


SONDEO

ETIQUETADO

HÁBITOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS

Informe de resultados

Noviembre 2016

- 
1. Introducción
 2. Ficha técnica del sondeo
 3. Ítems del cuestionario
 4. Conclusiones



1.- Introducción

Kontsumobide - Instituto Vasco de Consumo, a través de sus Centros de Formación e Información de Consumo, ha realizado un sondeo en la sociedad vasca acerca del **etiquetado** de los productos.

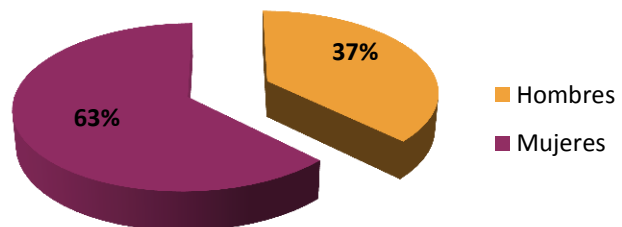
Los **objetivos** principales han sido conocer el **hábito** que tienen las personas consumidoras con respecto a la **lectura de las etiquetas** de los distintos productos, la **relevancia** que le atribuyen a los datos que aportan y averiguar hasta qué punto el etiquetado **condiciona las compras** que efectúan.

El sondeo se ha realizado a pie de calle en las **tres capitales vascas**, durante el mes de **noviembre de 2016**.

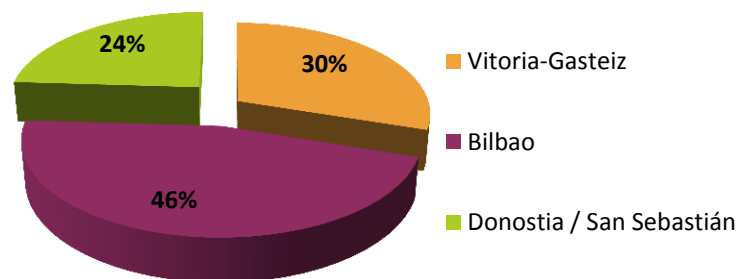
En este documento se exponen los resultados obtenidos tras preguntar a **383 personas: 115 en Vitoria-Gasteiz, 176 en Bilbao y 92 en Donostia / San Sebastián**. El número de participantes en cada capital se ha distribuido de manera proporcional, teniendo en cuenta la población y las franjas de edad.

2.- Ficha técnica del sondeo

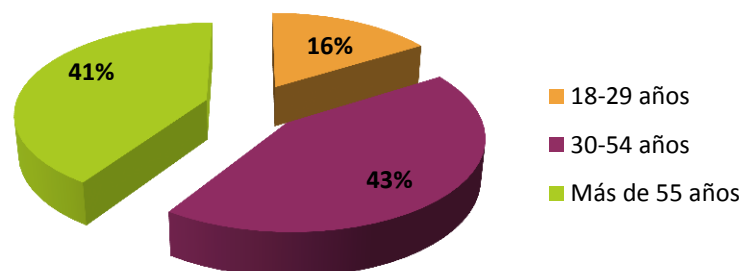
Universo



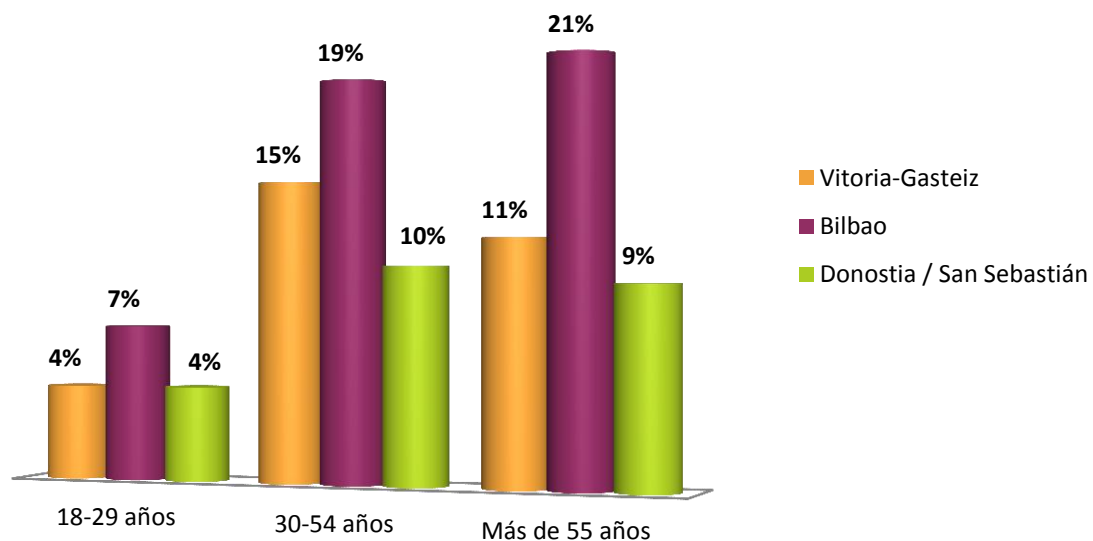
Participación por capitales



Franjas de edad de personas encuestadas



Franjas de edad por capital

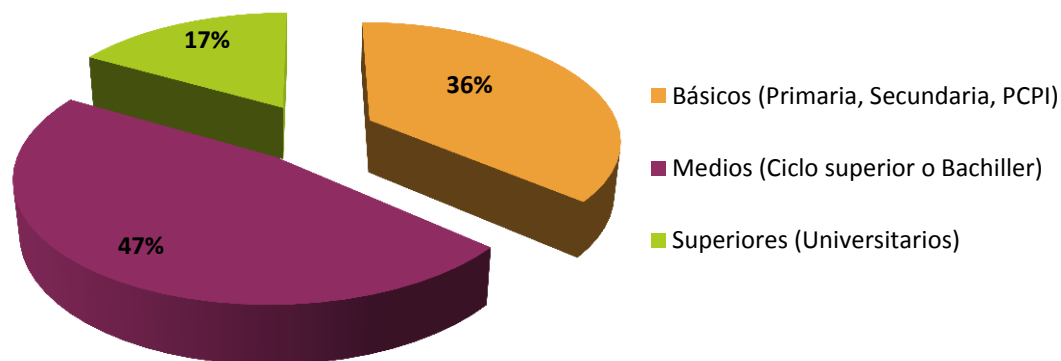


La mayoría de las encuestas se han realizado a la **población de entre 30 y 54 años**, por ser la franja con mayor número de personas. El menor número de ellas, en cambio, se ha realizado a jóvenes de entre 18 y 29 años.

En cuanto al nivel de estudios, **casi la mitad tiene estudios medios (47%)**.

Por sexo, el **63% han sido mujeres** y el **37% hombres**.

Nivel de estudios





3.- Ítems del cuestionario

1. ¿Te fijas si los productos que compras están etiquetados?
2. ¿Compras productos que no están etiquetados?
3. ¿Lees las etiquetas de los siguientes productos?
4. Si tu respuesta ha sido “Sí” o “A veces”, ¿cuándo las lees?
5. En el caso de “No”, ¿por qué no lo haces?
6. Cuando no entiendes lo que dicen las etiquetas, ¿preguntas en el establecimiento para saber su significado?
7. En el etiquetado textil, ¿te fijas en la siguiente información?
8. En el etiquetado del calzado, ¿te fijas en la siguiente información?
9. En el etiquetado de alimentos, ¿te fijas en la siguiente información?
10. En el etiquetado de cosméticos, ¿te fijas en la siguiente información?
11. ¿Leer la información de la etiqueta te ha condicionado hasta el punto de haber dejado de comprar un producto?
12. ¿Crees que el etiquetado en los productos es un tema importante para la persona consumidora?
13. ¿Cómo actuarías si detectases un incumplimiento en el etiquetado de un producto o si el producto no estuviese etiquetado?
14. ¿Acudirías a acciones formativas/informativas sobre etiquetado de productos?



4.- Conclusiones

ASPECTOS GENERALES DE LECTURA DE ETIQUETAS

1. ¿Te fijas si los productos que compras están etiquetados?

- Solo el **23%** de las personas encuestadas **se fija en el etiquetado** de los productos, mientras que el 40% lo hace únicamente en las etiquetas de productos concretos.
- Las **mujeres miran más** el etiquetado que los hombres (26% y 18%, respectivamente). El 48% de ellas solo lee las etiquetas de productos determinados, frente al 27% de ellos.

Por edades

- Las personas de entre **18-29 años** obtienen el **resultado más bajo (10%)** entre los que sí se fijan. La franja de entre 30-54 años y las personas mayores de 55 años han obtenido resultados similares en este aspecto (28% y 24%, respectivamente).

2. ¿Compras productos que no están etiquetados?

- Un **48% no compra productos sin etiquetar**.
- Las **mujeres rechazan más** que los hombres adquirir productos no etiquetados. Solo el 13% asegura que lo hace, frente al 23% de los hombres.

Por edades

- Cuanto **mayor** es la **edad**, **mayor** es el **porcentaje** de personas que adquiere productos sin etiquetar (pasa del 2% de las personas más jóvenes al 28% de las mayores de 55 años).

ASPECTOS GENERALES DE LECTURA DE ETIQUETAS

3. ¿Lees las etiquetas de los siguientes productos? (Textil, calzado, alimentación y cosméticos)

- El etiquetado de los **alimentos** es, con diferencia, el que **más se lee**. El 22% lo hace siempre y el 65%, a veces. El resto de productos ha obtenido resultados más bajos, siendo el etiquetado del **calzado el menos leído (6%)**.
- Las **mujeres prestan más atención** a las etiquetas que los hombres, aspecto que se repite en todos los productos analizados.

Por edades

- En general, las personas **más jóvenes (18-29 años) leen menos las etiquetas**.
- Las etiquetas de los alimentos son las más leídas: el 28% de quienes tienen entre 30-54 años y el 21% de las personas mayores de 55 años lo hacen. Sin embargo, solo el 8% de las personas más jóvenes las lee.
- La franja entre **30-54 años** es la que **más se fija** en el etiquetado de **cosméticos (21%)**.

4. Si tu respuesta ha sido “Sí” o “A veces”, ¿cuándo las lees? (Antes de comprar, después de comprar)

- Aproximadamente el **60%** lee las etiquetas de los productos propuestos **después de comprarlos**.
- Los **hombres, salvo en el calzado**, leen la etiqueta **después de comprar** el producto. En el caso de las mujeres, se fijan en la etiqueta de todos los productos después de la compra.

Por edades

- Generalmente, cuanto **mayor** es la **edad**, **mayor** es el **porcentaje de personas** que lee las etiquetas antes de comprar el producto.
- Destaca la lectura del etiquetado de **calzado** respecto al resto de productos por parte de las personas **mayores de 55 años** (un **75%** lo lee antes de comprar).

ASPECTOS GENERALES DE LECTURA DE ETIQUETAS

5. En caso de “No”, ¿por qué no lo haces? (Utilizan una simbología y un texto difícil de entender, tienen una letra demasiado pequeña, la información que dan no la considero importante)

- El **63%** de las personas encuestadas **no considera importante** la información que da la etiqueta, principalmente en los productos de textil y calzado (71% y 67%, respectivamente).
- En cuanto a los alimentos, un **34%** opina que **la letra es pequeña** (siendo éste el mayor porcentaje en las opciones señaladas).
- Los resultados por **sexo** han sido **similares**. El 62% de los hombres y el 64% de las mujeres no consideran importante la información que dan, siendo éstos los porcentajes más altos en comparación con el resto de opciones.

Por edades

- **Más de la mitad** de las personas encuestadas **no considera importante** la información que dan las etiquetas. Destacan la franja de entre **18-29 años** con un **79%**.

6. Cuando no entiendes lo que dicen las etiquetas, ¿preguntas en el establecimiento para saber su significado?

- Solo el **14%** **preguntaría** en el establecimiento el significado de los términos que no entienden.
- El porcentaje de las **mujeres** que sí preguntaría **duplica** al de **hombres** (**17%** y **8%**, respectivamente).

Por edades

- Según **umenta la edad**, mayor es el porcentaje de personas que se **animan a preguntar en el establecimiento** el significado de los términos de las etiquetas: el 3% de las personas de entre 18-29 años; el 13% de las de entre 30-54 años; y el 19% de las mayores de 55 años.

ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS POR SECTORES

7. En etiquetado textil, ¿te fijas en la siguiente información? (Fabricante, composición de la prenda, mantenimiento de la prenda)

- La información a la que más atención prestan es la referente al **mantenimiento de las prendas (51%)**. El 21% de las personas encuestadas se fija en la información del fabricante y el 40% en la de la composición.
- El porcentaje de **mujeres** que prestan atención a la información sobre el etiquetado textil **duplica** al de los **hombres**. Además, más de la mitad de las mujeres se fijan en la información acerca del **mantenimiento** de la prenda (**66%**) y la **composición (50%)**.

Por edades

- Las personas de **menor edad** son las que **menos se fijan** en los aspectos del etiquetado textil. La franja de entre **30-54 años** es la que **más** se fija.

8. En el etiquetado de calzado, ¿te fijas en la siguiente información? (La información del material utilizado en el empeine, la utilizada en el forro y la plantilla, la utilizada en la suela)

- **Menos del 30%** de las personas leen la información sobre calzado. El material empleado en la fabricación del **forro** y la **plantilla** es el **más consultado**.
- El número de **mujeres que se fijan** en el etiquetado es **más del doble** que el de los hombres en todas las opciones planteadas.

Por edades

- Según **avanza** la edad, se presta **mayor atención** a los tres términos analizados. La información sobre el **forro y la plantilla** es la que más se lee, y lo hace el **34%** de las personas **mayores de 55 años**.

ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS POR SECTORES

9. En el etiquetado de alimentos, ¿te fijas en la siguiente información? (País de origen, nombre de la empresa que fabrica el producto, fecha de caducidad o consumo preferente, información nutricional, lista de ingredientes, alérgenos)

- La **fecha de caducidad o consumo preferente** es el dato en el que más se fijan las personas encuestadas (**94%**). En segundo lugar, se encuentra el nombre de la empresa fabricante (59%), seguido de la lista de ingredientes (40%). Solo el 10% se fija en la información nutricional.
- Tanto los **hombres (87%)** como las **mujeres (98%)** le dan la **máxima** importancia a las fechas.

Por edades

- Las personas de entre **30-54 años** son las que más se fijan **en casi todos los aspectos** planteados con respecto a las otras dos franjas de edad.
- Las personas **mayores de 55 años**, sin embargo, son las que más se fijan en los **alérgenos (28%)**.

10. En el etiquetado de cosméticos, ¿te fijas en la siguiente información? (Nombre y dirección de la empresa que comercializa el producto, función y precauciones del producto, fecha de caducidad y consumo preferente, lista de ingredientes)

- La fecha de **caducidad o consumo preferente** es el dato más leído (**54%**).
- Las **mujeres se fijan más** que los hombres en toda la información que aporta el etiquetado de cosméticos.
- La **fecha de caducidad o consumo preferente** es la que **mayor interés** despierta en ambos sexos, a pesar de que en los porcentajes se detectan diferencias: 35% hombres y 65% mujeres.

Por edades

- La información en la que más se fijan todas las personas es en la **fecha de caducidad o consumo preferente**. El mayor porcentaje (**65%**) se aprecia en la franja de entre **30-54 años**.

OTROS ASPECTOS DEL ETIQUETADO

11. ¿Leer la información de la etiqueta te ha condicionado hasta el punto de haber dejado de comprar un producto?

- El **43%** de las personas encuestadas **afirma** haberse visto condicionada por la información leída en la etiqueta.
- Al **52%** de las **mujeres** les ha condicionado esta información, frente al **27%** de los **hombres**.

Por edades

- Las personas de entre **30-54 años** son las que **más se han visto condicionadas (51%)**, frente al 44% de las mayores de 55 años y el 19% de las más jóvenes.

12. ¿Crees que el etiquetado de los productos es un tema importante para la persona consumidora?

- El **83%** **considera importante** el etiquetado de los productos.
- El **90%** de las **mujeres** considera este tema importante, frente al **71%** de los **hombres**.

Por edades

- La franja de edad de entre **30-54 años** es la que **más relevancia** otorga al etiquetado de los productos (**93%**). Las personas de entre 18-29 años y las mayores de 55 años han obtenido un porcentaje similar (76% y 75%, respectivamente).

OTROS ASPECTOS DEL ETIQUETADO

13. ¿Cómo actuarías si detectases un incumplimiento en el etiquetado de un producto o si el producto no estuviese etiquetado?

(Lo comentaría con el responsable del establecimiento, pondría una reclamación y/o denuncia en la administración competente, no haría nada, si me gusta el producto lo compraría, si no, no)

- El **62% no haría nada**, si le gusta el producto lo seguiría comprando. El 28% lo comentaría con el establecimiento, mientras que solo un 10% daría el paso de reclamar o denunciarlo ante la administración competente.
- Por **sexo**, la tendencia general es **no hacer nada**, aunque hay **diferencias (76% hombres y 54% mujeres)**. En las otras dos opciones han obtenido mayores porcentajes las mujeres que los hombres.

Por edades

- Las personas **más jóvenes** son las que, en mayor porcentaje, **no harían nada (87%)**. La franja de entre 30-54 años y las personas mayores de 55 años han obtenido resultados similares (57% y 59%, respectivamente).

14. ¿Acudirías a acciones formativas/informativas sobre etiquetado de productos?

- Un **15% estaría interesado** en recibir formación o información; la **mayoría, mujeres** (el 20%, frente al 6% de los hombres).

Por edades

- A **mayor edad, mayor** es el **interés** en recibir acciones formativas/informativas. Los resultados pasan de un 2% en el grupo más joven a un 23% en el de mayores.

ETIQUETADO

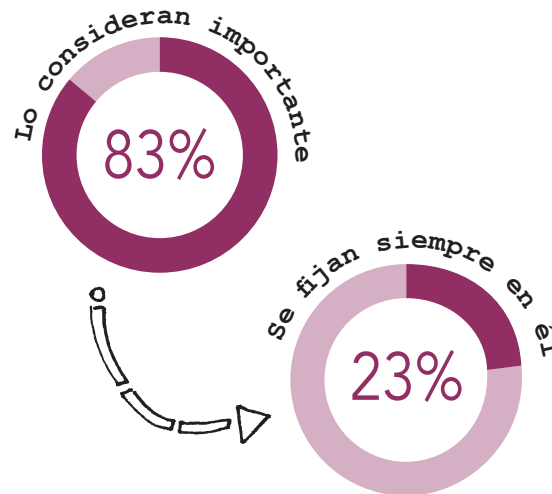
Hábitos de las personas consumidoras

¿Lees estas etiquetas?

	Si	A veces
Textil	8%	35%
Calzado	6%	25%
Alimentos	22%	65%
Cosméticos	8%	36%

¿Cuándo las lees?

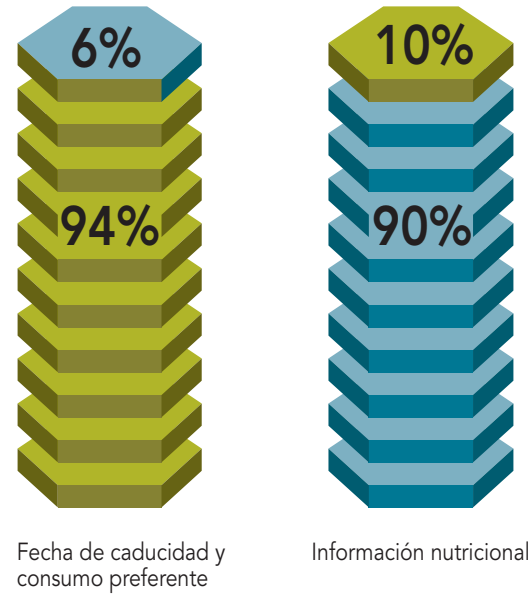
	Antes de comprar
Textil	33%
Calzado	42%
Alimentos	40%
Cosméticos	40%



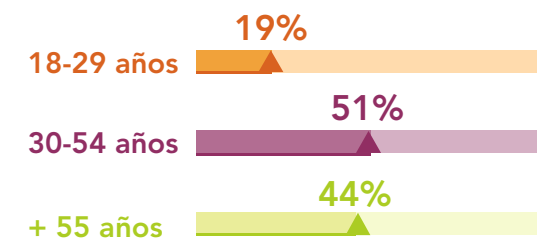
El 48% no compra productos sin etiqueta

El 63% dice que no lee las etiquetas porque la información que dan no la considera importante

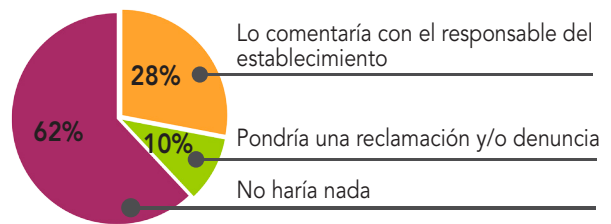
Alimentos, ¿te fijas en la siguiente información? Si No



¿La información de la etiqueta te ha condicionado hasta el punto de haber dejado de comprar un producto?



Actuación ante la detección de un incumplimiento en el etiquetado



¿Preguntas en el establecimiento cuando no entiendes el significado de las etiquetas?

