

4. Conclusiones

PERFIL DEL CONSUMIDOR

-La mitad de los consumidores encuestados (49,2%) tiene una edad superior a los cincuenta años. Dos tercios (64,9%) tienen estudios primarios o secundarios. Y casi la mitad (48,5%) vive en hogares con tres o más personas.

-Según el tipo de establecimiento en el que compran, los más mayores (+ de 60 años) representan tipo de cliente más habitual de los mercados municipales y de las tiendas de barrio, mientras que el **grupo de edad** más joven (- de 40 años) compra más en supermercados. El tipo de cliente mayoritario de las tiendas ecológicas es de mediana edad (de 40 a 59 años).

-En los supermercados es mayor el porcentaje de clientes (55,4%) pertenecientes a un **hogar** de tres o más personas, mientras que en las tiendas ecológicas es donde es más alto el porcentaje de clientes que viven solos (23,1%).

-La mayoría de los encuestados que compran en supermercados (66,1%) y en el pequeño comercio (56,4%) tienen **estudios** secundarios. En cambio, en las tiendas ecológicas la mayoría de los clientes (siete de cada diez) tiene estudios universitarios.

PLANIFICACIÓN Y FRECUENCIA DE COMPRA

-Ocho de cada diez consumidores (82%) elabora siempre una **lista de la compra** antes de acudir al establecimiento. Quienes más lo hacen son los clientes de supermercados y tiendas de barrio, y quienes menos los que compran en mercados municipales y tiendas ecológicas.

-La mitad de los consumidores (54,3%) suele hacer la **compra** una vez por semana. Sólo uno de cada cuatro compra todos los días, y este grupo suele ser mayor entre quienes compran en los mercados municipales.

PREFERENCIAS GENERALES DE COMPRA

- Sólo un 14% de los consumidores compra sin mirar los **precios**. La gran mayoría (83,3%) suele fijarse en el precio de los productos.

- La proximidad al domicilio es para los clientes de supermercados y tiendas de barrio el principal **motivo** que determina la **elección del establecimiento**. En cambio, para los clientes de los mercados municipales y las tiendas ecológicas el principal motivo es la calidad.

- El tipo de **establecimiento preferido** por la mayoría (58,5%) para la compra de **productos frescos** es el supermercado o gran supermercado, seguido del pequeño comercio (38,4%). Sólo el 5,4% del total de consumidores prefiere el mercado municipal y un 2% la tienda ecológica.

PAUTAS DE COMPRA DE PRODUCTOS FRESCOS

- Dos de cada tres consumidores (67,2%) suele preferir los **productos de temporada** a la hora de comprar productos frescos (frutas, verduras o pescados), siendo quienes compran en tiendas ecológicas y mercados municipales los que mayoritariamente los prefieren.
- En cambio, sólo el 48% de los consumidores suele prestar atención a los **productos de proximidad** y sólo el 8% del total declara hacerlo por apoyo a la economía local. Son quienes compran en tiendas ecológicas los que mayoritariamente (el 86% de ellos) suelen comprar productos de proximidad y hacerlo por apoyo a la economía local (el 26%).
- Por otro lado, casi el 70% de los consumidores no compra nunca o casi nunca **productos ecológicos**, un 20% lo hace alguna vez, y sólo el 7,8% lo hace siempre o a menudo. El principal argumento para no comprar productos ecológicos es su precio: uno de cada tres consumidores así lo afirma (siendo, todos los que argumentan así, clientes de supermercados y tiendas de barrio).
- La mitad de los consumidores (54,4%) prefiere comprar los **productos frescos “a granel”**, y sólo un 6,8% los prefiere envasados. A un 33,2% le es indiferente. Es entre los clientes de supermercados donde la preferencia por los productos a granel es menor.
- El 43% de los consumidores declara no atender nunca o casi nunca a las **ofertas de alimentos frescos con fecha próxima de caducidad**, aunque un 11% dice hacerlo alguna vez y un 38% siempre o casi siempre (siendo quienes compran en mercados municipales los que más lo hacen: el 63% de ellos).
- Un 40% de los consumidores declara no atender nunca o casi nunca a las **ofertas “de cantidad”** (tipo 2x1), siendo quienes compran en tiendas de barrio quienes menos lo hacen. Aunque un 34% de los consumidores lo hace alguna vez y un 25% lo hace siempre o casi siempre.
- Un 33% de los consumidores declara no atender nunca o casi nunca a la **“oferta del día”** de alimentos frescos, un 35% lo hace alguna vez y un 27% lo hace siempre o casi siempre, siendo quienes compran en tiendas de barrio los que más las aprovechan.
- El 85% de los consumidores consulta siempre o a menudo la **fecha de caducidad** de los alimentos. Quienes compran en los mercados municipales son los que menos lo hacen (49%).
- El **medio** más usado **para llevar la compra a casa** es el carro de la compra (un 44% lo usa), seguido de la bolsa de plástico de la propia tienda (39,1%) y de la bolsa de tela propia (31,6%). Donde más se recurre a la bolsa de plástico es en la tienda de barrio y en los supermercados.

HABITOS DE CONSUMO ALINEADOS CON LA EC y GESTIÓN DE RESIDUOS EN EL HOGAR

- Dos de cada tres consumidores (67%) declara no **tirar** nunca o casi nunca **alimentos por haberse estropeado o pasado de fecha**. Un 30% lo hace alguna vez y sólo el 1,5% dice

hacerlo a menudo. Quienes más lo hacen son los que compran en tiendas ecológicas (lo hace alguna vez el 54,7% de ellos y un 5% lo hace a menudo).

- Casi uno de cada tres consumidores (30%) suele **tener sobras por cocinar más cantidad de la debida**, aunque un 18% las tiene sólo puntualmente y el 52% declara ajustar bien la cantidad cocinada a las raciones necesarias. Quienes más suelen tenerlas son quienes compran en los mercados municipales.

- Un 87% de los consumidores guarda las **sobras de comida** para consumirlas en otro momento, y un 17% las suele usar para elaborar otras comidas. Sólo un 5% declara tirarlas.

- Sólo uno de cada dos consumidores (52,7%) hace siempre o a menudo **separación de los residuos orgánicos**, siendo quienes compran en tiendas ecológicas los que más la hacen (90,6% de ellos).

- Igualmente, sólo la mitad de los consumidores (51,4%) hace muy a menudo o a menudo **separación de los residuos no orgánicos** (cartón, vidrio o aceite), siendo quienes compran en tiendas ecológicas los que más la hacen (86,3% de ellos), seguidos de los clientes de los mercados municipales (84,3% de ellos).

GRADO DE CONOCIMIENTO DE LA EC

- Un 29% de los consumidores no sabe qué proponer cuándo se les pregunta qué se debería hacer **para mejorar el reciclaje y reducir los desperdicios**. Un 38% de ellos (sobre todo clientes de supermercados y tiendas de barrio) apela a un mayor compromiso personal y una mayor conciencia social. Y el 33% restante apunta a la necesidad de medidas públicas y privadas de diversa índole, siendo los clientes de tiendas ecológicas quienes más proponen desarrollar campañas educativas/informativas y una mejor identificación de los contenedores y más puntos de recogida.

- Dos de cada tres consumidores (66,8%) no **ha oído** nunca la expresión **“economía circular”**. Quienes más la reconocen son los clientes de las tiendas ecológicas (44,4% de ellos), y los que menos los compradores en mercados municipales (87,3% de ellos).

- Sólo un 1,8% de los consumidores dice **conocer bien o perfectamente el concepto de economía circular**. Un 12,4% dice conocerlo “un poco” y el 85,5% de los consumidores no sabe en qué consiste. Prácticamente sólo algunos de quienes compran en tiendas ecológicas (uno de cada cuatro) conoce en qué consiste la economía circular.

- Los **medios** de comunicación, internet y los centros educativos son la fuente principal por la que, los pocos que la conocen, han oído hablar de la economía circular. Sólo algunos de quienes compran en tiendas ecológicas la han conocido a través de asociaciones o de familiares o amigos.

- Tres de cada cuatro consumidores (el 72,6%) se consideran bastante o completamente **preocupados y comprometidos con los problemas medioambientales**. Sólo un 7,9% dice estarlo poco o nada. El grupo menos preocupado es el de quienes compran productos frescos en los mercados municipales.