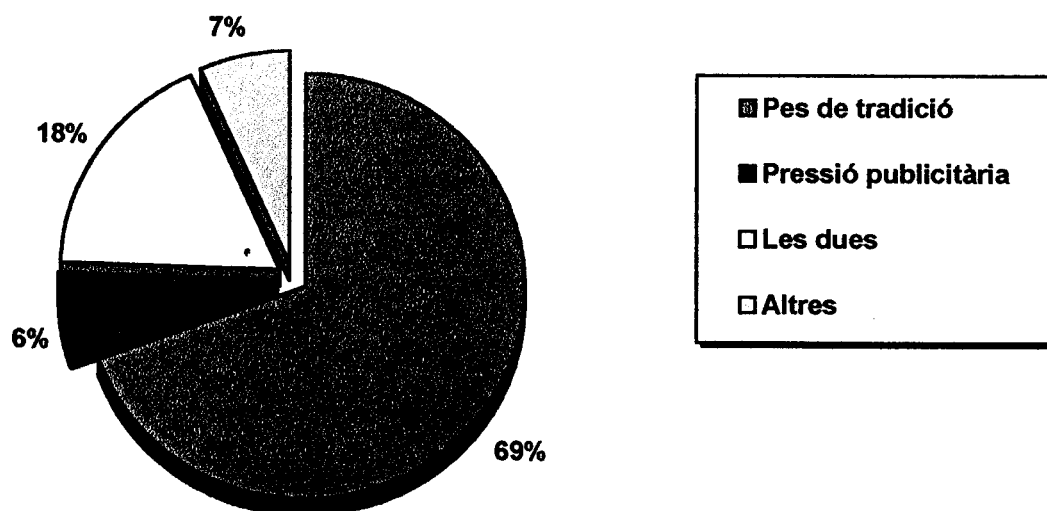
- A. El pes de la tradició
- B. La pressió publicitària
- C. Les dues
- D. Altres

- Mostra: 597 persones de Catalunya que han augmentat les despeses en alimentació per Nadal.
- Data del sondeig: desembre de 1999.

| RESPOSTA | VOTS | PERCENTATGE | FIABILITAT |
|----------------------|------|-------------|------------|
| Pes de tradició | 414 | 69.35% | ± 3.70% |
| Pressió publicitària | 37 | 6.20% | ± 1.93% |
| Les dues | 107 | 17.92% | ± 3.08% |
| Altres | 39 | 6.53% | ± 1.98% |

Relació de les respostes a la pregunta

| Resp \ Grup | Homes | Dones | Menys de 30 | De 30 a 50 | Més de 50 |
|----------------------|--------|--------|-------------|------------|-----------|
| Pes de tradició | 66,20% | 71,13% | 60,61% | 69,59% | 79,38% |
| Pressió publicitària | 7,87% | 5,25% | 6,06% | 6,91% | 5,00% |
| Les dues | 19,91% | 16,80% | 19,70% | 20,74% | 11,25% |
| Altres | 6,02% | 6,82% | 13,64% | 2,76% | 4,38% |



Institut Català del Consum

REF:\SONICC1\PI12\DESEMBRE99

Pregunta 3.- Com ha vist les campanyes publicitàries de productes alimentaris (torrons, cava, sidra, neules...) en l'època de Nadal?

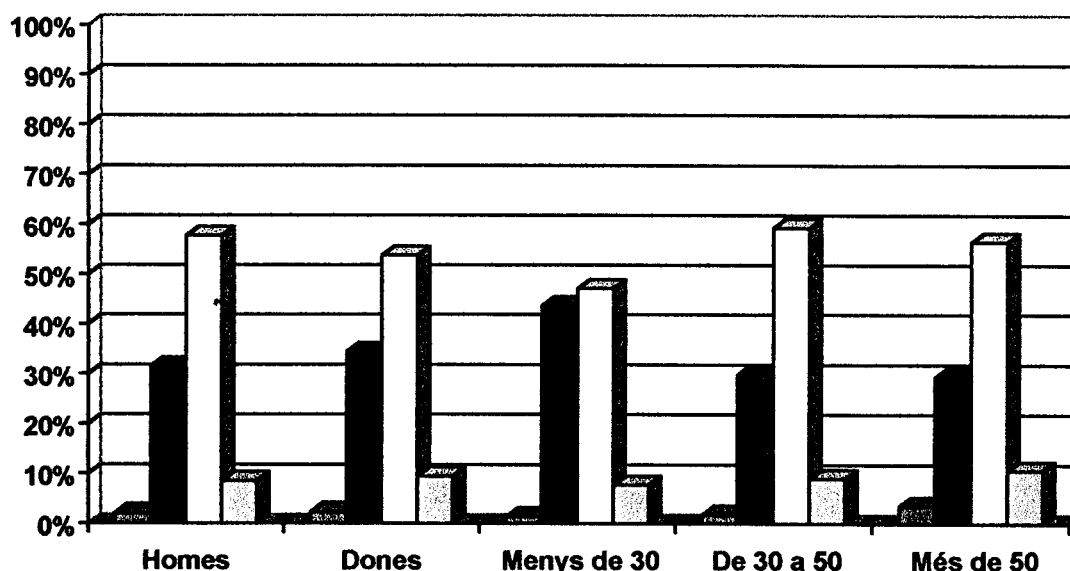
- A. Escasses
- B. Adients
- C. Excessives
- D. No sap i / o no contesta

- Mostra: 739 persones de Catalunya.
- Data del sondeig: desembre de 1999.

| RESPOSTA | VOTS | PERCENTATGE | FIABILITAT |
|--------------------------|------|-------------|------------|
| Escasses | 16 | 2.15% | ± 1.04% |
| Adients | 248 | 33.29% | ± 3.38% |
| Excessives | 411 | 55.17% | ± 3.57% |
| No sap i / o no contesta | 68 | 9.13% | ± 2.07% |

Relació de les respostes a la pregunta

| Resp \ Grup | Homes | Dones | Menys de 30 | De 30 a 50 | Més de 50 |
|--------------------------|--------|--------|-------------|------------|-----------|
| Escasses | 2.14% | 2.31% | 1.41% | 1.81% | 3.53% |
| Adients | 31.55% | 34.39% | 43.66% | 29.86% | 29.41% |
| Excessives | 57.75% | 53.76% | 47.18% | 59.28% | 56.47% |
| No sap i / o no contesta | 8.56% | 9.54% | 7.75% | 9.05% | 10.59% |



| | | | |
|------------|-----------|--------------|----------------------------|
| ■ Escasses | ■ Adients | □ Excessives | □ No sap i / o no contesta |
|------------|-----------|--------------|----------------------------|

Institut Català del Consum

REF:\SONICC1\IP12\DESEMBRE99

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

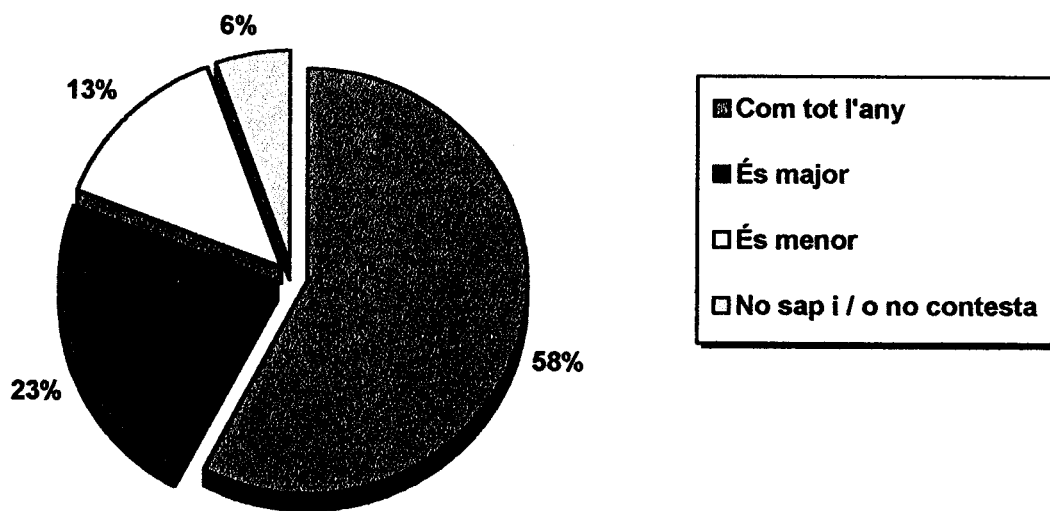
- A. És igual que a la resta de l'any
- B. És major
- C. És menor
- D. No sap i / o no contesta

- Mostra: 739 persones de Catalunya.
- Data del sondeig: desembre de 1999.

| RESPOSTA | VOTS | PERCENTATGE | FIABILITAT |
|--------------------------|------|-------------|------------|
| Com tot l'any | 428 | 57.45% | ± 3.55% |
| És major | 171 | 22.95% | ± 3.02% |
| És menor | 99 | 13.29% | ± 2.44% |
| No sap i / o no contesta | 42 | 5.64% | ± 1.66% |

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 | 46,52% | 63,58% | 54,23% | 57,92% | 60,00% |
| És major | 26,20% | 21,39% | 26,76% | 19,91% | 24,12% |
| És menor | 17,11% | 11,56% | 9,86% | 18,55% | 10,00% |
| No sap i / o no contesta | 10,16% | 3,47% | 9,15% | 3,62% | 5,88% |



Institut Català del Consum

REF:\SONICC1\P12\DESEMBRE99

Pregunta 5.- Quan ha efectuat les compres dels aliments que ha consumit per Nadal?

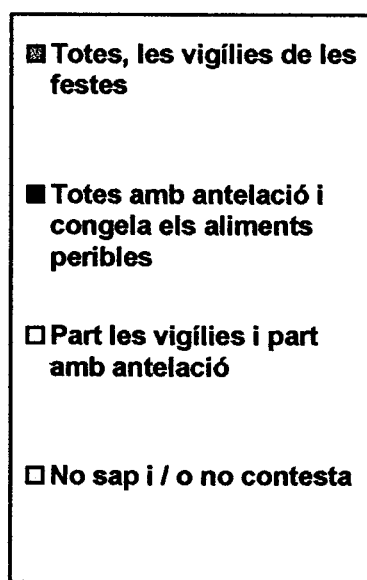
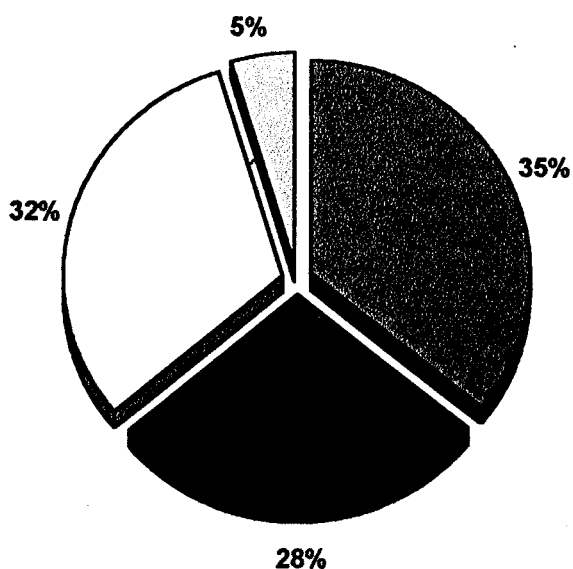
- A. Totes, les vigílies de les festes
- B. Totes amb antelació i congela els aliments peribles
- C. Part les vigílies i part amb antelació

- Mostra: 739 persones de Catalunya.
- Data del sondeig: desembre de 1999.

| RESPOSTA | VOTS | PERCENTATGE | FIABILITAT |
|---|------|-------------|------------|
| Totes, les vigílies de les festes | 266 | 35.70% | ± 3.44% |
| Totes amb antelació i congela els aliments peribles | 207 | 27.79% | ± 3.22% |
| Part les vigílies i part amb antelació | 234 | 31.41% | ± 3.33% |
| No sap i / o no contesta | 34 | 4.56% | ± 1.50% |

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 | 36,90% | 35,26% | 35,92% | 33,03% | 39,41% |
| Totes amb antelació i congela els aliments peribles | 24,06% | 30,06% | 26,06% | 21,72% | 37,65% |
| Part les vigílies i part amb antelació | 34,22% | 30,06% | 28,87% | 42,53% | 19,41% |
| No sap i / o no contesta | 4,81% | 4,62% | 9,15% | 2,71% | 3,53% |



Institut Català del Consum

REF:\SONICC1\IP12\DESEMBRE99

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

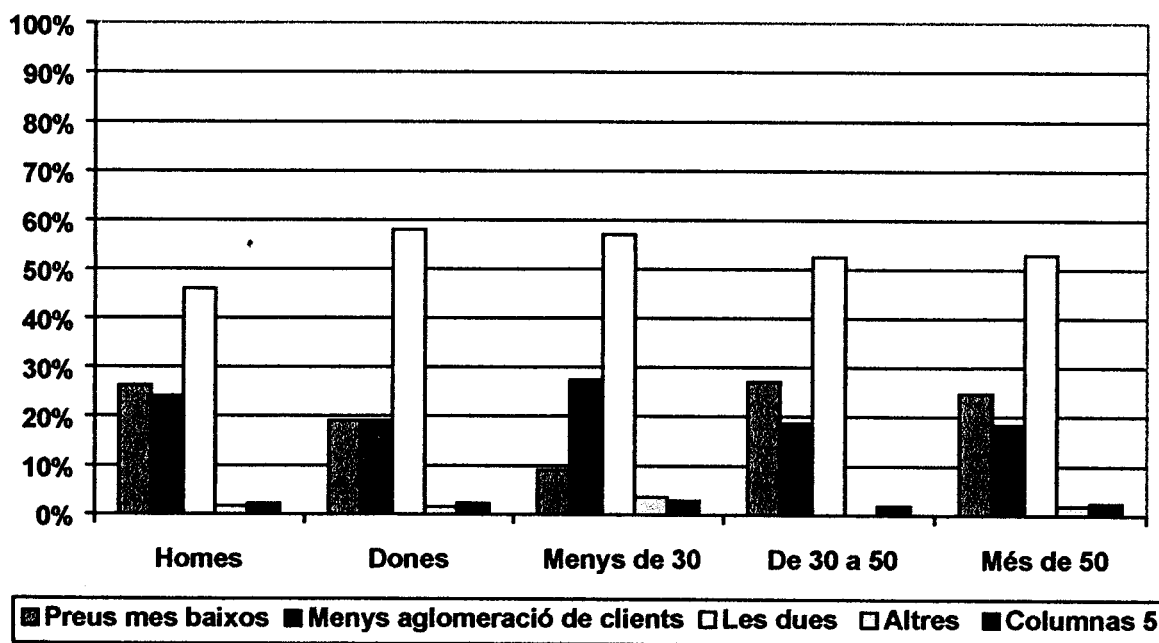
- A. Preus més baixos
- B. Menys aglomeració de clients en els establiments
- C. Les dues
- D. Altres

- Mostra: 739 persones de Catalunya.
- Data del sondeig: desembre de 1999.

| RESPOSTA | VOTS | PERCENTATGE | FIABILITAT |
|------------------------------|------|-------------|------------|
| Preus més baixos | 160 | 21.48% | ± 2.95% |
| Menys aglomeració de clients | 154 | 20.67% | ± 2.91% |
| Les dues | 401 | 53.83% | ± 3.58% |
| Altres | 10 | 1.34% | ± 0.83% |
| Ns / Nc | 16 | 2.15% | ± 1.04% |

Relació de les respostes a la pregunta

| Resp \ Grup | Homes | Dones | Menys de 30 | De 30 a 50 | Més de 50 |
|-------------------|--------|--------|-------------|------------|-----------|
| Preus més baixos | 26.20% | 19.08% | 9.15% | 27.15% | 24.71% |
| Menys aglomeració | 24.06% | 19.08% | 27.46% | 18.55% | 18.24% |
| Les dues | 45.99% | 58.09% | 57.04% | 52.49% | 52.94% |
| Altres | 1.60% | 1.45% | 3.52% | <1.00% | 1.76% |
| Ns / Nc | 2.14% | 2.31% | 2.82% | 1.81% | 2.35% |



Institut Català del Consum

REF:\SONICC1\IP12\DESEMBRE99

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

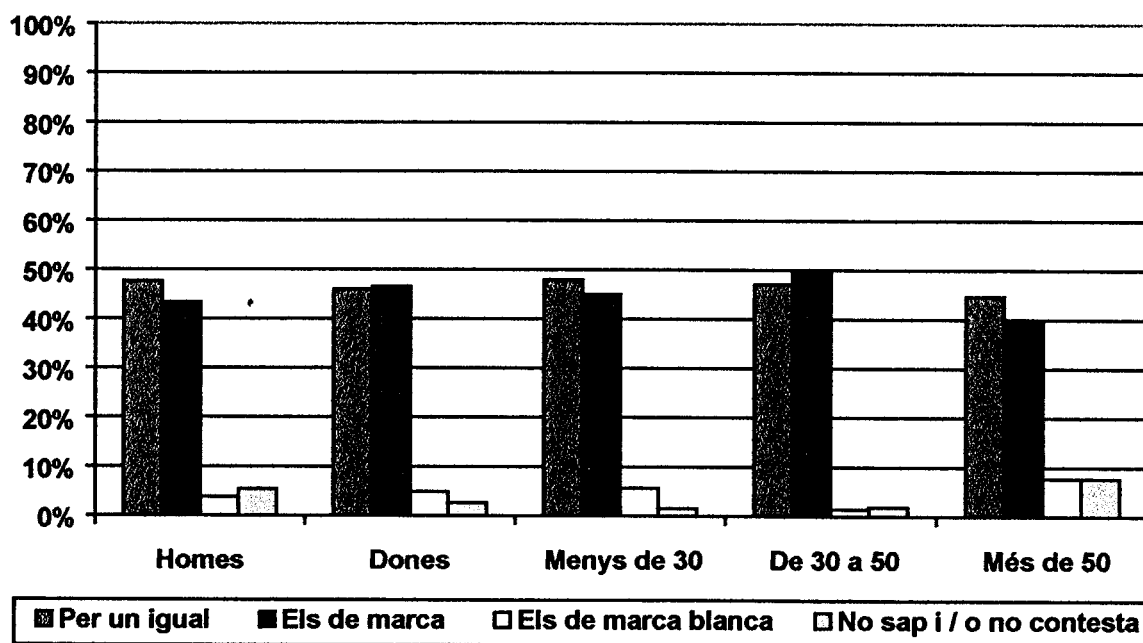
- A. Per un igual
- B. Els de marca
- C. Els de marca blanca

- Mostra: 739 persones de Catalunya.
- Data del sondeig: desembre de 1999.

| RESPOSTA | VOTS | PERCENTATGE | FIABILITAT |
|--------------------------|------|-------------|------------|
| Per un igual | 346 | 46.44% | ± 3.58% |
| Els de marca | 338 | 45.37% | ± 3.58% |
| Els de marca blanca | 32 | 4.30% | ± 1.46% |
| No sap i / o no contesta | 25 | 3.36% | ± 1.29% |

Relació de les respostes a la pregunta

| Resp \ Grup | Homes | Dones | Menys de 30 | De 30 a 50 | Més de 50 |
|--------------------------|--------|--------|-------------|------------|-----------|
| Per un igual | 47.59% | 45.95% | 47.89% | 47.06% | 44.71% |
| Els de marca | 43.32% | 46.53% | 45.07% | 49.77% | 40.00% |
| Els de marca blanca | 3.74% | 4.91% | 5.63% | 1.36% | 7.65% |
| No sap i / o no contesta | 5.35% | 2.60% | 1.41% | 1.81% | 7.65% |



Institut Català del Consum

REF:\SONICC1\1P12\DESEMBRE99

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

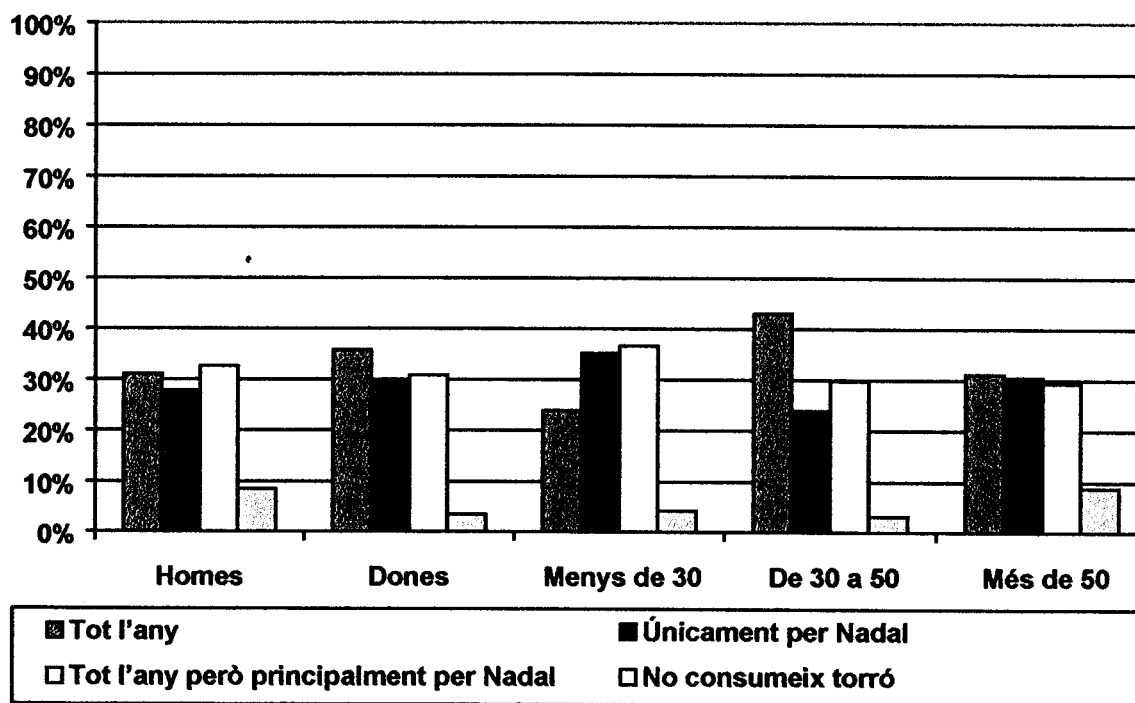
- A. El consumeix durant tot l'any
- B. El consumeix únicament per Nadal
- C. El consumeix durant tot l'any però principalment per Nadal
- D. No consumeix cava

- Mostra: 739 persones de Catalunya.
- Data del sondeig: desembre de 1999.

| RESPOSTA | VOTS | PERCENTATGE | FIABILITAT |
|--|------|-------------|------------|
| Tot l'any | 254 | 34.09% | ± 3.40% |
| Únicament per Nadal | 216 | 28.99% | ± 3.26% |
| Tot l'any però principalment per Nadal | 234 | 31.41% | ± 3.33% |
| No consumeix cava | 38 | 5.10% | ± 1.58% |

Relació de les respostes a la pregunta

| Resp \ Grup | Homes | Dones | Menys de 30 | De 30 a 50 | Més de 50 |
|--|--------|--------|-------------|------------|-----------|
| Tot l'any | 31.02% | 35.84% | 23.94% | 42.99% | 31.18% |
| Únicament per Nadal | 27.81% | 29.77% | 35.21% | 23.98% | 30.59% |
| Tot l'any però principalment per Nadal | 32.62% | 30.92% | 36.62% | 29.86% | 29.41% |
| No consumeix cava | 8.56% | 3.47% | 4.23% | 3.17% | 8.82% |



Institut Català del Consum

REF:\SONICC\1\12\DESEMBRE99

Pregunta 9.- Respecte al torró...

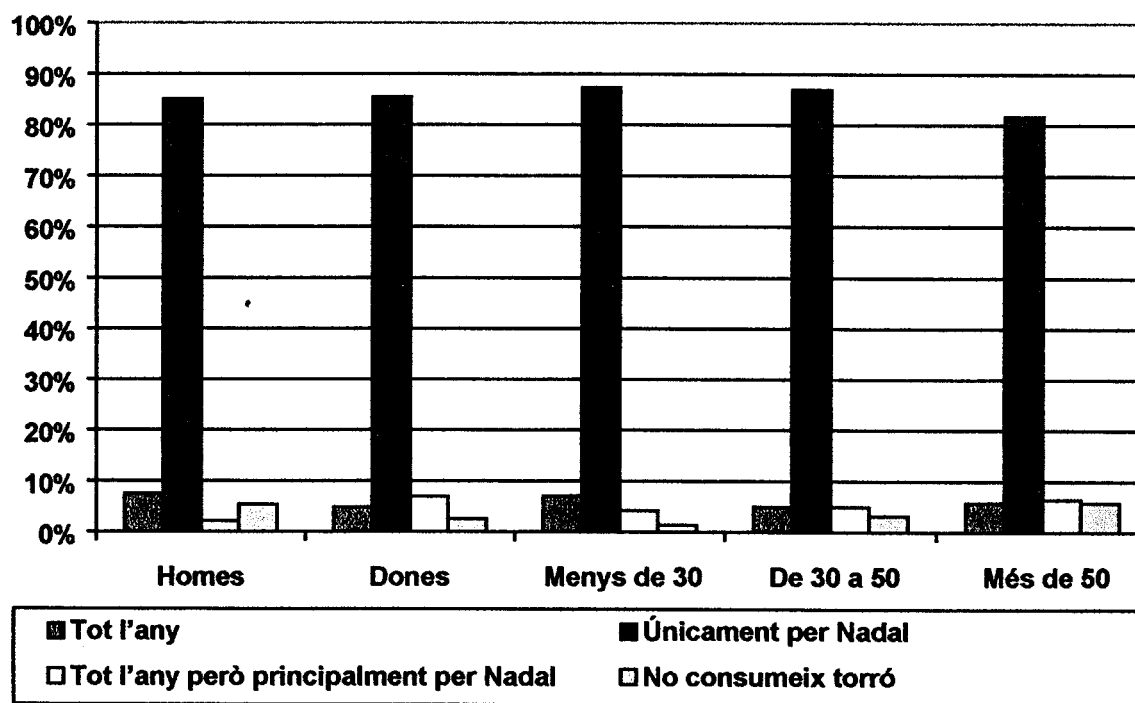
- A. El consumeix durant tot l'any
- B. El consumeix únicament per Nadal
- C. El consumeix durant tot l'any però principalment per Nadal
- D. No consumeix torró

- Mostra: 739 persones de Catalunya.
- Data del sondeig: desembre de 1999.

| RESPOSTA | VOTS | PERCENTATGE | FIABILITAT |
|--|------|-------------|------------|
| Tot l'any | 42 | 5.64% | ± 1.66% |
| Únicament per Nadal | 636 | 85.37% | ± 2.54% |
| Tot l'any però principalment per Nadal | 38 | 5.10% | ± 1.58% |
| No consumeix torró | 25 | 3.36% | ± 1.29% |

Relació de les respostes a la pregunta

| Resp \ Grup | Homes | Dones | Menys de 30 | De 30 a 50 | Més de 50 |
|--|--------|--------|-------------|------------|-----------|
| Tot l'any | 7.49% | 4.91% | 7.04% | 4.98% | 5.88% |
| Únicament per Nadal | 85.03% | 85.55% | 87.32% | 86.88% | 81.76% |
| Tot l'any però principalment per Nadal | 2.14% | 6.94% | 4.23% | 4.98% | 6.47% |
| No consumeix torró | 5.35% | 2.60% | 1.41% | 3.17% | 5.88% |



Institut Català del Consum

REF:\SONICC1\IP12\DESEMBRE99

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

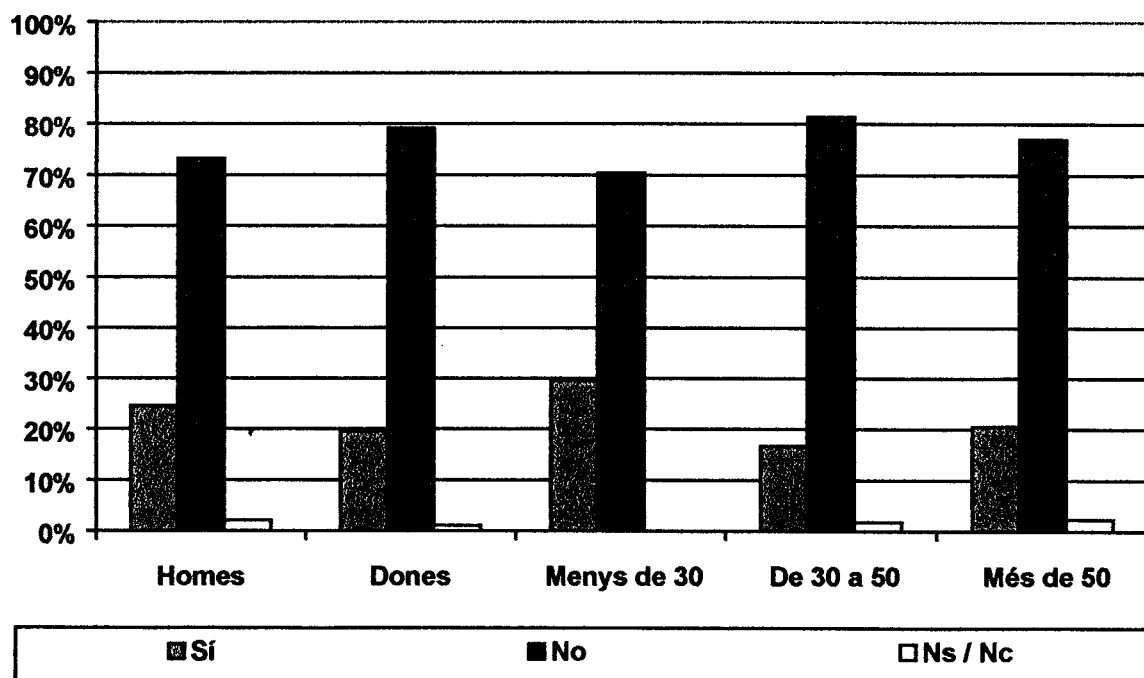
- A. Sí
- B. No

- Mostra: 739 persones de Catalunya.
- Data del sondeig: desembre de 1999.

| RESPOSTA | VOTS | PERCENTATGE | FIABILITAT |
|----------|------|-------------|------------|
| Sí | 159 | 21.34% | ± 2.94% |
| No | 574 | 77.05% | ± 3.02% |
| Ns / Nc | 10 | 1.34% | ± 0.83% |

Relació de les respostes a la pregunta

| Resp \ Grup | Homes | Dones | Menys de 30 | De 30 a 50 | Més de 50 |
|-------------|--------|--------|-------------|------------|-----------|
| Sí | 24.60% | 19.65% | 29.58% | 16.74% | 20.59% |
| No | 73.26% | 79.19% | 70.42% | 81.45% | 77.06% |
| Ns / Nc | 2.14% | 1.16% | <1.00% | 1.81% | 2.35% |



Institut Català del Consum

REF:\SONICC1\P12\DESEMBRE99

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

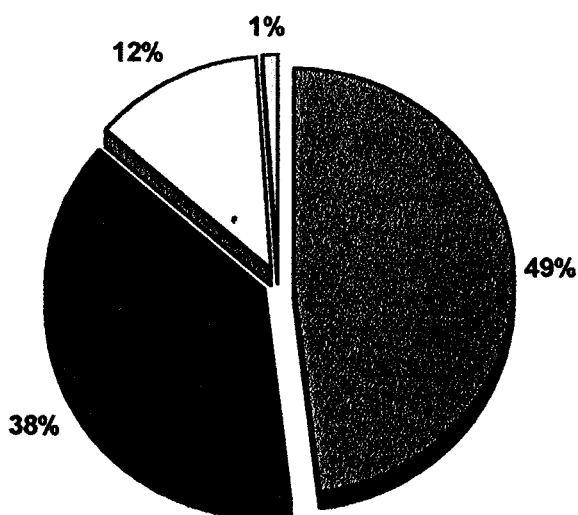
- A. Augment de la demanda
- B. Temporalitat de les festes
- C. Major poder adquisitiu dels consumidors
- D. No sap i / o no contesta

- Mostra: 739 persones de Catalunya.
- Data del sondeig: desembre de 1999.

| RESPOSTA | VOTS | PERCENTATGE | FIABILITAT |
|----------------------------|------|-------------|------------|
| Augment de la demanda | 357 | 47.92% | ± 3.59% |
| Temporalitat de les festes | 284 | 38.12% | ± 3.49% |
| Major poder adquisitiu | 91 | 12.21% | ± 2.35% |
| No sap i / o no contesta | 9 | 1.21% | ± 0.78% |

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 | 51,87% | 45,95% | 54,23% | 51,13% | 38,82% |
| Temporalitat de les festes | 39,57% | 37,57% | 33,10% | 39,37% | 41,18% |
| Major poder adquisitiu | 6,42% | 15,61% | 9,86% | 8,60% | 19,41% |
| No sap i / o no contesta | 2,14% | 0,87% | 2,82% | 0,90% | 0,59% |



- Augment de la demanda
- Temporalitat de les festes
- Major poder adquisitiu
- No sap i / o no contesta

Institut Català del Consum

REF:\SONICC1\1P12\DESEMBRE99

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: 739 persones de Catalunya.
- Data del sondeig: desembre de 1999.

| RESPOSTA | VOTS | PERCENTATGE | FIABILITAT |
|----------------|------|-------------|------------|
| Sí | 181 | 24.30% | ± 3.08% |
| No | 546 | 73.29% | ± 3.18% |
| Ns / Nc | 16 | 2.15% | ± 1.04% |

Relació de les respostes a la pregunta

| Resp \ Grup | Homes | Dones | Menys de 30 | De 30 a 50 | Més de 50 |
|----------------|--------|--------|-------------|------------|-----------|
| Sí | 16.58% | 28.61% | 23.24% | 27.15% | 21.76% |
| No | 81.28% | 69.08% | 72.54% | 71.04% | 77.06% |
| Ns / Nc | 2.14% | 2.31% | 4.23% | 1.81% | 1.18% |

