

INSTITUT CERDÀ
Fundació Privada

Alimentació 2010

Hàbits de compra i consum de productes emergents

- CIUTAT DE BARCELONA -

▪ ANTECEDENTS	3
▪ OBJECTIUS	4
▪ FITXA TÈCNICA	5
▪ CONCLUSIONS	6
▪ RESULTATS PARTICULARS	14
1. ALIMENTS FUNCIONALS	15
• Coneixement d'Aliments Funcionals	16
• Hàbits i Tendències de Consum d'Aliments Funcionals	18
• Consum d'Aliments Funcionals	19
2. ALIMENTS ECOLÒGICS	21
• Coneixements d'Aliments Ecològics	22
• Hàbits i Tendències de Consum d'Aliments Ecològics	24
• Consumo d'Aliments Ecològics	25
3. PRODUCTES OGM	26
• Coneixements de Productes OGM	27
• Hàbits i Tendències de Consum de Productes OGM	29
4. ALIMENTS AMB D.O. I QUALITAT CERTIFICADA	30
• Coneixement d'Aliments amb D.O.	31
• Coneixements d'Aliments amb Qualitat Certificada	33
• Coneixement d'Aliments amb D.O. o Qualitat Certificada	35
• Hàbits i Tendències de Consum d'Aliments amb D.O. i Qualitat Certificada	36
• Hàbits de Compra d'Aliments amb D.O. i Qualitat Certificada	37
• Lloc de Compra d'Aliments amb D.O. i Qualitat Certificada	41
5. ALIMENTS SEMI-ELABORATS	42
• Coneixement d'Aliments Semi-elaborats	43
• Hàbits i Tendències de Consum d'Aliments Semi-elaborats	45
• Consum d'Aliments Semi-elaborats	46
6. ALIMENTS PREPARATS	47
• Coneixement d'Aliments Preparats	49
• Hàbits i Tendències de Consum d'Aliments Preparats	50
• Consum d'Aliments Preparats	51

➤ En el marc del projecte Alimentació 2010 es planteja realitzar un anàlisi quantitatiu sobre els hàbits de compra i consum d'unes tipologies específiques de productes emergents d'alimentació.

- Productes relacionats amb les formes de consum
 - Productes funcionals
 - Productes de quarta gamma (semi-elaborats)
 - Productes de cinquena gamma (precuinats/cuinats)

- Productes relacionats amb les formes de producció
 - Productes ecològics
 - Productes OGM

- Productes amb garantia de qualitat
 - Denominacions d'Origen
 - Marques de qualitat certificada

- Valoració/ factors de decisió de consum/ no consum.
- Hàbits de compra (lloc i factors de compra).
- Hàbits i tendències de consum d'aquests productes.

Tècnica d'Investigació

- **Entrevistes telefòniques** assistides per ordinador (CATI Computer Assisted Telephone Interviewing).

Públic objectiu

- **Persones majors de 18 anys** (homes i dones) **que siguin responsables de la compra a la llar.**

Àmbit geogràfic

- Comunitat Autònoma de Catalunya.

Mostra i Distribució

- Es va realitzar un **total de 412 entrevistes.**
- Això suposa un **marge d'error màxim de $\pm 4,9\%$** per resultats globals per al total de les 412 entrevistes.
*En les condicions estadístiques habituals ($p=q=50$) i amb un nivell de confiança del 95,5%
- **Mostreig probabilístic**, distribuït proporcionalment segons sexe i edat.

Treball de camp

- Entre els dies 7 i 16 de juny del 2005.

CONCLUSIONS

1. Aliments Funcionals

- Al igual que en les vuit comunitats incloses en aquest estudi, els aliments funcionals resulten molt poc coneguts, només l'11,9% dels consumidors declaren que els coneix o ha escoltat parlar d'aquests. Com hem vist a Catalunya i a la resta de les comunitats sota estudi, si bé són molt pocs els que declaren conèixer aquests aliments, quant s'exemplifica - probiòtics, begudes isotòniques etc.- la població que declara haver consumit aquest tipus d'aliments és important, demostrant que el desconeixement es deu al nombre genèric utilitzant per reunir aquests productes - "aliments funcionals" -.
- Una vegada assenyalades les principals característiques dels aliments funcionals, el 58,7% els associa amb aliments cars, justificant un 39,5% el seu preu per aportar salut. En concordança amb aquests resultats, la meitat dels consumidors manifesten que els seus beneficis són creïbles.
- En comparació amb la resta de la població analitzada, a Barcelona, a pesar que critiquen el seu preu en major proporció, les opinions sobre els aliments funcionals són més positives; els resulten més creïbles i són considerats adequats per les seves famílies en major proporció.
- Els productes probiòtics (66,7%), amb àcids grassos (60,9%) i aquells amb antioxidants (56,1%) són els més consumits. Entre les persones que compren aquests aliments, la freqüència de consum és bastant elevada, detectant-se freqüències mitges d'entre 10 i 13 vegades al mes.
- En ordre li segueixen els prebiòtics (46,4%), amb agregats de vitamines i minerals (37,1%) i els productes amb fotoquímics (36,7%), registrant-se una freqüència de consum entre 9 i 10 cops al mes.
- Les begudes estimulants (34,7%) i les isotòniques (18,4%) són els productes funcionals menys acceptats, encara que en el cas de les begudes estimulants els que les consumeixen ho fan amb bastant freqüència (13 vegades al mes).
- Tant el consum de begudes funcionals com de productes prebiòtics i aliments amb agregats de vitamines i minerals augmenta significativament entre les persones joves i, en general, en les llars de major poder adquisitiu.

- A Barcelona, el comportament de consum d'aliments funcionals és molt similar al de Catalunya i la resta de les comunitats analitzades, només val la pena destacar un augment en el consum de begudes estimulants (34,7% a Barcelona respecte el 22,2% en el total de la població).

2. Aliments Ecològics

- Encara que en relació a la resta de Catalunya, el nivell de coneixements dels aliments ecològics disminueix una mica, encara poden ser considerats com molt difoses entre els consumidors (76,7%).
- El nivell de coneixement és quelcom major a la categoria d'edat de 18 a 34 anys, on augmenta al 84,9%; a partir d'aquí comença a descendir fins el 66,3% entre les persones majors de 55 anys.
- La gran majoria dels consumidors que manifesten tenir coneixements sobre aquests productes tenen una idea clara sobre les seves principals característiques. Els defineixen principalment com aliments sense ingredients químics (57,5%) la seva producció és natural (34,6%), que no danyen el mediambient (18,4%).
- En general, aquest tipus d'aliments els resulten creïbles (62,4%), consideren que són més rics, amb millor sabor (55,6%) i, encara que a gran part els hi resultin cars (69,7%), un de cada dos consumidors justifica el seu preu en els seus beneficis.
- Les persones de 56 i més anys són qui defensen més les bondats dels aliments ecològics, assenyalant en major proporció que aquests els resulten creïbles.
- El 52,9% de la població consumeix aquests aliments, registrant una freqüència mitja de 12 vegades per mes, es a dir 3 vegades a la setmana. Recordem que en el global de la població analitzada, la població que consumeix aliments ecològics representa el 57,9%, proporció molt similar a la registrada a Barcelona.

3. Productes OGM

- El consumidor posseeix un gran desconeixement sobre els productes OGM, només el 27,4% declara conèixer-los o haver escoltat parlar d'aquests, entre els quals el 62,8% els defineix correctament, senyalant que són aliments modificats genèticament.
- El coneixement és quelcom major entre els consumidors més joves – fins a 34 anys– (38,3%), i en general entre les llars d'ingressos superiors als 2.000€ mensuals (42,5%).
- Una vegada assenyalades les principals característiques dels aliments funcionals, la majoria no creu amb aquest tipus d'aliments (41,9%), no creuen que tinguin major sabor (45,9%) ni que siguin beneficiosos per la salut (50,3%).

4. Aliments amb D.O. i Qualitat Certificada

- A Barcelona es manté l'alt nivell de coneixement dels aliments amb D.O. (81,8%), registrant a la resta de comunitats analitzades.
- El vi, l'oli d'oliva i el pernil ibèric són els aliments amb D.O. més difosos entre els consumidors. En un segon esglaió es troben les fruites i hortalisses, les carns vermelles i altres embotits.
- La majoria dels consumidors defineix aquests aliments com productes autòctons, elaborats en una determinada regió (73,3%), sent molt pocs els que mencionen la certificació per part d'un organisme regulador (8,9%), l'aplicació de controls de qualitat (11,9%) o simplement la qualitat superior d'aquests aliments (12,2%).
- El 67,5% dels barcelonesos manifesten conèixer els productes de Qualitat Certificada, disminuint 11 punts percentuals respecte al total de les vuit comunitats.
- La població de més edat i, en general, les llars de menor poder adquisitiu tenen un desconeixement major sobre aquests aliments.

- Existeix una idea bastant clara de les principals característiques d'aquests productes, associant-los amb aliments certificats per l'Administració o un altre organisme assignat per aquesta (42,1%), amb productes de qualitat controlada (34,2%) o simplement de millor qualitat (20,9%).
- La majoria dels consumidors reconeix que els aliments amb D.O. o Qualitat Certificada li donen confiança (75,5%), creuen en les seves característiques diferencials (78,9%) i en el seu millor sabor (75,5%).
- Els associen amb productes cars (74,2%), encara que justifiquen els seus preus amb la qualitat d'aquests aliments (67,7%). La majoria no veu aquests aliments com de consum quotidià, manifestant que únicament els compra per ocasions especials (61,7%).
- En general, les opinions dels barcelonesos respecte aquests aliments són molt similars a les de la resta de les vuit comunitats incloses en aquest estudi.
- La garantia de qualitat (68,2%) i de millor sabor (46,6%) són els factors més valorats per els compradors a l'hora d'escollir un producte amb D.O. o Qualitat Certificada en lloc d'un aliment sense cap certificació.
- L'oli d'oliva és el producte amb D.O. o Qualitat Certificada que més és consumeix, el 41,5% de les llars el consumeix amb molta freqüència i un 38,8% amb bastant freqüència, sent el seu consum major entre les persones de més de 55 anys.
- En segon lloc és troba el pernil ibèric, encara que la majoria acostuma a consumir aquest aliment amb poca freqüència (39,8%). Considerant aquest segment i el de consumidors freqüents o molt freqüents, hi ha un total de consumidors equivalents al 73,5%, proporció quasi igual a la registrada per el global de les vuit comunitats analitzades.
- El vi de Qualitat Certificada o amb D.O. posseeix un 26,7% de consumidors freqüents i un 39,6% de poc freqüents. El seu consum augmenta entre la població de mitjana edat.

- En quant al lloc de compra d'aliments amb D.O. o Qualitat Certificada, Barcelona segueix els paràmetres de la resta de la població objecte d'estudi. Només s'observa certa variació en el lloc de compra de productes frescos, per als quals adquireixen major importància els mercats.
 - Per la carn, compren principalment a mercats (38,6%) i, en segon lloc, a súper/hipermercats (30,6%) o a botigues de barri (27,7%).
 - De manera similar, la compra de fruites i hortalisses amb D.O./Qualitat Certificada, la realitzen en el mercat (32,5%) i, en segon lloc, en botigues de barri/especialitzades (31,8%) o súper/hipermercats (27,0%).
 - Per la compra d'embotits amb D.O. o Qualitat Certificada recorren a varis establiments: súper/hipermercats (23,8%), botigues de barri/especialitzades (23,3%) i a mercats (18,9%).
 - Els supermercats són el tipus d'establiment que concentra major número de compres d'oli, formatges, i vins amb D.O. o Qualitat Certificada (58,8%, 45,6% i 39,1% respectivament). En el cas dels formatges, també juguen un paper important les botigues de barri (22,3%) i els mercats (21,6%).

5. Aliments Semi-Elaborats

- Els aliments semi-elaborats són relativament coneguts, un 49,3% manifesta conèixer-los i un 14,8% ha escoltat parlar d'aquests però no sap bé de què és tracta. A l'igual que en el total de Catalunya, el nivell de coneixement d'aquests aliments disminueix una mica respecte al total de les vuit comunitats analitzades.
- Entre els que les coneixen, la majoria té una idea correcta de les seves principals característiques, definint com aliments que necessiten poca preparació, que estan mig fets (59,8%) i en menor proporció com aliments congelats (21,2%).
- Les opinions es divideixen al parlar del seu preu, un 45,6% els considera cars i el 28,9% no li resulten ni cars ni barats.
- Quelcom similar passa al avaluar el sabor d'aquests menjars: 42,5% les considera riques i el 27,4% no destaca ni critica el seu sabor.

- El 41,0% assenyala que els menjars semi-elaborats s'adeqüen a les necessitats de la seva família, percentatge una mica superior al registrat en el global de les vuit comunitats.
- El 32,6% assenyala que sempre o gairebé sempre inclou algun aliment de quarta gamma a la seva cistella de la compra, i un 19,7% que ho fa però amb menys freqüència.
- Aquest tipus d'aliments resulten més adequats per les persones més joves, els quals manifesten en major proporció incloure'ls a la seva cistella d'alimentació.
- El 60,0% consumeix aquests aliments, registrant una freqüència mitja de 8 vegades per mes, es a dir 2 vegades a la setmana. La proporció de consumidors és igual a la registrada en el global de les vuit comunitats, sent també molt similar la freqüència de consum.
- El nivell de consum augmenta significativament en el rang d'edat que va des dels 18 als 34 anys (81,8%). En relació al poder adquisitiu, entre les llars de fins 1.000€/mes, la proporció de consumidors cau al 49,3%, mantenint-se la freqüència de consum; a partir d'això el segment de consumidors creix a mesura que augmenta l'ingrés de les llars fins aconseguir el 71,0% entre les llars de més de 2.000€/mes.

6. Aliments Preparats

- La gran majoria dels consumidors tenen un coneixement exhaustiu d'aquesta categoria de productes.
- Entre les llars de major poder adquisitiu – més de 2.000€ mensuals – i, en general, en el segment de 18 a 34 anys augmenta una mica el nivell de coneixement.
- L'alt nivell de coneixement és corroborat a l'indagar sobre les principals característiques d'aquests aliments. La majoria dels consumidors tenen una idea clara de les seves qualitats, definint-los com aliments que necessiten poca o gens preparació (81,2%) i, en menor proporció, com aliments congelats (17,4%).

- El nivell d'acceptació dels menjars preparats és relatiu: només el 26,5% manifesten que acostumen a incloure aquest tipus de menjars a la seva cistella, i un 31,6% els considera adequats per les seves necessitats.
- Les opinions es divideixen al parlar de la seva tasca, un 35,0% pensa que aquests menjars són molt saborosos i un 39,5% no considera que tinguin bon sabor.
- La majoria considera que aquests aliments són cars (40,5%) o que no són ni cars ni barats (31,3%).
- El 55,1% de les llars consumeix aliments de cinquena gamma, alguna més que en el conjunt de la població entrevistada, registrant-se una freqüència mitja de 5 vegades per mes.
- Al igual que en el cas dels aliments semi-elaborats, el consumidor d'aquest tipus de menjars és principalment jove (81,8%). En relació als ingressos, el nivell de coneixement creix a mesura que augmenta l'ingrés de les llars; així entre les llars de més de 2.000€/mes arriba al 72,5% de la població.

RESULTATS PARTICULARS

1. Aliments Funcionals



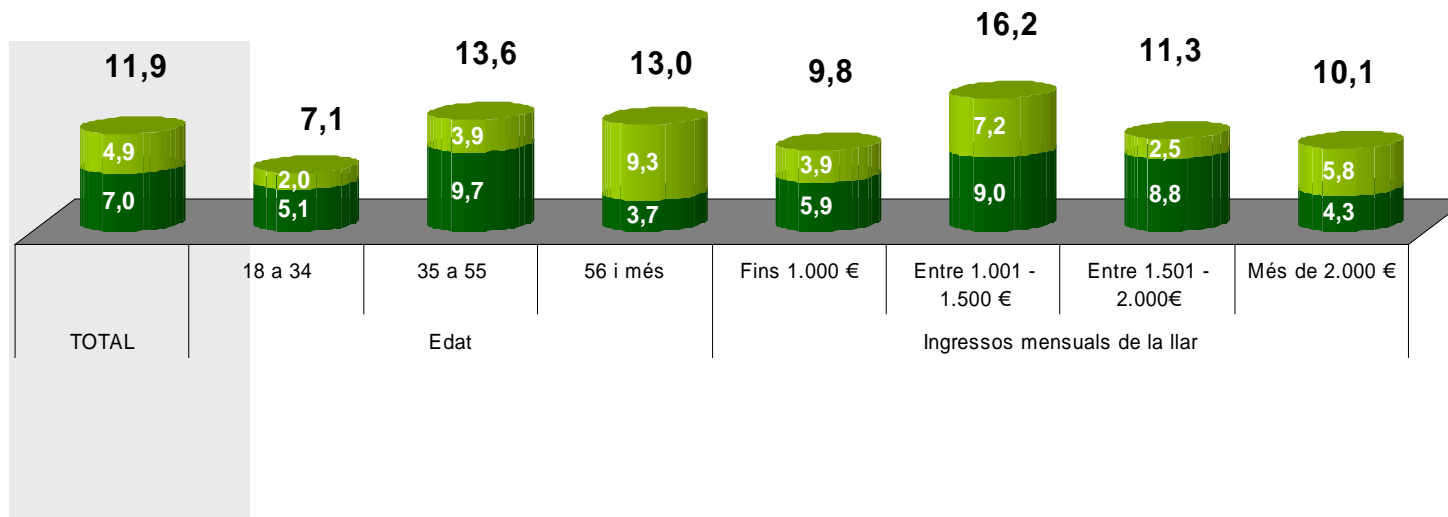
"Mejoran tu alimentación"

T e r e n u e v a



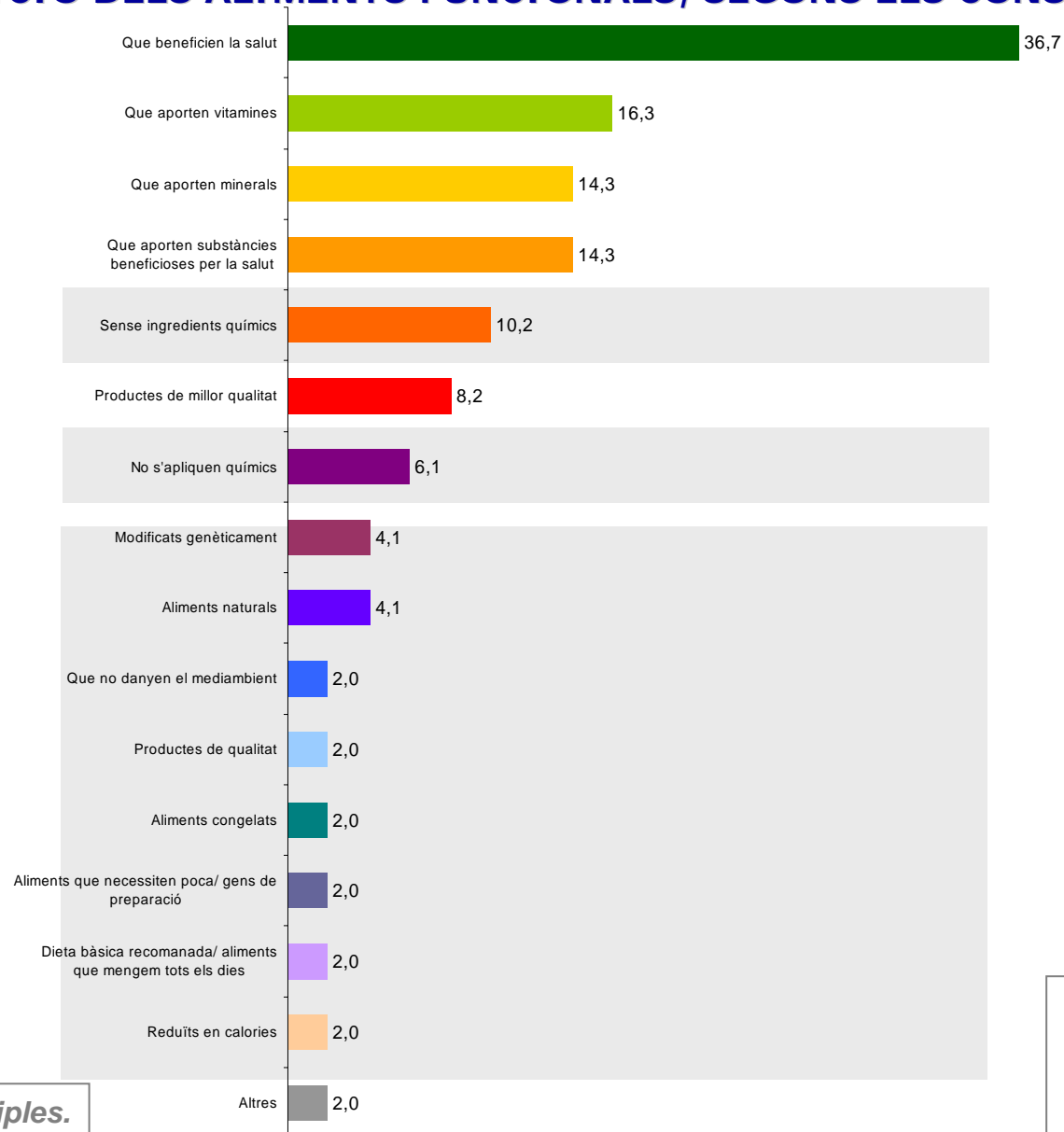


■ Sí, els coneix ■ Sí, ha escoltat parlar-ne pero no sap ben bé de que es tracta



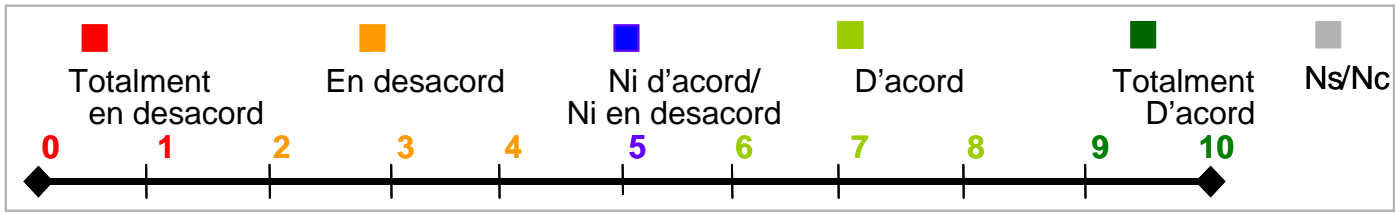
Base Total: 412 casos.

DEFINICIÓ DELS ALIMENTS FUNCIONALS, SEGONS ELS CONSUMIDORS

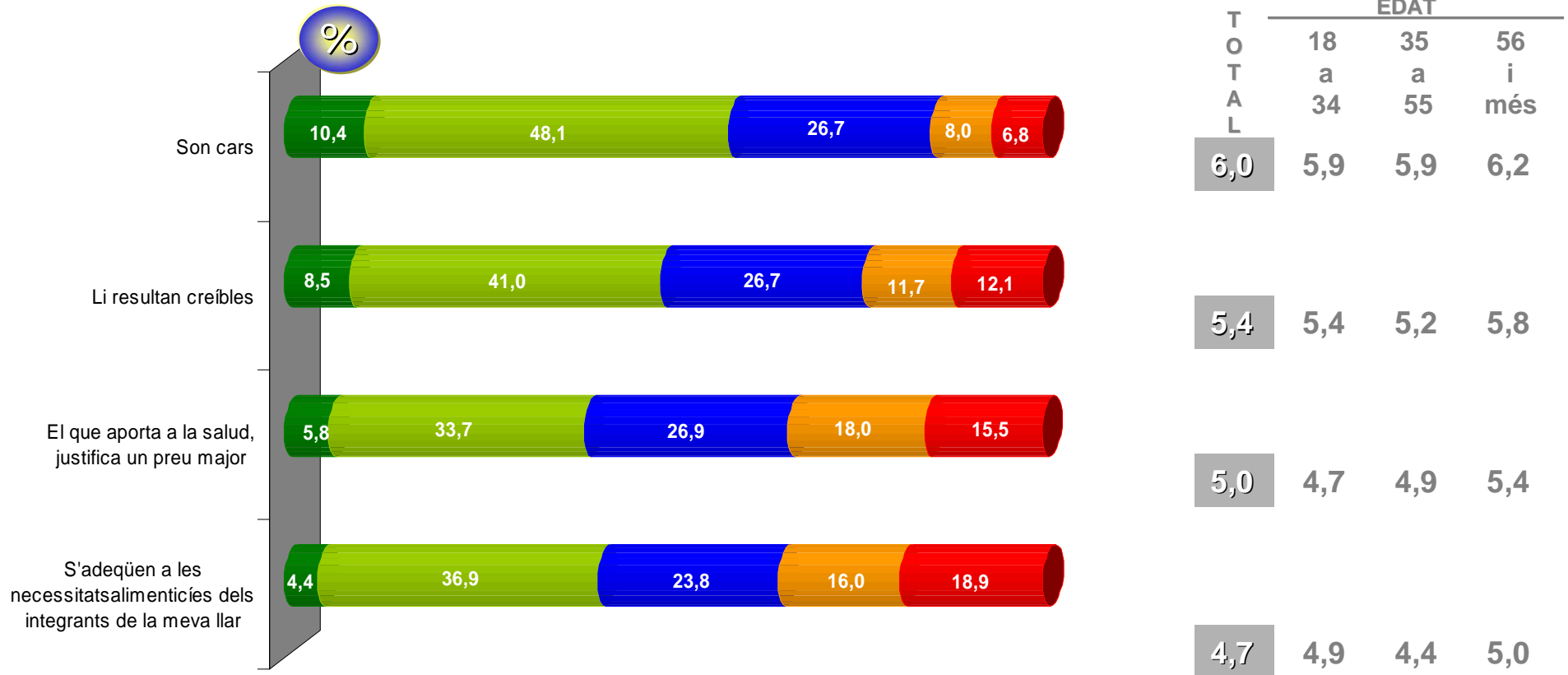


**Respostes múltiples.*

Base (entrevistats que coneixen o han escoltat parlar sobre aquest tipus d'aliment): 49 casos.

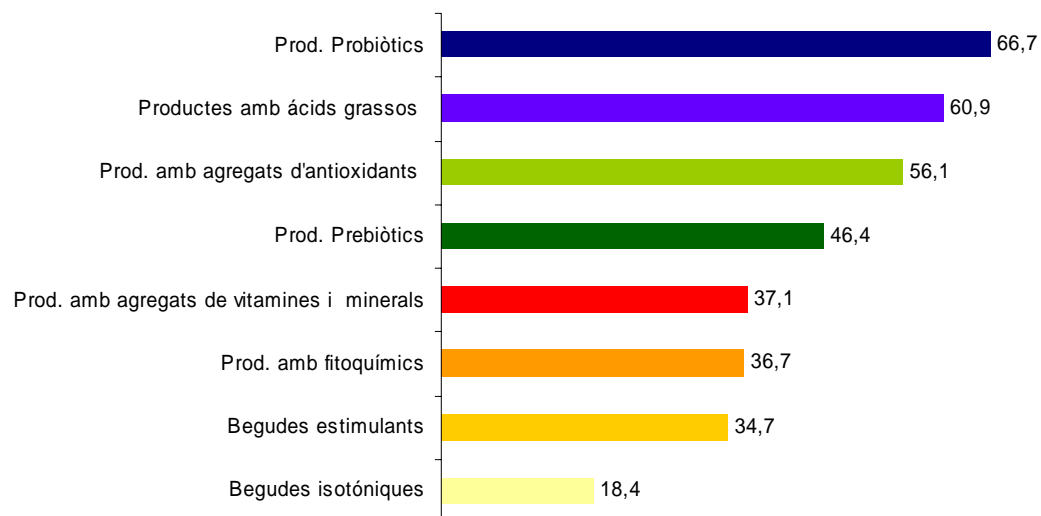


Mitjana



Base Total: 412 casos.

POBLACIO QUE CONSUMEIX ALIMENTS FUNCIONALS

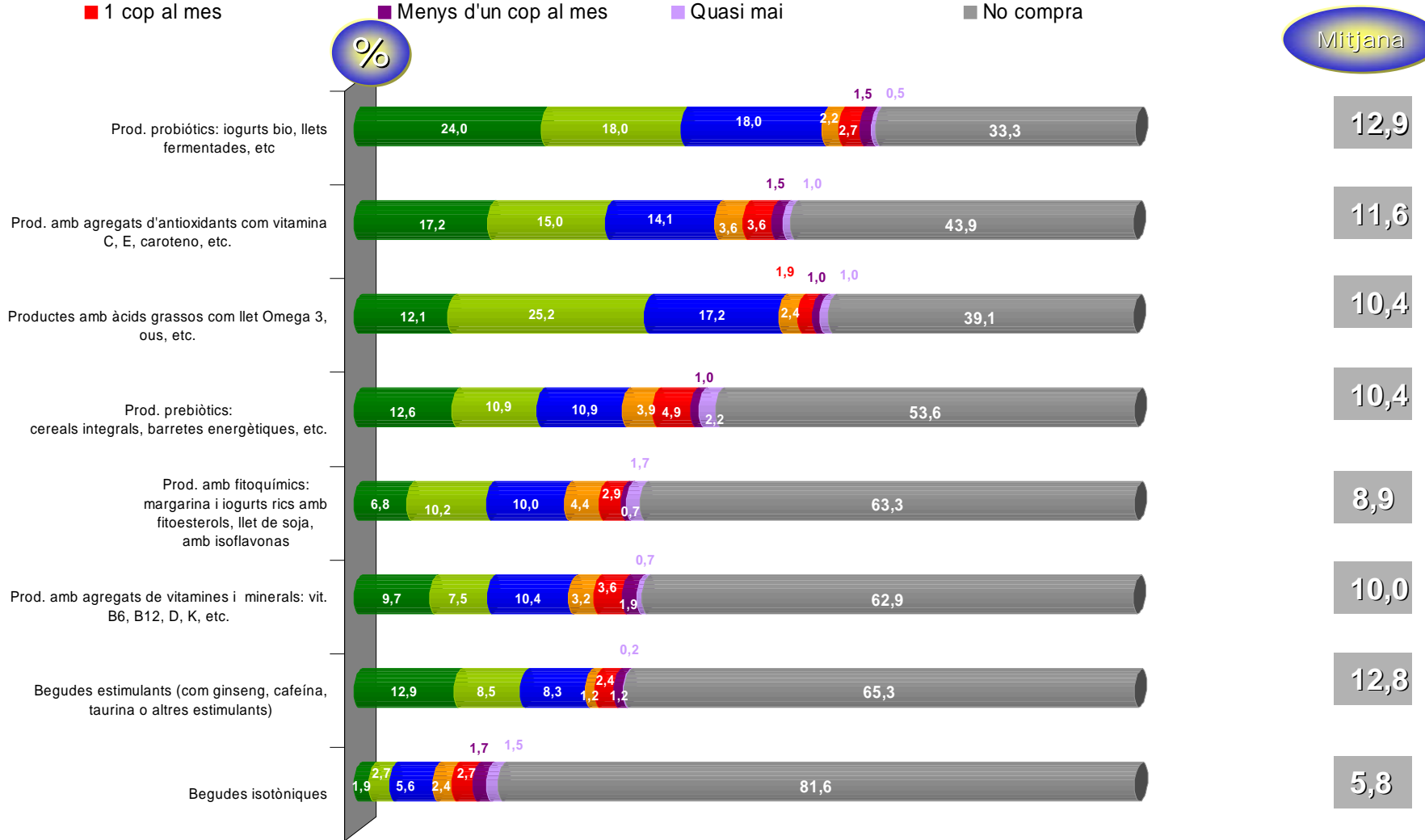


Base Total: 412 casos.

	TOTAL	Edat			Ingressos mensuals de la llar			
		18 a 34	35 a 55	56 i més	Fins 1.000€	Entre 1.001 - 1.500€	Entre 1.501 - 2.000€	Més de 2.000€
Productes probiòtics: iogurts bio, llets fermentades, etc	66,7	68,7	68,9	60,7	63,2	66,7	65,0	76,8
Productes amb àcids grassos com la llet Omega 3, ous, etc.	60,9	54,5	60,7	67,3	61,8	56,8	61,3	65,2
Productes amb agregats d'antioxidants com vitamina C, E, caroteno, etc.	56,1	68,7	55,8	44,9	50,0	57,7	62,5	59,4
Productes prebiòtics: cereals integrals, barretes energètiques, etc.	46,4	61,6	43,7	37,4	34,9	50,5	51,3	59,4
Productes amb agregats de vitamines ni minerals: B6, B12, D, etc.	37,1	56,6	33,5	26,2	32,2	28,8	48,8	47,8
Productes amb fitoquímics: margarina i iogurts rics en fitoesterols, llet de soja amb isoflavonas	36,7	28,3	41,7	34,6	36,8	42,3	37,5	26,1
Begudes estimulants (amb ginseng, cafeïna, taurina,...)	34,7	49,5	35,0	20,6	25,0	31,5	45,0	49,3
Begudes isotòniques (re-hidraten el cos)	18,4	34,3	16,0	8,4	9,2	21,6	23,8	27,5

FREQÜÈNCIA DE CONSUM D'ALIMENTS FUNCIONALS (Pobl. Total)

- Tots o quasi tots els dies ■ 2/3 cops per setmana ■ 1 cop per setmana ■ 2/3 cops per setmana
- 1 cop al mes ■ Menys d'un cop al mes ■ Quasi mai ■ No compra



Base Total: 412 casos.

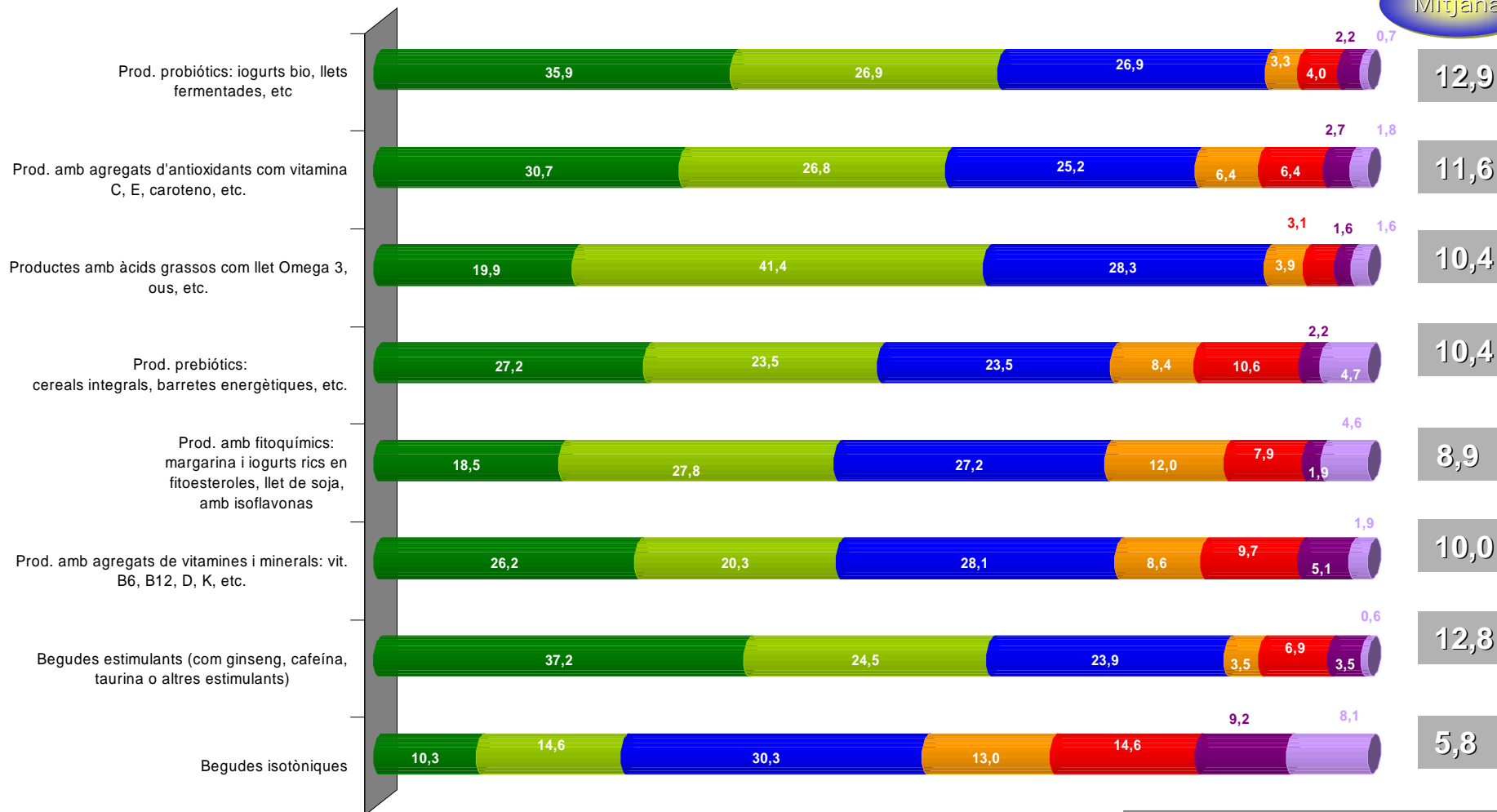
Base: persones que consumeixen els diferents aliments.

FREQÜÈNCIA DE CONSUM D'ALIMENTS FUNCIONALS (Consumidors)

- Tots o quasi tots els dies
- 2/3 cops per setmana
- 1 cop per setmana
- 2/3 cops per setmana
- 1 cop al mes
- Menys d'un cop al mes
- Quasi mai



Mitjana

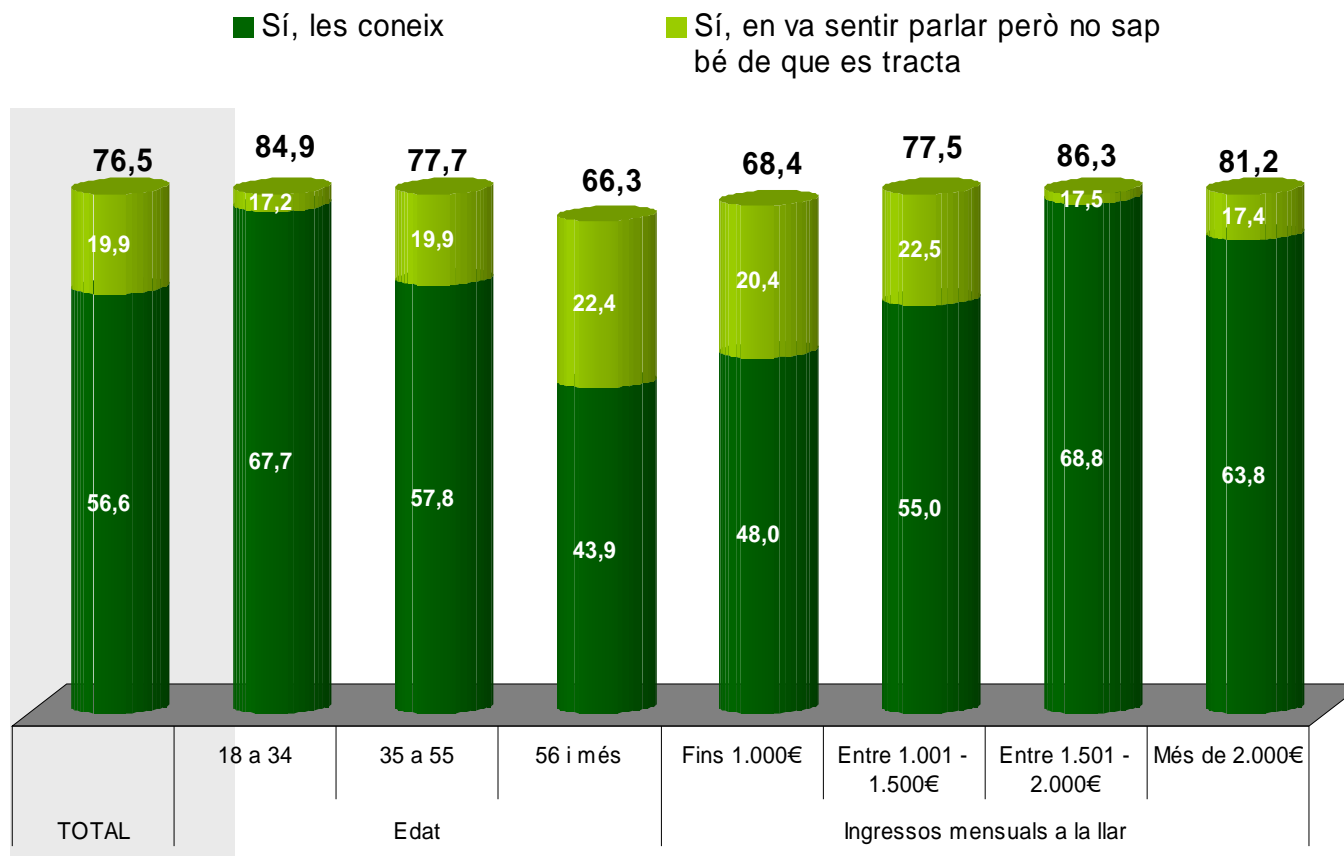


Base Total: 412 casos.

Base: persones que consumeixen els diferents aliments.

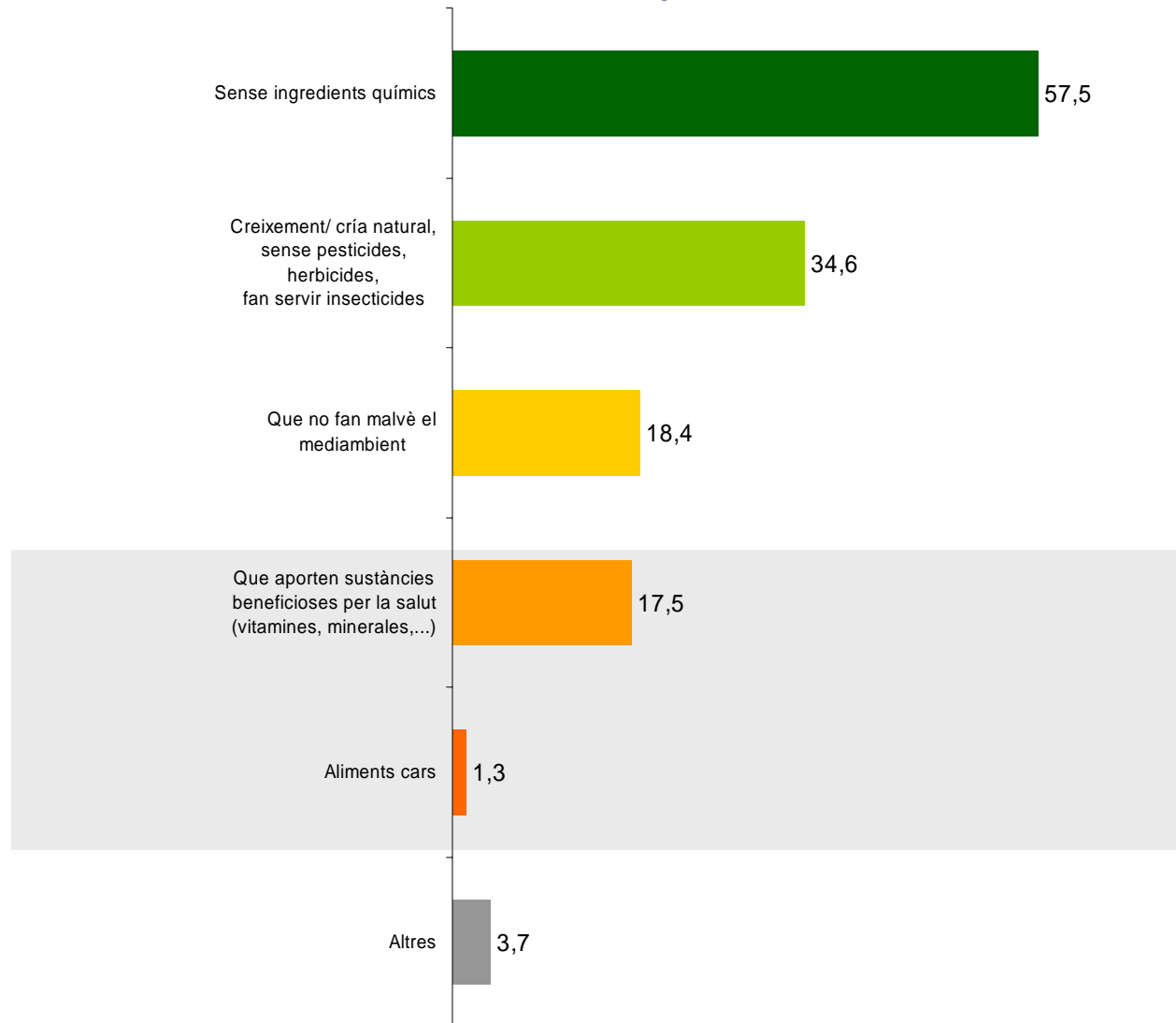
2. Aliments Ecològics





Base Total: 412 casos.

DEFINICIÓ DELS ALIMENTS ECOLOÒGICS, SEGONS ELS CONSUMIDORS

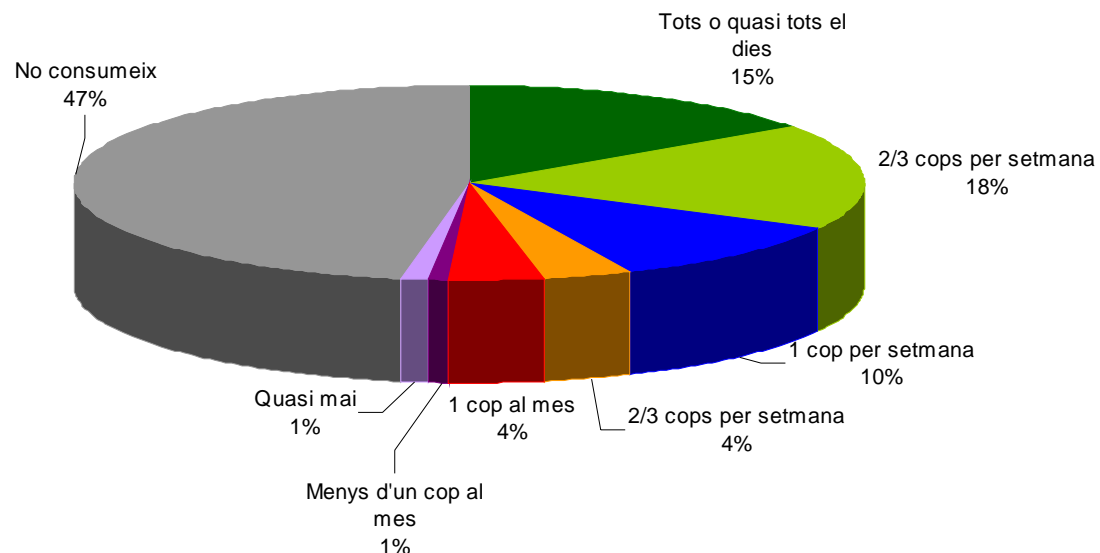


*Respostes múltiples.

Base (entrevistats que coneixen o han escoltat parlar sobre aquest tipus d'aliment): 315 casos.



FREQÜÈNCIA DE CONSUM



Base Total: 412 casos.

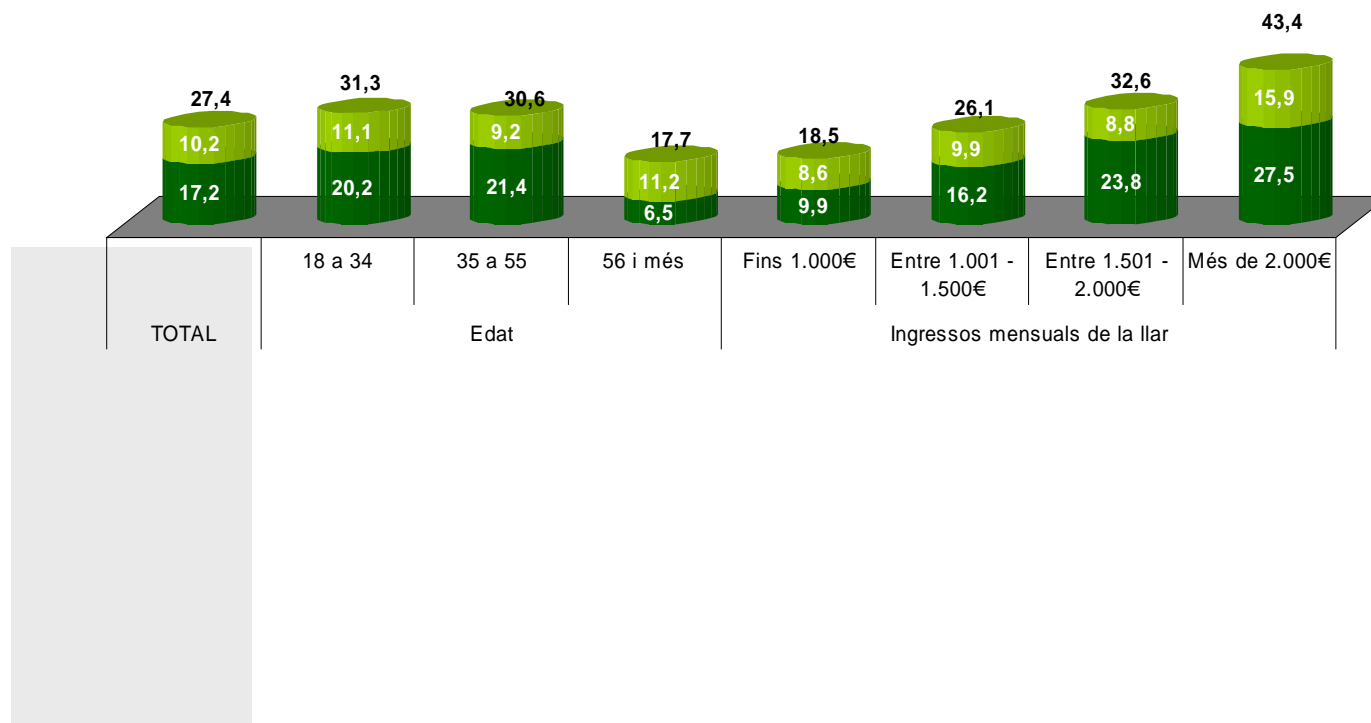
		Consum	Freqüència (cops al mes)
TOTAL		52,9	11,6
Edat	18 a 34	57,6	11,7
	35 a 55	47,1	11,2
	56 i més	59,8	12,0
Ingressos mensuals de la llar	Fins 1.000€	48,0	12,0
	Entre 1.001 - 1.500€	57,7	12,1
	Entre 1.501 - 2.000€	55,0	11,0
	Més de 2.000€	53,6	10,5

3. Productes OGM



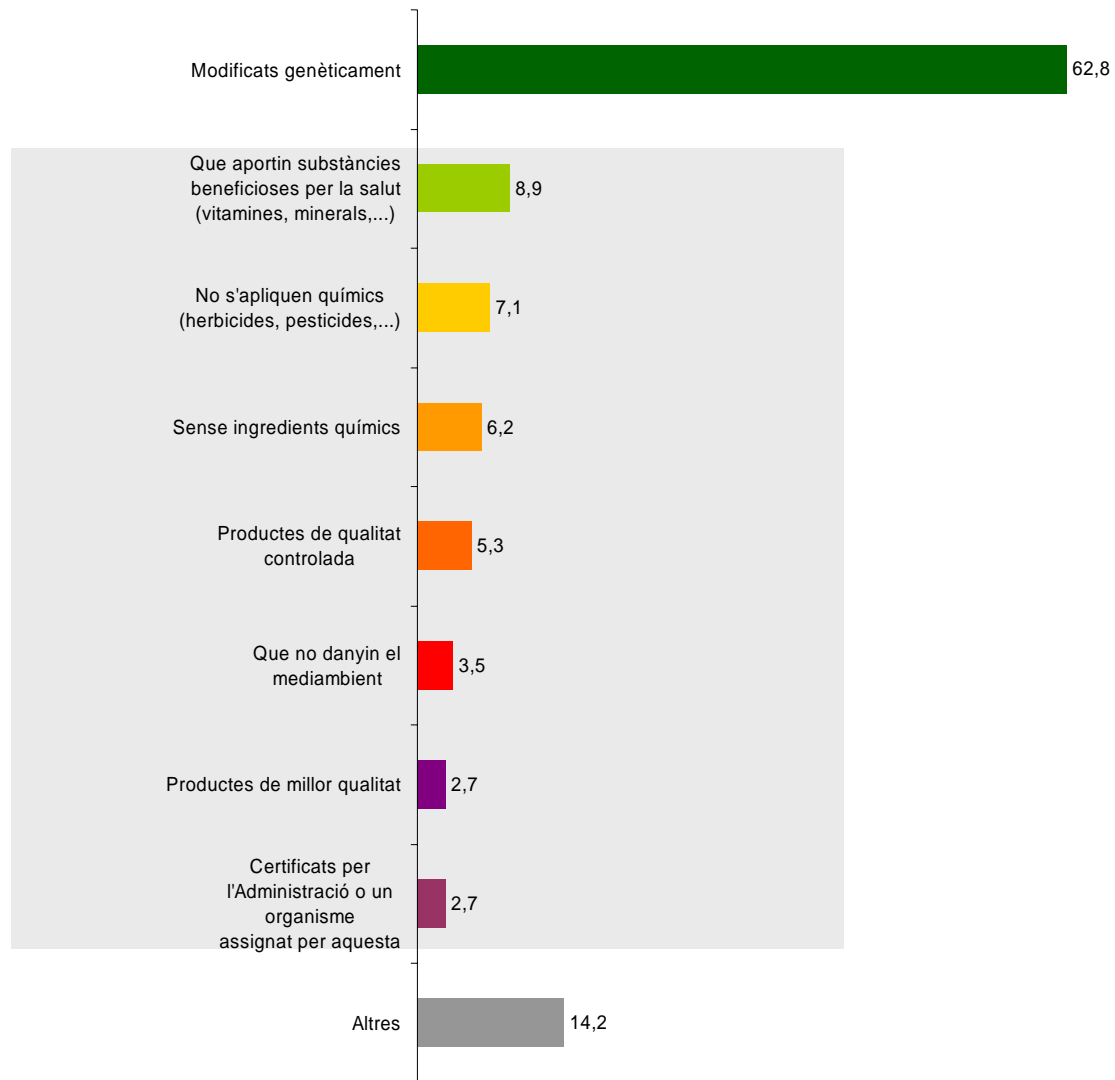


■ Sí, les coneix ■ Sí, va sentir parlar però no sap bé de que es tracta



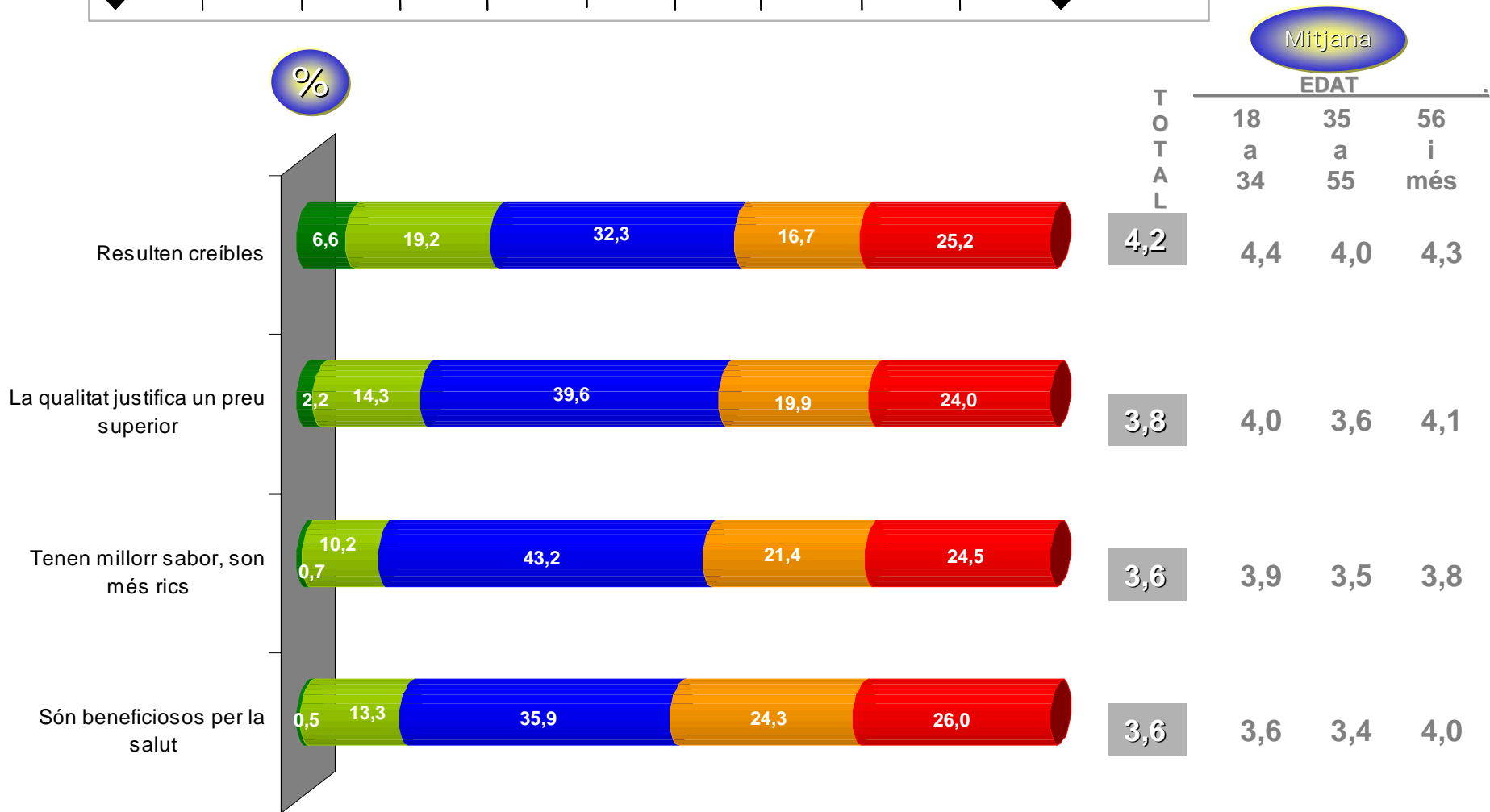
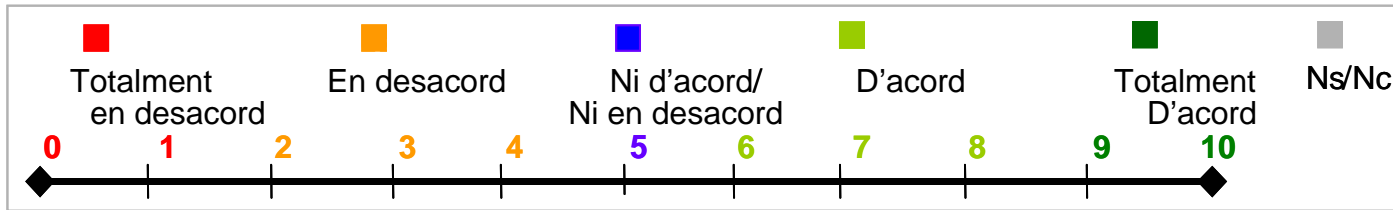
Base Total: 412 casos.

DEFINICIÓ DELS PRODUCTES OGM, SEGONS ELS CONSUMIDORS



**Respostes múltiples.*

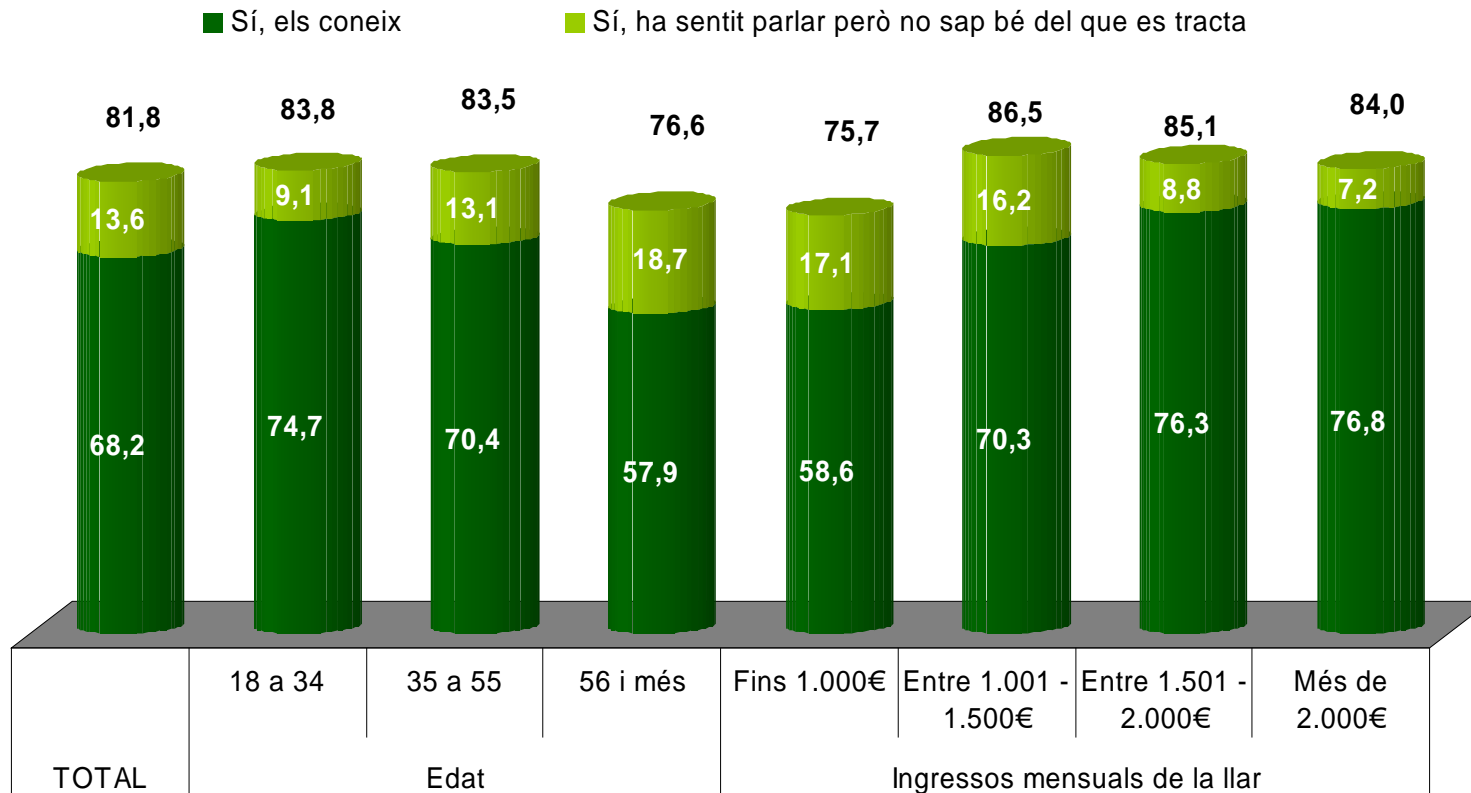
Base (entrevistats que coneixen o han escoltat parlar sobre aquest tipus d'aliment): 113 casos.



Base Total: 412 casos.

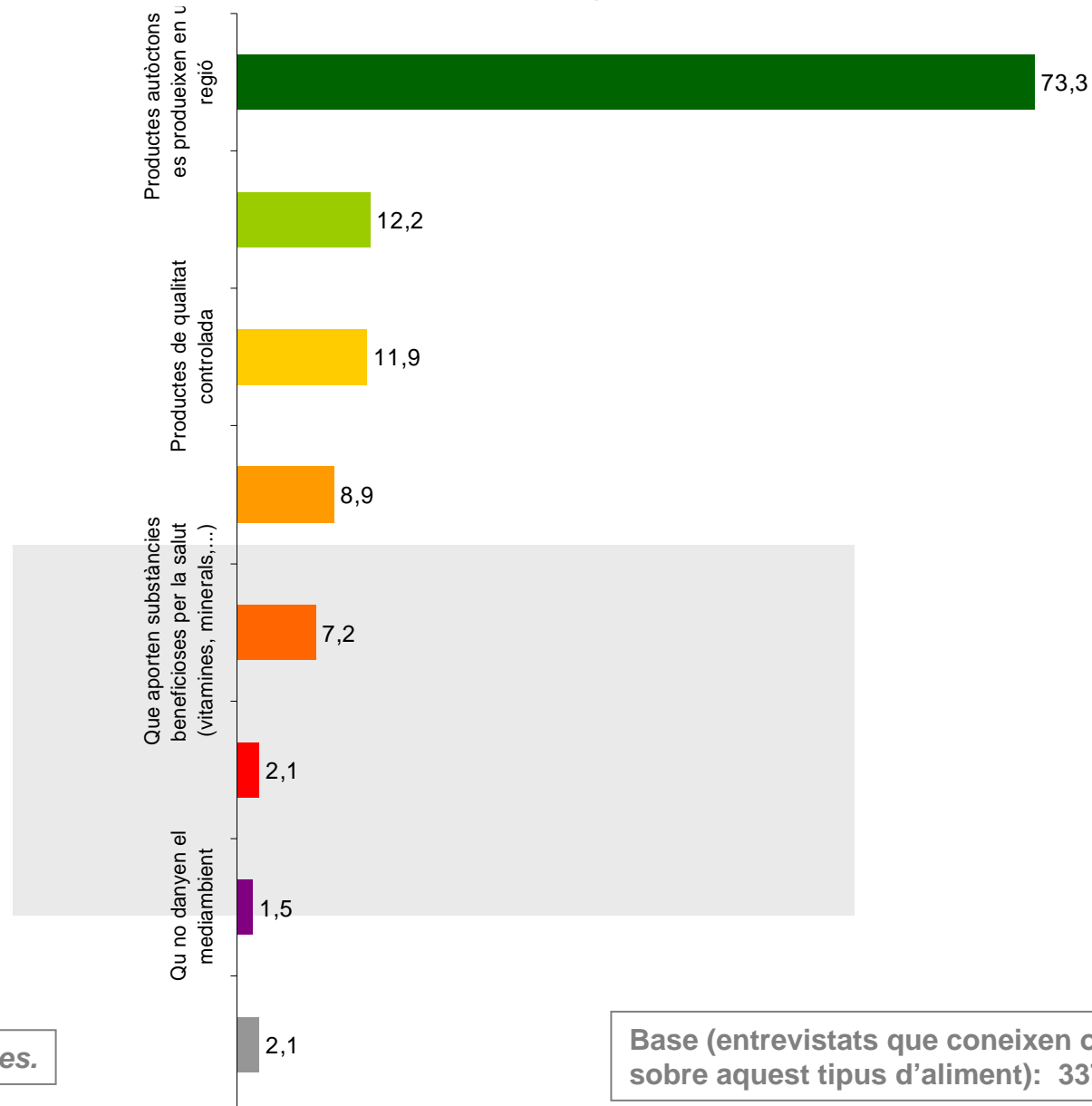
4. Aliments amb D.O. i qualitat certificada





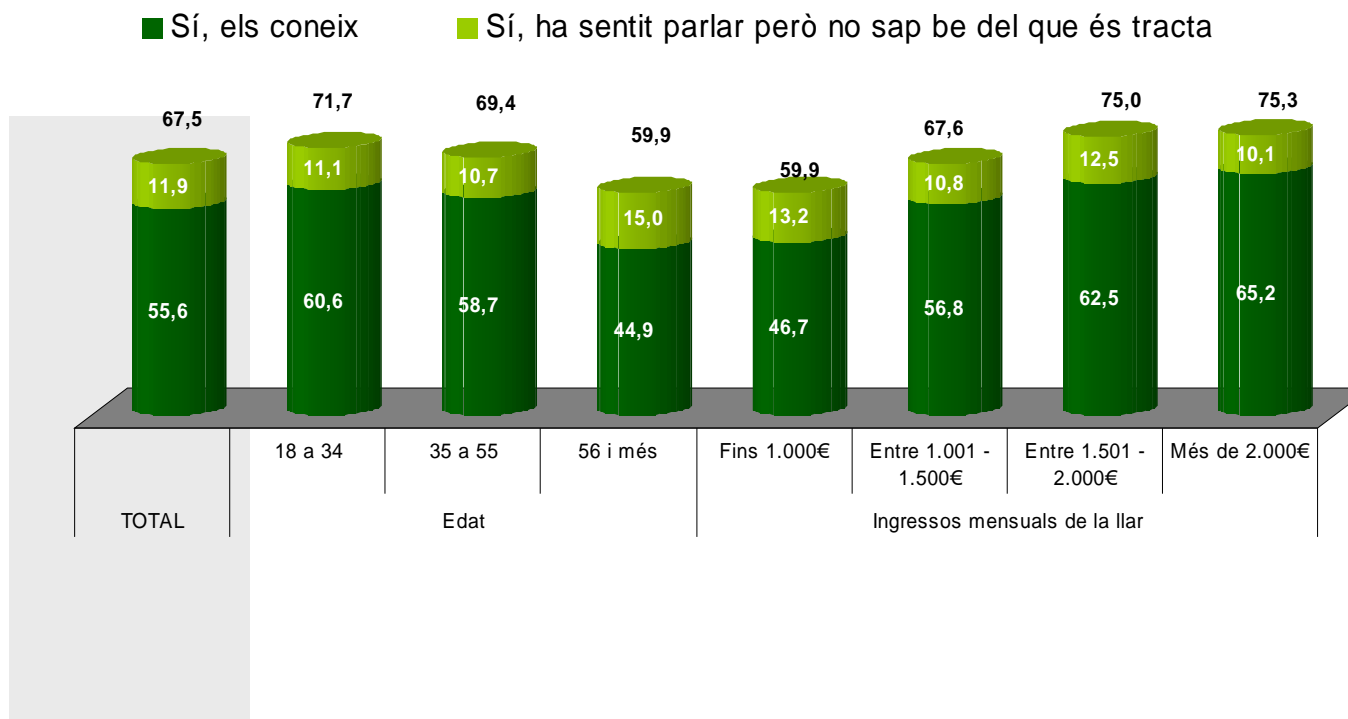
Base Total: 412 casos.

DEFINICIÓ DELS ALIMENTS AMB D.O., SEGONS ELS CONSUMIDORS



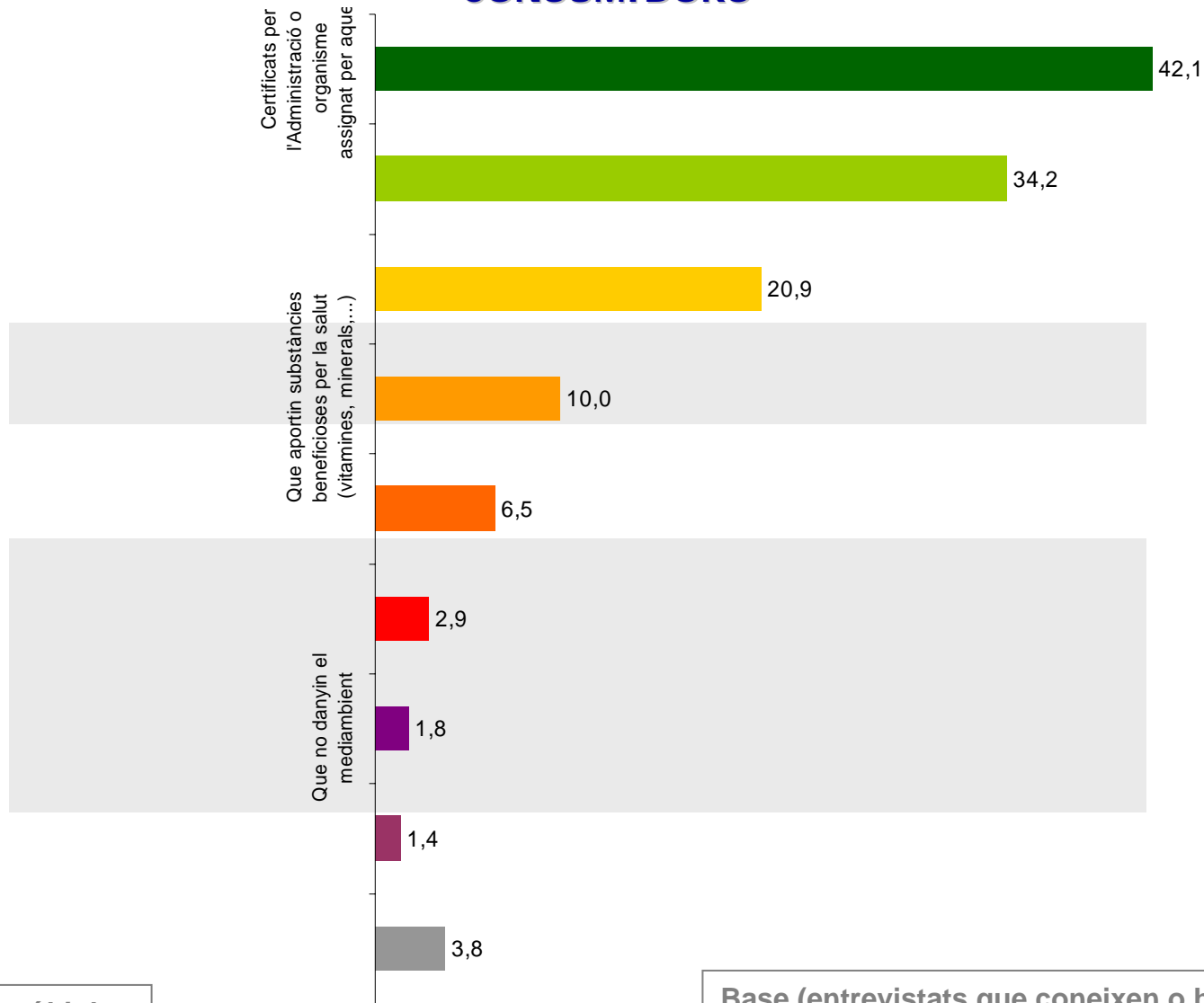
*Respostes múltiples.

Base (entrevistats que coneixen o han escoltat parlar sobre aquest tipus d'aliment): 337 casos.



Base Total: 412 casos.

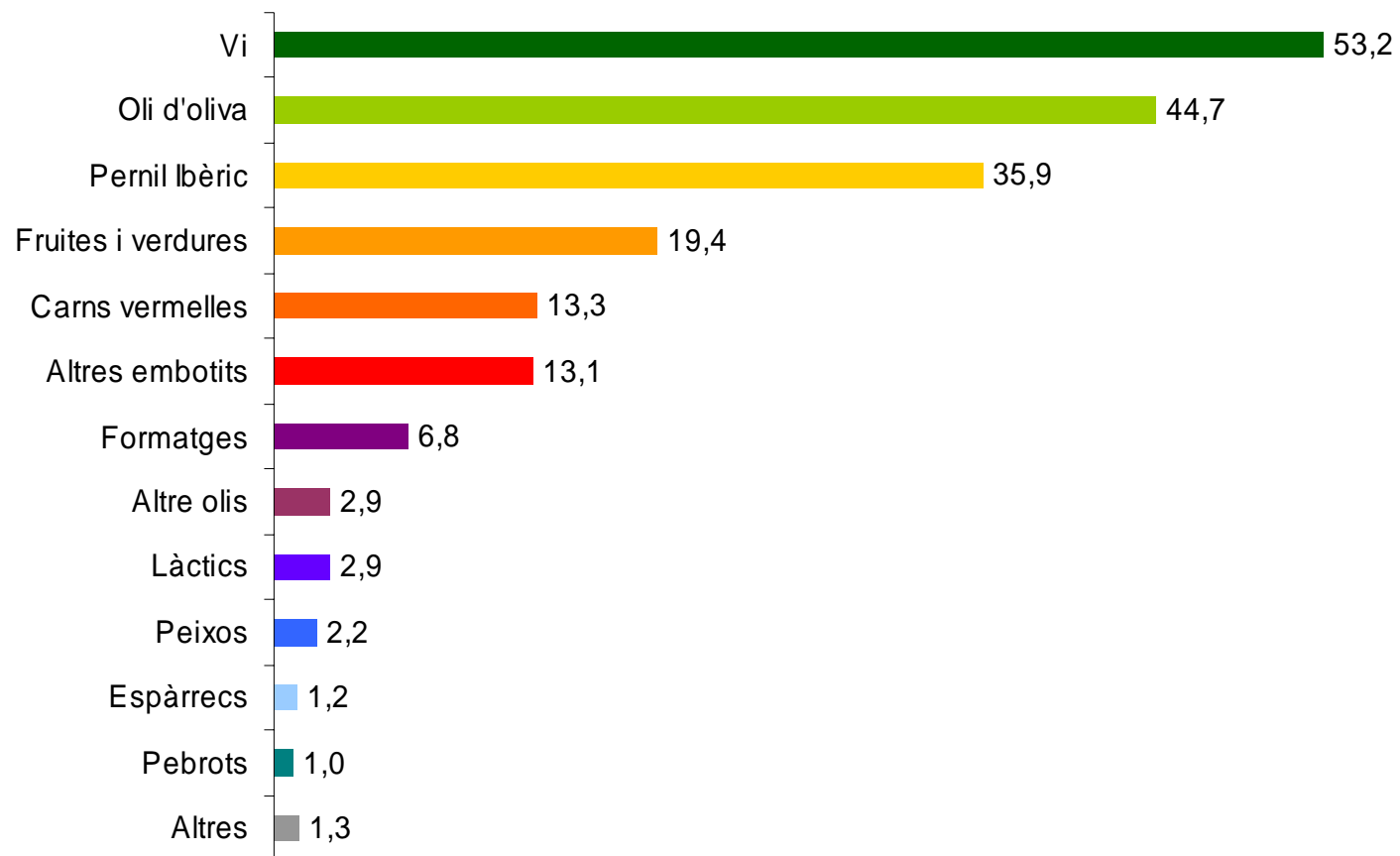
DEFINICIÓ DELS ALIMENTS AMB QUALITAT CERTIFICADA, SEGONS ELS CONSUMIDORS



*Respostes múltiples.

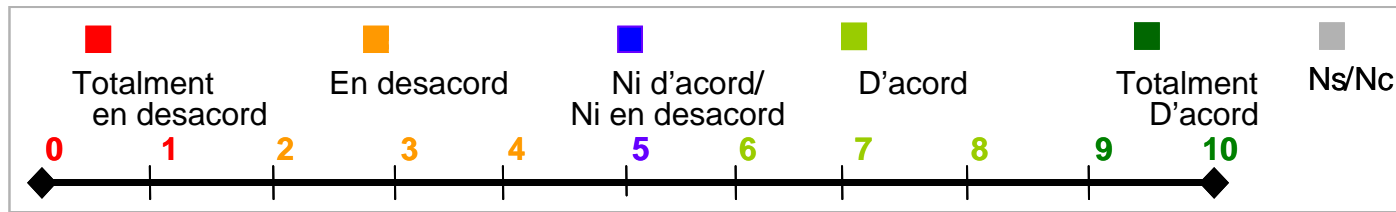
Base (entrevistats que coneixen o han escoltat parlar sobre aquest tipus d'aliment): 278 casos.

CONEIXEMENT DE TIPUS D'ALIMENTS



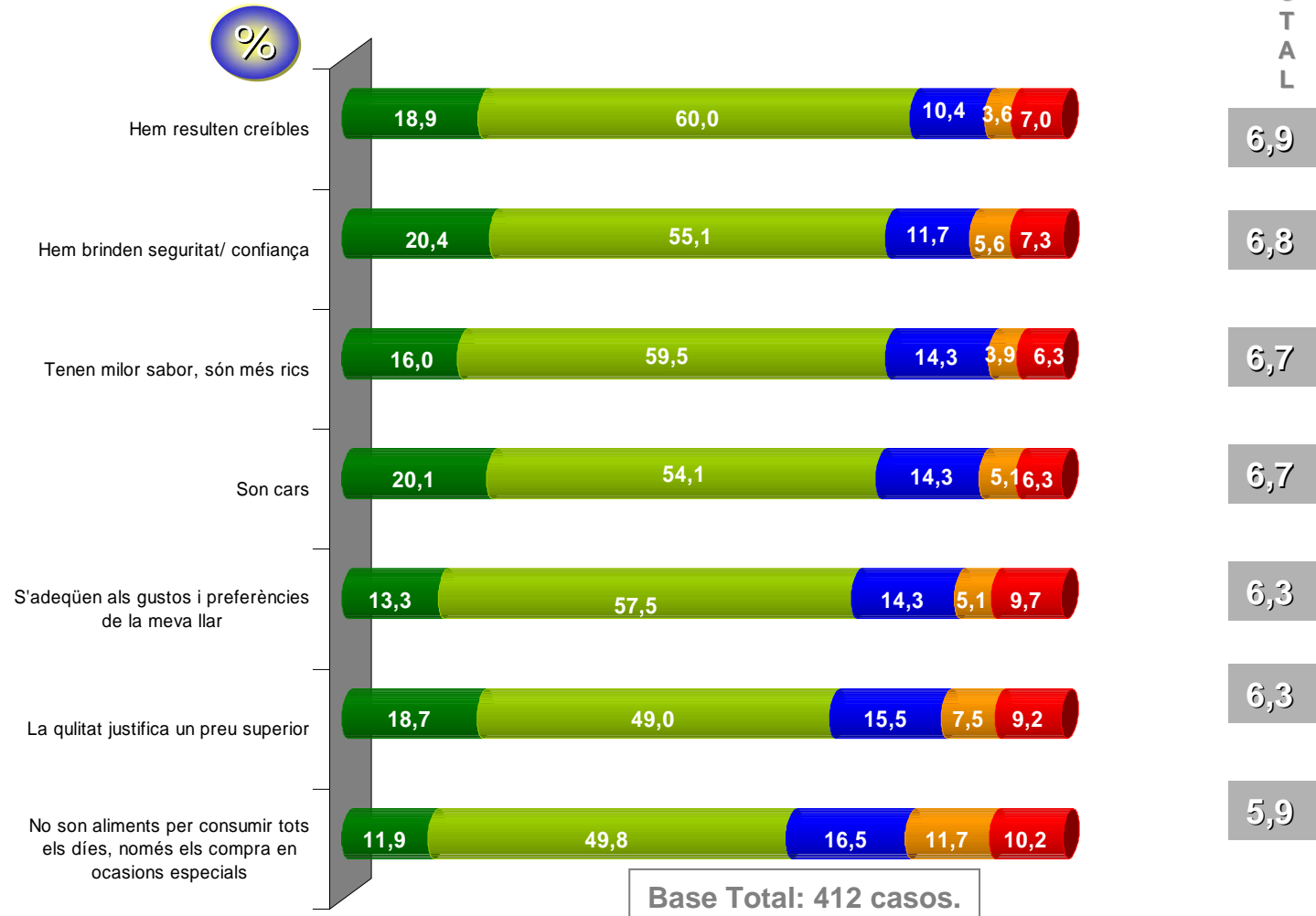
**Respostes múltiples.*

Base Total: 412 casos.



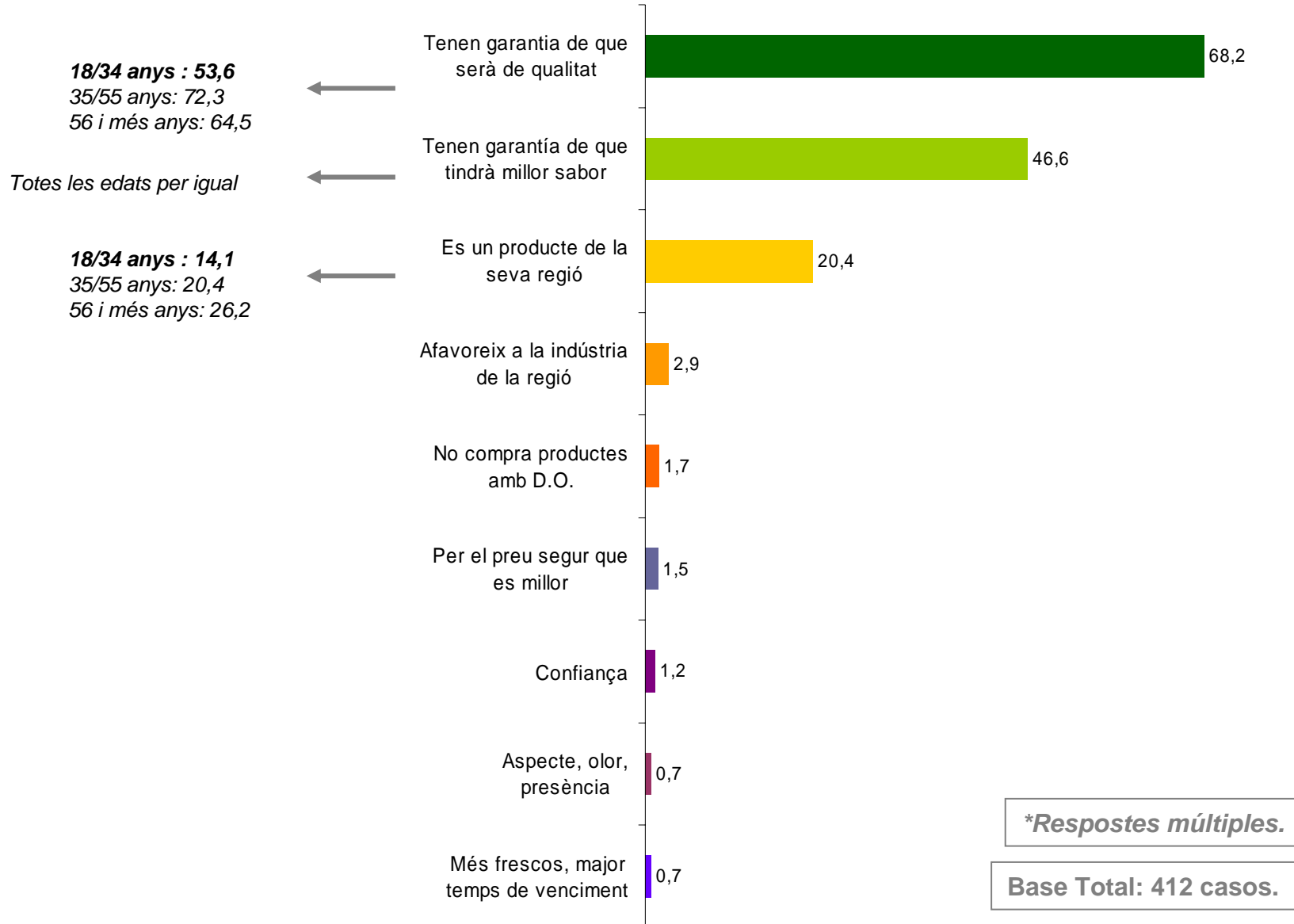
Mitjana

EDAT		
18 a 34	35 a 55	56 i més



Base Total: 412 casos.

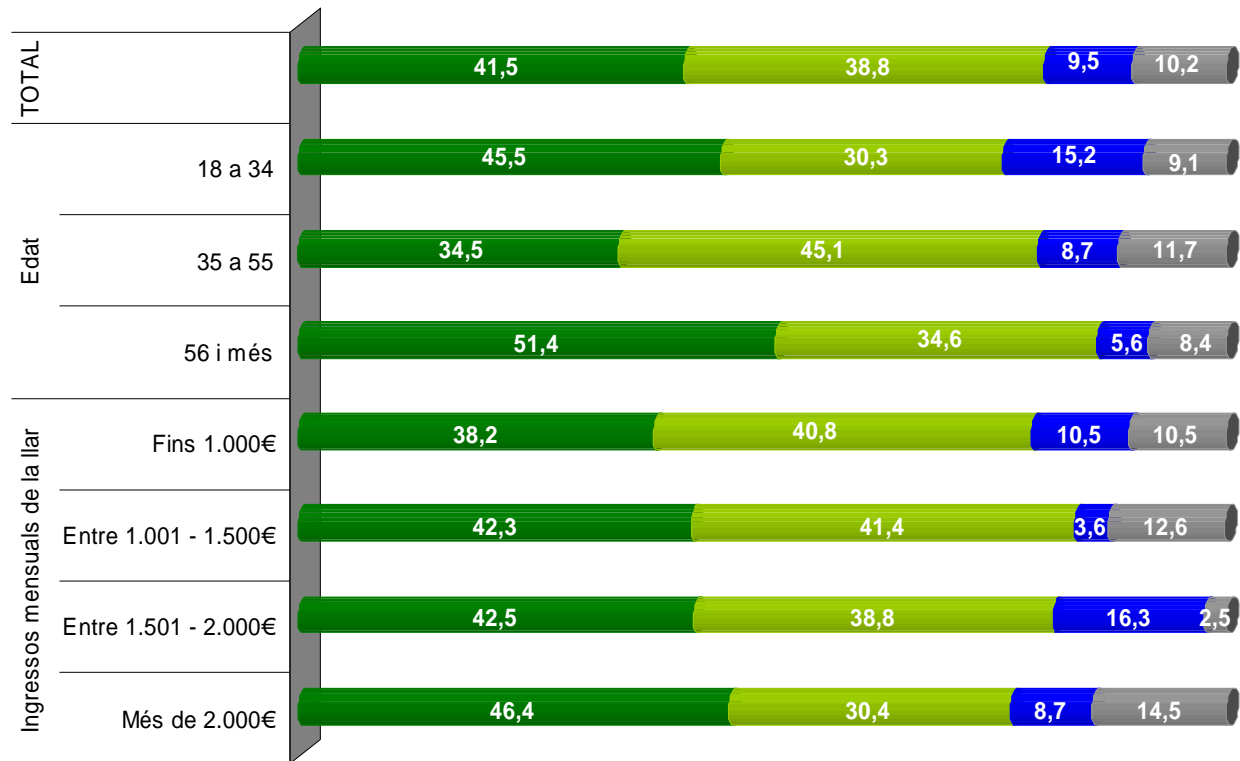
FACTORS VALORATS A L'HORA DE COMPRAR UN PRODUCTE AMB D.O. O QUALITAT CERTIFICADA EN LLOC D'UN ALIMENT COMÚ/SENSE CAP CERTIFICACIÓ



FREQÜÈNCIA DE COMPRA D'OLI D'OLIVA AMB D.O. O QUALITAT CERTIFICADA



■ Molta freqüència ■ Bastant freqüència ■ Poca freqüència ■ No compra

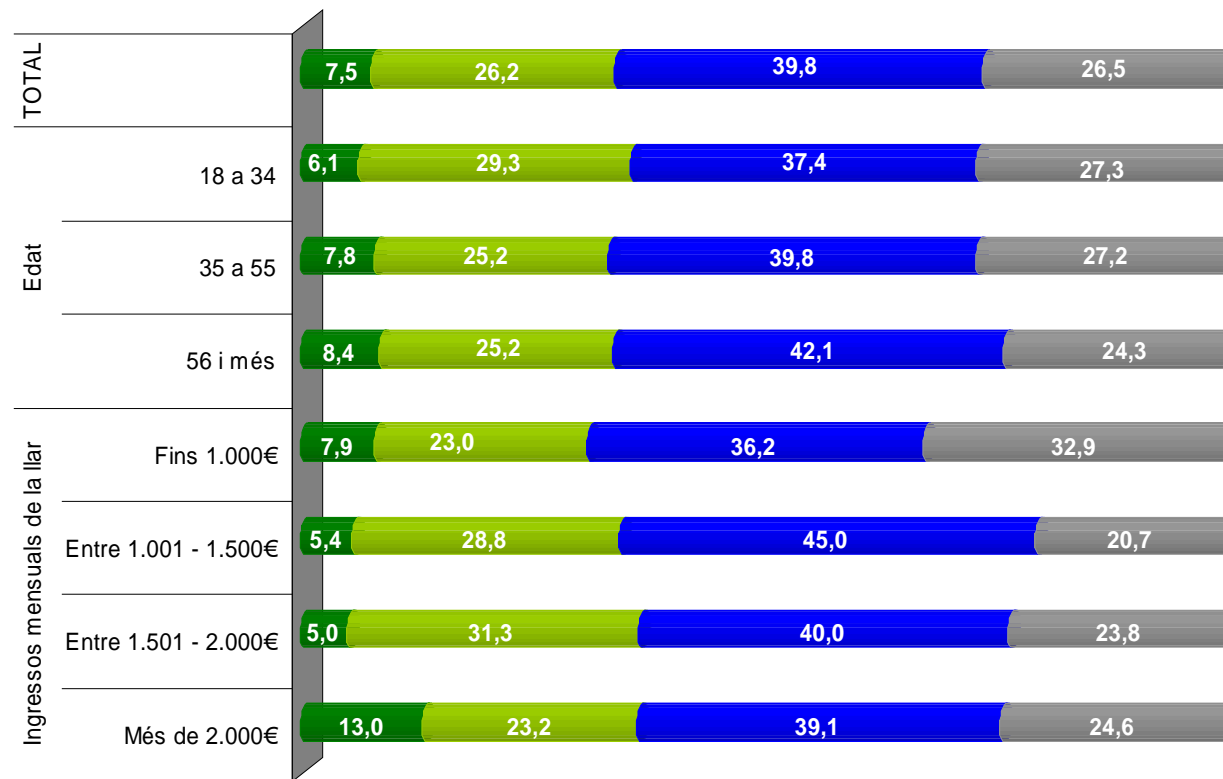


Base Total: 412 casos.

FREQÜÈNCIA DE COMPRA DE PERNIL IBÈRIC AMB D.O. O QUALITAT CERTIFICADA



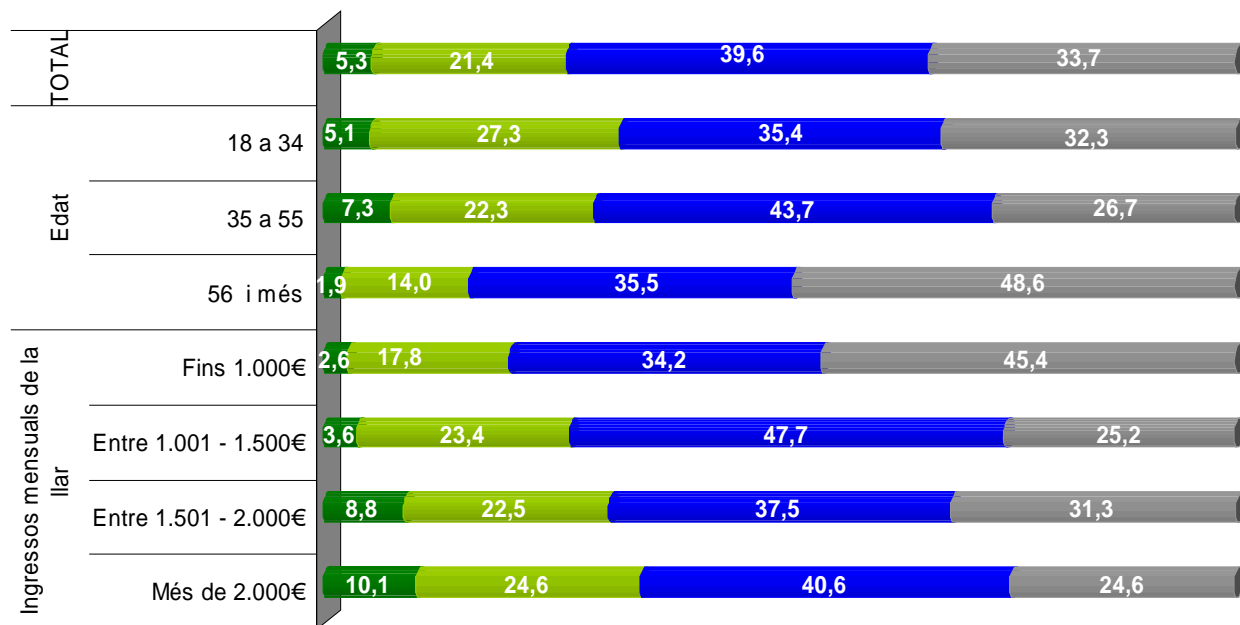
■ **Molta freqüència** ■ **Bastant freqüència** ■ **Poca freqüència** ■ **No compra**



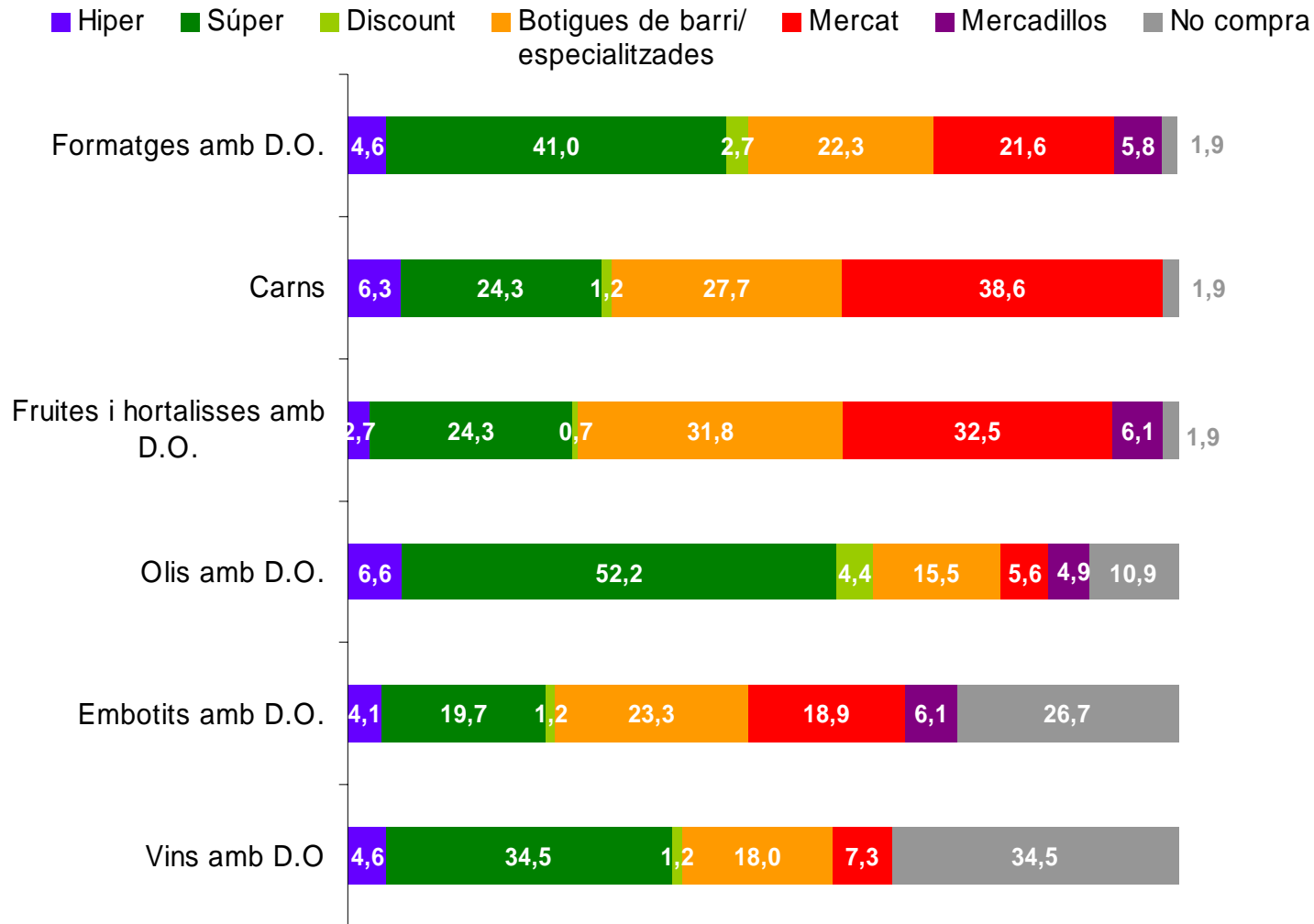
Base Total: 412 casos.

FREQÜÈNCIA DE COMPRA DE VI AMB D.O. O QUALITAT CERTIFICADA

■ Molta freqüència ■ Bastant freqüència ■ Poca freqüència ■ No compra



Base Total: 412 casos.



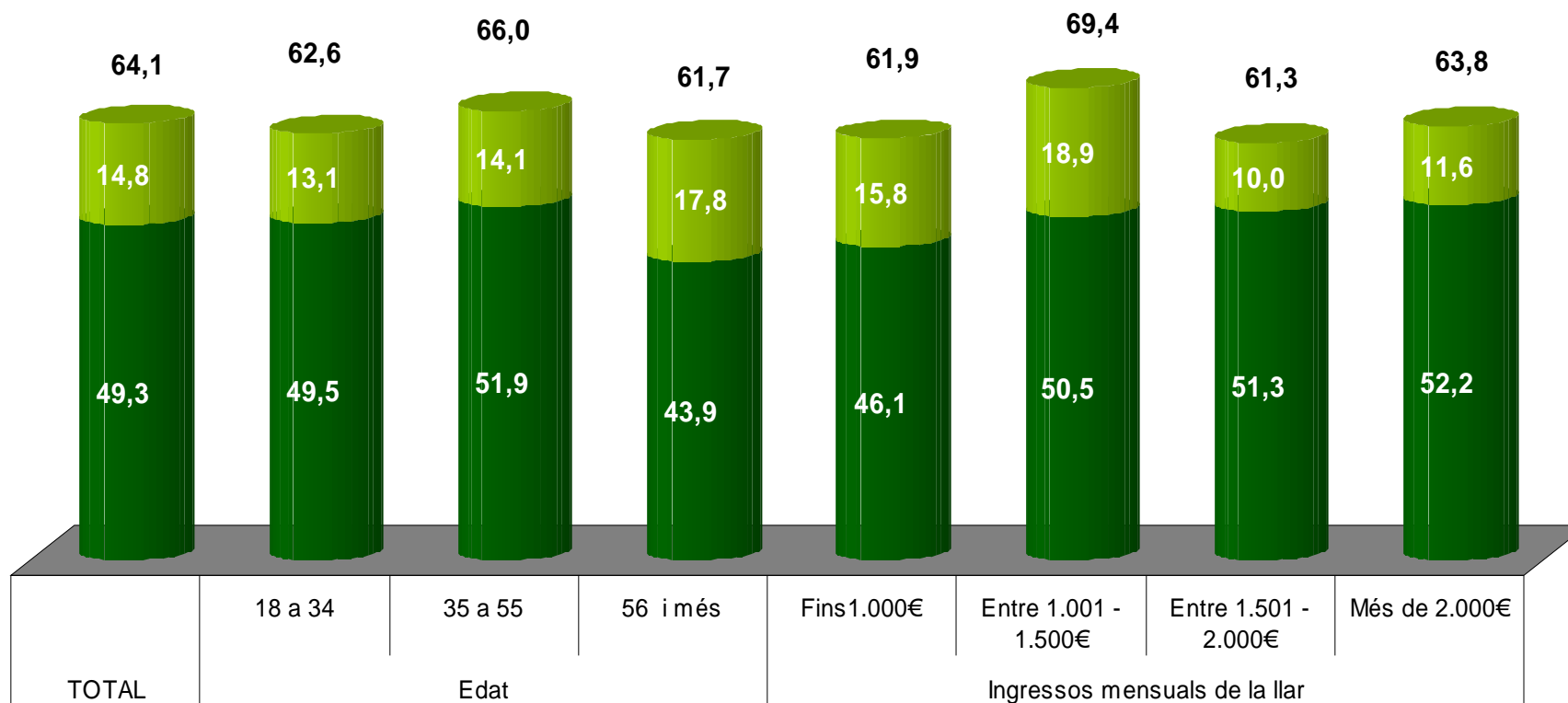
Base Total: 412 casos.

5. Aliments Semi-elaborats



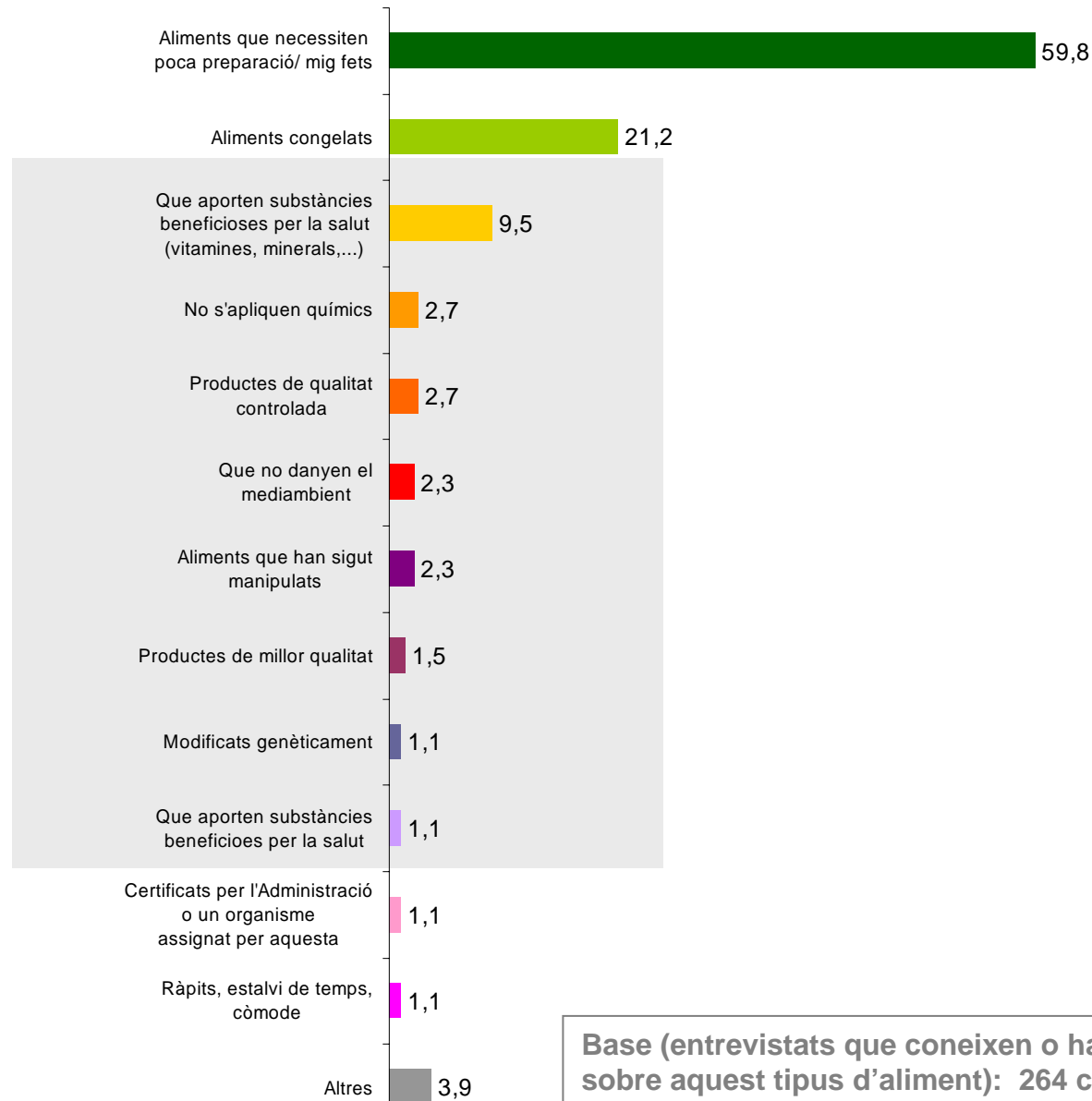


■ Sí, els coneix ■ Sí, ha sentit parlar però no sap be del que es tracta



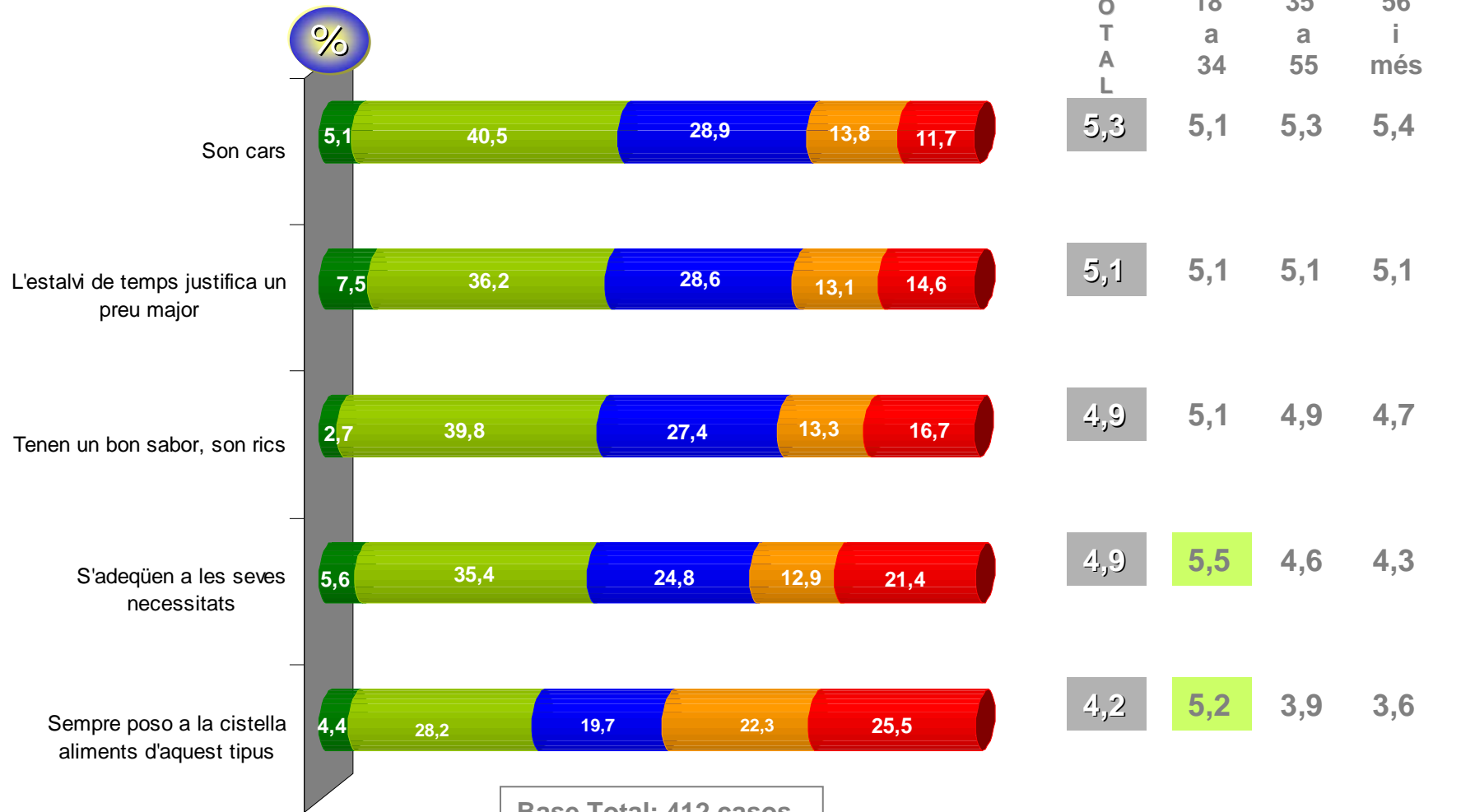
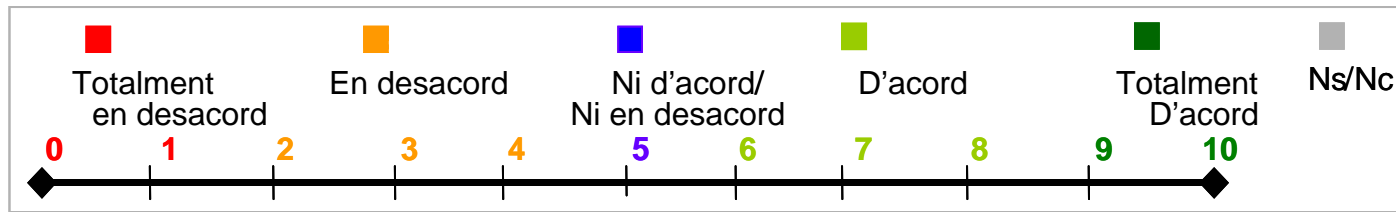
Base Total: 412 casos.

DEFINICIÓ DELS ALIMENTS SEMI -ELABORATS, SEGONS ELS CONSUMIDORS



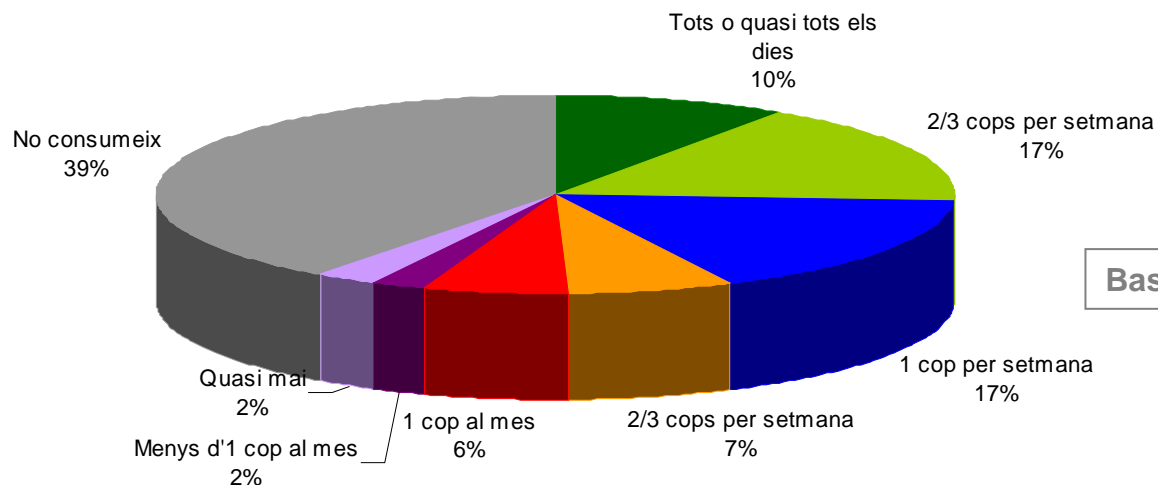
**Respostes múltiples.*

Base (entrevistats que coneixen o han escoltat parlar sobre aquest tipus d'aliment): 264 casos.



Base Total: 412 casos.

FRECUENCIA DE CONSUMO

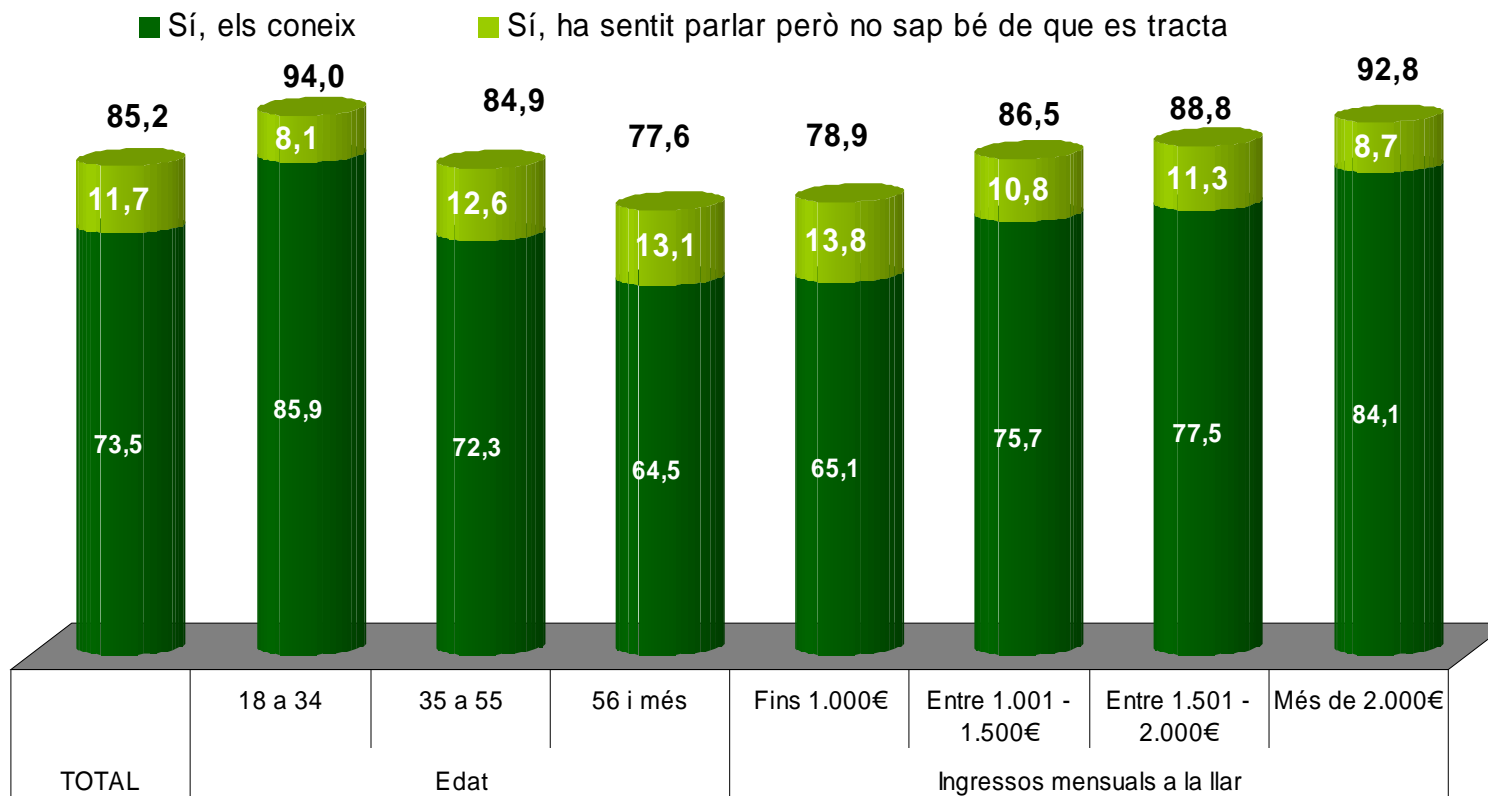


Base Total: 412 casos.

		Consum	Freqüència (cops al mes)
TOTAL		60,0	8,2
Edat	18 a 34	81,8	9,5
	35 a 55	56,8	7,1
	56 i més	45,8	8,9
Ingressos anuals de la llar	Fins 1.000€	49,3	8,1
	Entre 1.001 - 1.500€	63,1	9,2
	Entre 1.501 - 2.000€	66,3	8,0
	Més de 2.000€	71,0	7,3

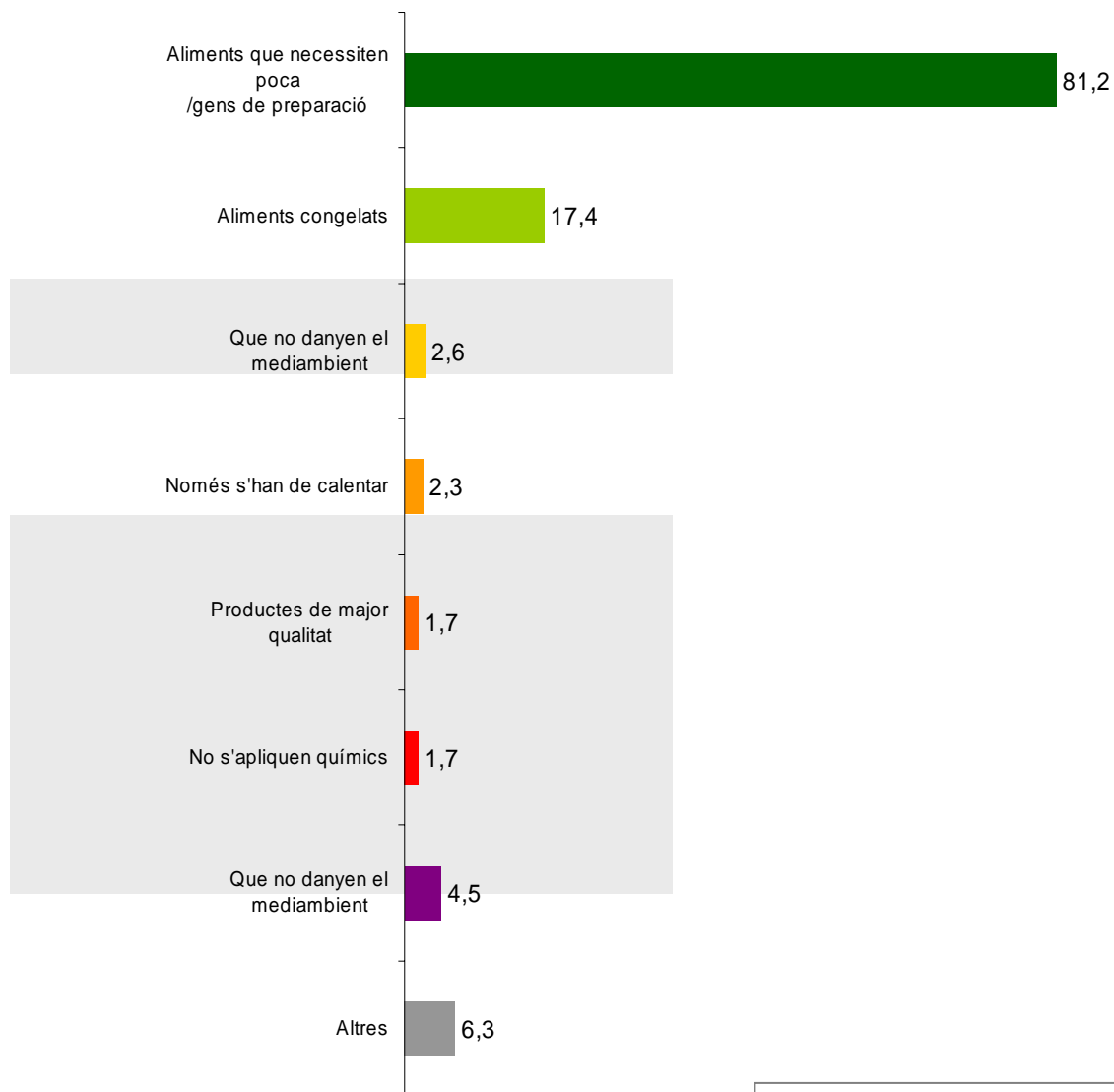
6. Aliments Preparats





Base Total: 412 casos.

DEFINICIÓ DELS ALIMENTS PREPARATS, SEGONS ELS CONSUMIDORS

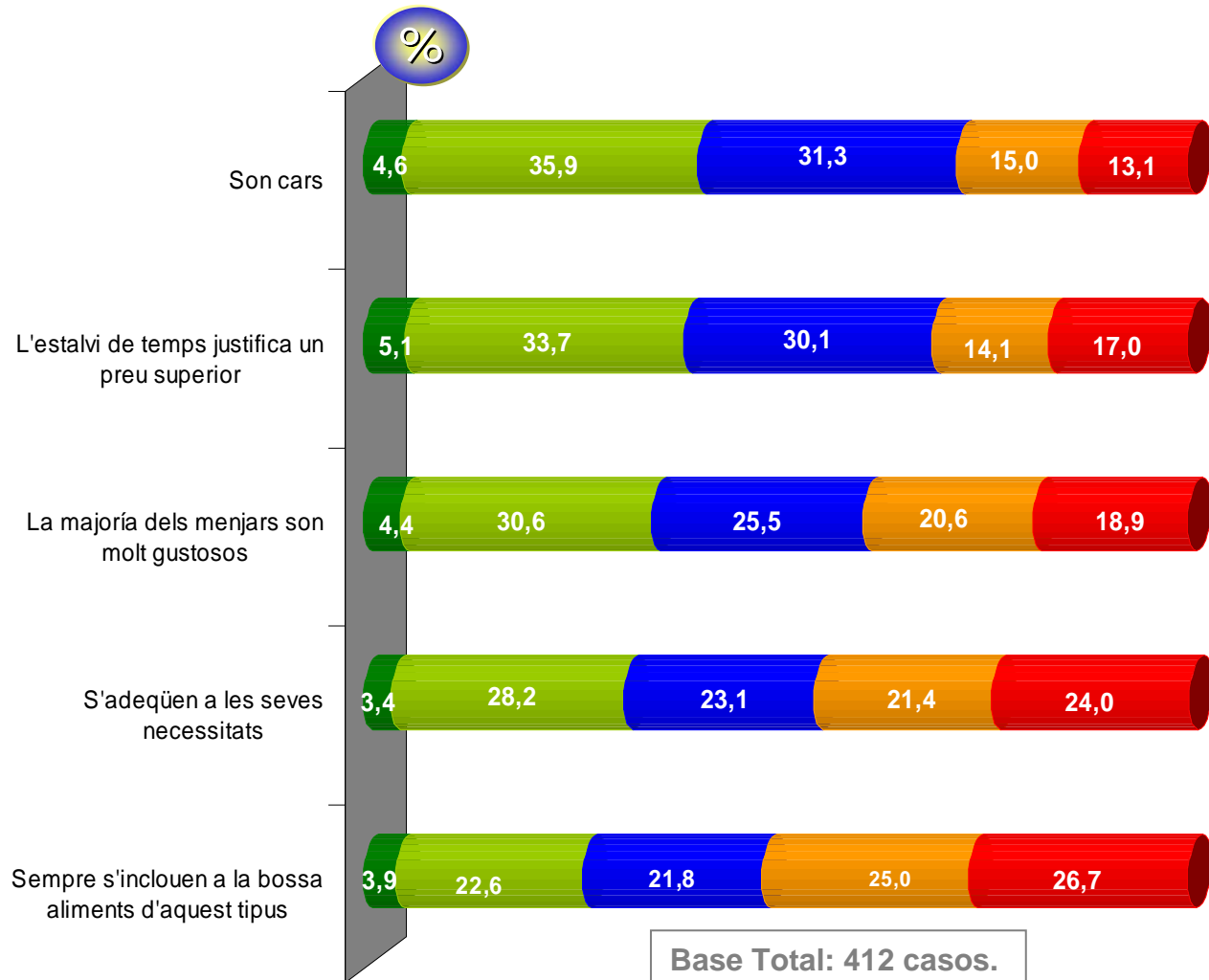


*Respostes múltiples.

Base (entrevistats que coneixen o han escoltat parlar sobre aquest tipus d'aliment): 351 casos.



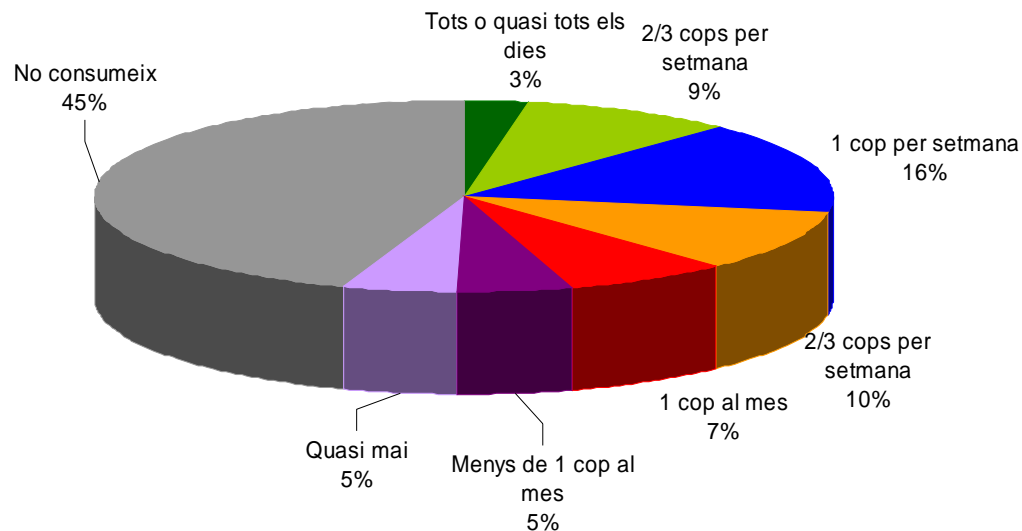
Mitjana



TOTAL	EDAT		
	18 a 34	35 a 55	56 i més
5,0	4,9	5,2	4,7
4,8	5,2	4,8	4,4
4,5	5,4	4,3	4,1
4,2	5,4	3,9	3,4
3,9	5,4	3,5	3,1

Base Total: 412 casos.

FREQÜÈNCIA DE CONSUMO



Base Total: 412 casos.

		Consum	Freqüència (cops per setmana)
TOTAL		55,1	4,8
Edat	18 a 34	81,8	5,6
	35 a 55	52,4	4,6
	56 i més	35,5	3,6
Ingressos mensuals de la llar	Fins 1.000€	37,5	3,5
	Fins 1.001 - 1.500€	59,5	5,7
	Fins 1.501 - 2.000€	67,5	5,3
	Més de 2.000€	72,5	4,5



INSTITUT CERDÀ
Fundació Privada

Numància, 185
08034 Barcelona

Diego de León, 30
28006 Madrid

institut.cerda@icerda.es
www.icerda.es