



2019

# Hábitos ALIMENTACIÓN



UNIÓN DE  
CONSUMIDORES  
DE GALICIA

Coñecer os comportamentos das persoas consumidoras, os seus hábitos de compra, preferencias e as súas variacións son elementos moi importantes no traballo diario de entidades como Unión de Consumidores de Galicia; de feito non son poucas as veces nas que medios de comunicación e profesionais de distintos eidos contactan con esta organización para solicitar información sobre algúns deses aspectos.

Xa hai anos que Unión de Consumidores de Galicia considerou importante contar coas súas propias fontes de información relativas a aspectos ligados ao consumo e ás persoas consumidoras, ás veces porque a información dispoñible ao público non resolvía as necesidades da organización e outras porque os datos non estaban o suficientemente desglosados a nivel territorial. Con independencia do aspecto que pretendamos analizar, unha máxima preside a realización dos nosos estudos, o feito de contar cunha mostra o suficientemente ampla que nos permita obter uns resultados fiables. Así, neste estudo que agora vos presentamos, contamos coa participación de 1.142 persoas cuxas respostas foron distribuídas atendendo ao reparto poboacional das catro provincias galegas e aos segmentos de idade que conforman a nosa poboación.

Dous son os aspectos nos que Unión de Consumidores de Galicia tiña especial interese en afondar. Un deles era o concernente ao gasto en alimentación das persoas consumidoras galegas. Neste punto recentes publicacións ás que puidemos ter acceso non reflectían datos a nivel de Galicia ademais do feito de que estes eran pouco concretos ou se expresaban en rangos excesivamente amplos. Como se traduciú a crise económica no gasto en alimentación dos fogares galegos? Variaron os seus hábitos de compra como consecuencia desta?

Se os aspectos económicos son importantes, non menos o son aqueles relacionados cos hábitos alimenticios e a súa aproximación aos estándares dunha alimentación sa e equilibrada. Por isto tamén afondamos na frecuencia coa que as galegas e galegos consumen diversos grupos de alimentos.

Por último, analizamos os hábitos de consumo en relación coa compra de determinado tipo de produtos, ben polo seu valor engadido (DOPs ou IXP, para intolerantes, veganos, etc), ben por seren a aposta de distintos establecementos de alimentación e unha boa forma de acadar maior eficiencia na nosa compra e unha maior calidade (produto fresco, local ou de tempada).

Agradecemos a colaboración de todas as persoas e entidades que nos axudaron na realización deste estudo e en especial a Gadisa e Vegalsa-Eroski.

Santiago de Compostela, febreiro de 2019

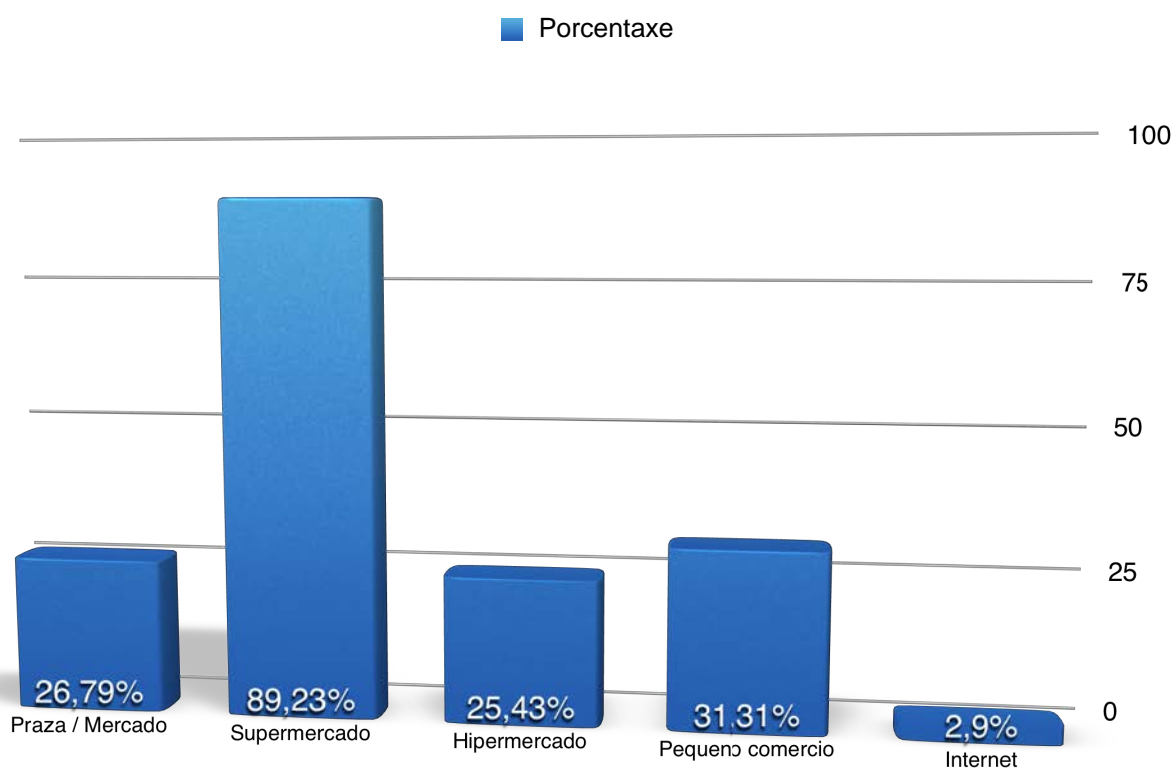
## CONCLUSIÓN

- ▶ O 36% dos galegos adica entre 200 e 350 euros mensuais a alimentación e algo máis do 25% entre 100 e 200 euros.
- ▶ En comparación con antes da crise, reduciuse en máis dun 26% o número de fogares que adica máis de 500 euros ao mes a gastos en alimentación.
- ▶ O gasto en alimentación reduciuse de media, 19 euros ao mes desde antes da crise económica.
- ▶ Galegos e galegas apostan polos supermercados, pero medran as compras en mercados e prazas e no pequeno comercio.
- ▶ Consólidase o aumento na frecuencia de compra.
- ▶ A calidade e a dispoñibilidade de produto fresco son os principais aspectos que determinan a opción de compra das galegas e galegos.
- ▶ O consumo de carnes roxas supera amplamente as recomendacións para unha alimentación sa.
- ▶ O consumo de verduras e froitas non acada as recomendacións sobre frecuencia de consumo.
- ▶ Boas cifras no consumo semanal de peixe e produtos lácteos.
- ▶ Maior atención ás ofertas á hora de facer a compra.
- ▶ Maior concienciación contra o desperdicio alimentario entre galegas e galegos.
- ▶ O consumo de produto fresco aumentou un 17% nos últimos tres anos. O consumo de produto local e de tempada aumentou respectivamente un 28% e un 31% no mesmo período.
- ▶ Aumenta o consumo de produtos de valor engadido (como os certificados por DOPs e IXPps ou os destinados a persoas con intolerancias ou vegáns) e ecolóxicos.
- ▶ Redúcese o consumo de produtos preparados.

Cal é o número de persoas que conviven no seu fogar?

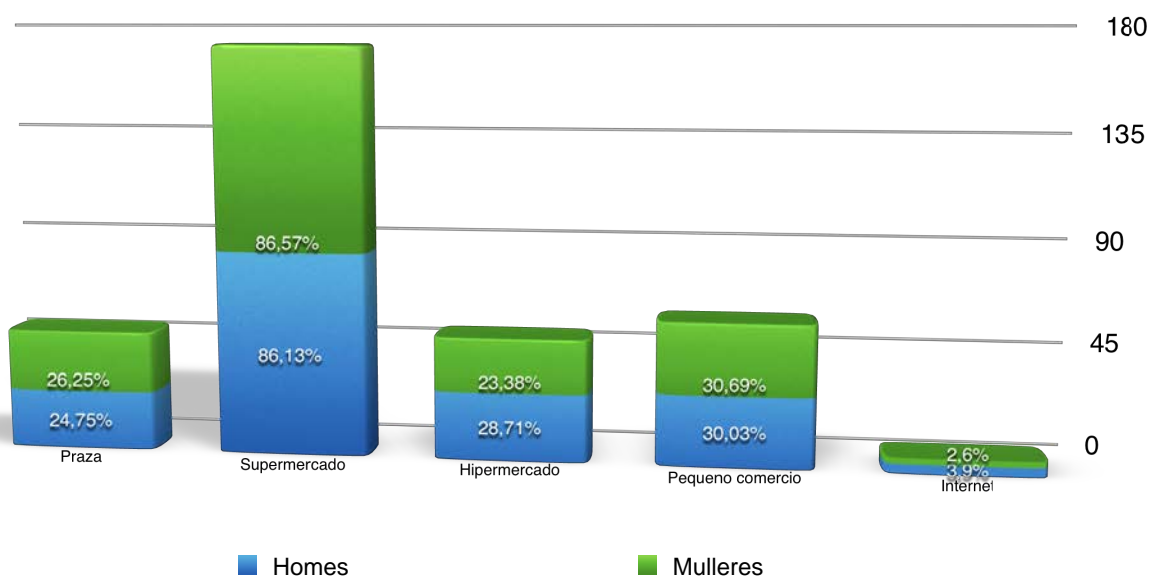
PERSOAS QUE CONVIVEN NO FOGAR	
Unha persoa	<b>9,66 %</b>
Dúas persoas	<b>32,13 %</b>
Tres persoas	<b>25,99 %</b>
Catro persoas	<b>22,83 %</b>
Cinco ou máis persoas	<b>9,39 %</b>

En que tipo de establecemento adoita facer as súas compras de alimentación?



As cifras sobre elección da tipoloxía de establecementos amosan, con respecto a estudos previos de Unión de Consumidores de Galicia, un incremento na opción de compra no pequeno comercio e en mercados.<sup>1</sup>

Segundo o **sexo**, as respostas amosan uns datos bastante similares no que refire á compra en mercados e prazas, pequeno comercio e supermercados. Se referimos a hipermercados os datos reflicten que o formato é máis aceptado entre os homes, o mesmo acontece se falamos de compras por Internet.



Por **idades** a compra en **mercados e prazas** resulta máis atractiva para persoas de máis idade, acadándose a maior porcentaxe no segmento de persoas entre 51 e 60 anos. No extremo oposto, os menores de 30 anos cunha porcentaxe que non acada o 20%.

A compra en **supermercados** é o formato preferido por todos os segmento de idade, se ben entre os menores de 30 anos acada cotas de máis do 90%. A cifra máis baixa atópase entre os que teñen idades comprendidas entre 51 e 60 anos. En sentido contrario, a compra en **grandes superficies** parece ser o formato menos aceptado polos maiores xa que logo as porcentaxes de persoas que manifestan comprar neste formato non acada o 19% entre persoas maiores de 50 anos. O dato supera o 30% cando falamos de menores de 30 anos e o 25% entre os maiores de 30 e menores de 50.

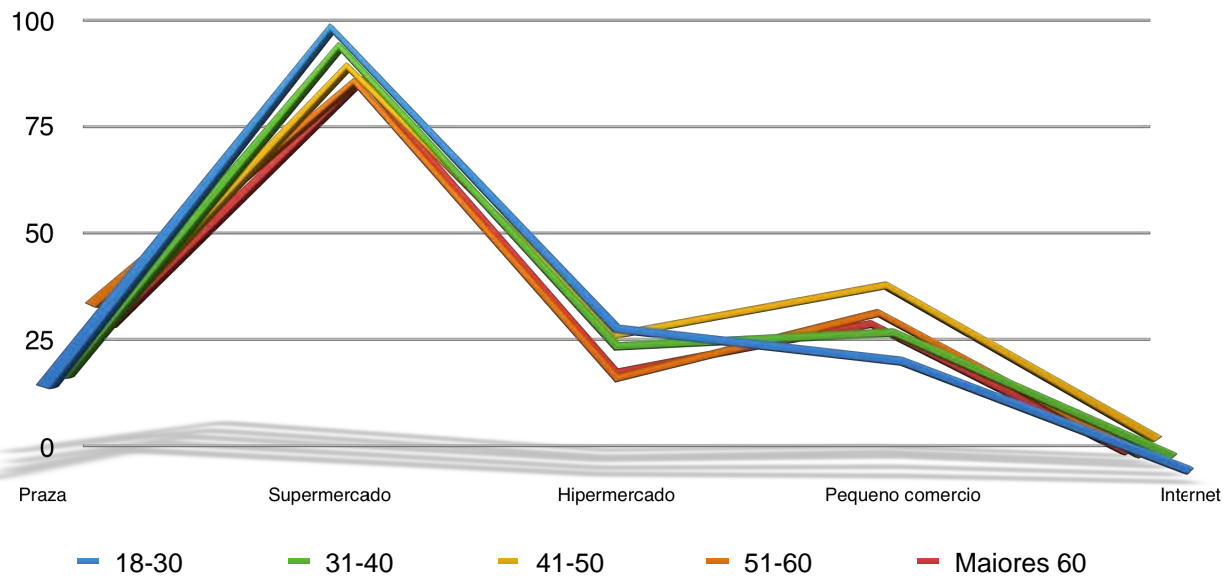


O **pequeno comercio** acada a súa maior aceptación entre as persoas con idades comprendidas entre 41 e 50 anos cunha cifra que rolda o 39%. Son os menores de 30 anos os que menos apostan por este tipo de establecementos.

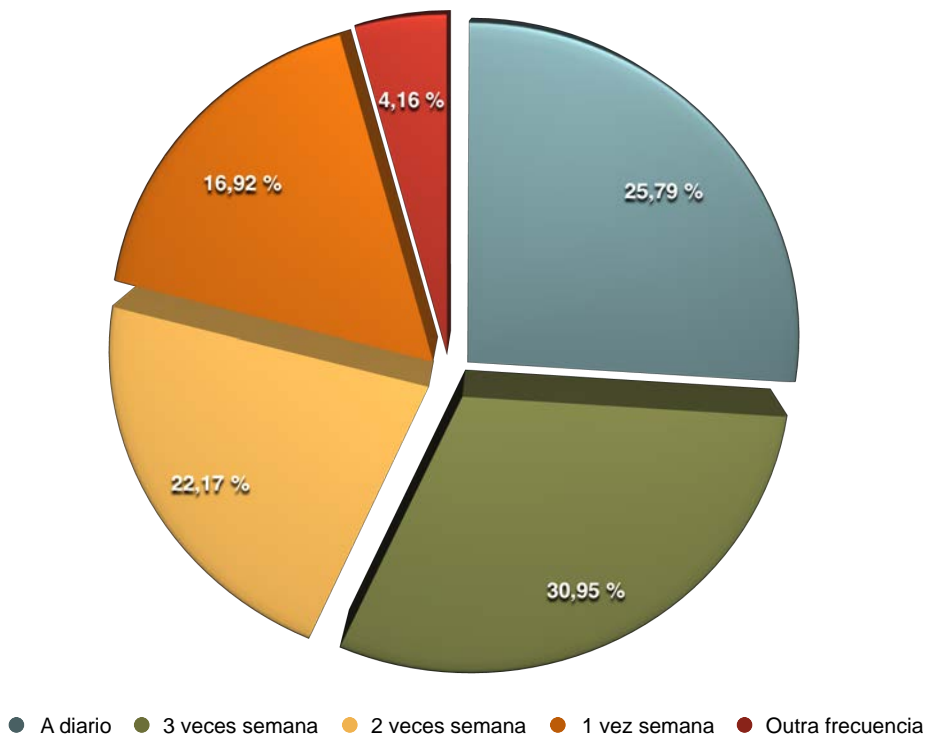
Os datos de compra de alimentos por **Internet** colocan aos grupos de idade comprendidos entre 41 e 50 (6,55%) e 31 a 40 (4,23%) como os que máis apostan por esta modalidade de compra. No extremo oposto as persoas maiores de 60 anos (1,12%)

<sup>1</sup> I e II Estudo confianza establecementos de alimentación 2012 e 2016

### Onde adoita facer as súas compras de alimentación?. Datos por idade



### Con que frecuencia realiza as súas compras de alimentación?



As cifras recollidas na anterior gráfica parecen confirmar unha tendencia que xa amosaban anteriores estudos desenvolvidos por Unión de Consumidores de Galicia e que puñan de manifesto que os usuarios están a espallar máis as súas compras, así máis dun 57% dos galegos e galegas realizan as súas compras cunha frecuencia de 3 ou máis veces á semana. Este dato pode ter á súa vez unha lectura positiva en relación coas condutas dirixidas a evitar o desperdicio alimentario axustando o volume de compra de alimentos.

Atendendo ao sexo, a porcentaxe de persoas que fan compra a diario é case idéntico entre homes (25,76%) e mulleres (25,71%). Entre os que afirman facer a compra tres veces á semana, hai máis mulleres (32,96%) ca homes (25,42%); en sentido contrario, a porcentaxe de homes (21,69%) que sinala unha única compra á semana é maior ca de mulleres (15,25%). Por idades, son as persoas maiores as que máis realizan as súas compras a diario; a cifra decrece a medida que diminúe a idade do consumidor. A menor frecuencia de compra dáse entre as persoas máis novas.

Porcentaxe de persoas que realizan as súas compras a diario segundo rango de idade				
18-30 anos	De 31-40	De 41-50	De 51-60	Maiores de 60 anos
16,73 %	15,42 %	24,89 %	34,32 %	36,33 %
Porcentaxe de persoas que realizan as súas compras unha ou dúas veces á semana segundo rango de idade				
18-30 anos	De 31-40	De 41-50	De 51-60	Maiores de 60 anos
57 %	50,94 %	35,37 %	29,59 %	29,59 %

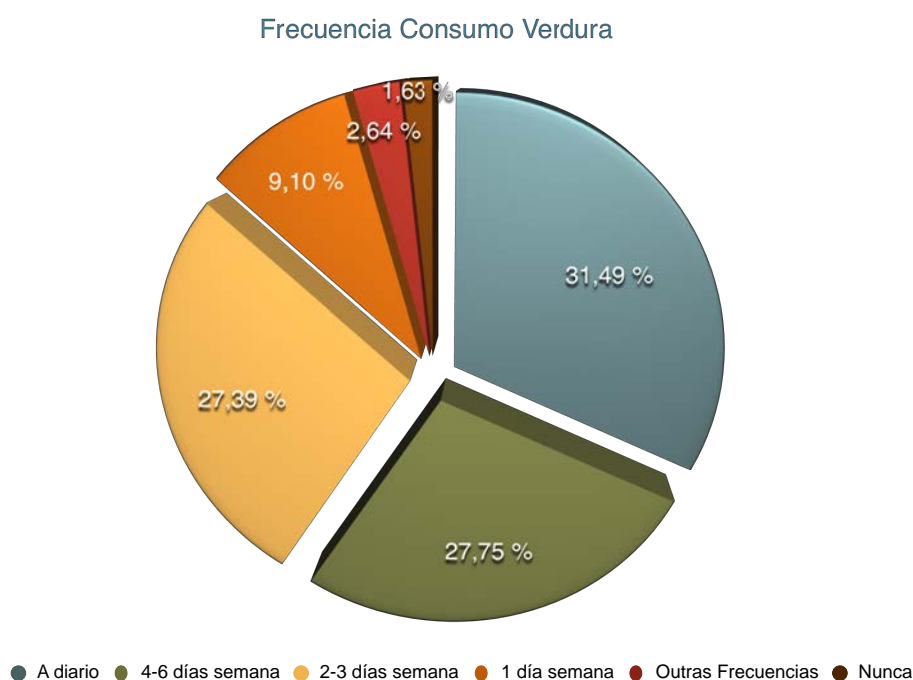
## Aspectos que determinan a opción de compra

	Nada / Pouco importante	Importante	Bastante / Moi importante
<b>Calidade</b>	0,73 %	16,23 %	83,04 %
<b>Produto Fresco</b>	3,38 %	23,97 %	72,65 %
<b>Variedade Produtos</b>	3,55 %	34,82 %	61,63 %
<b>Proximidade</b>	8,01 %	36,65 %	55,34 %
<b>Prezo</b>	9,91 %	40,00 %	50,09 %
<b>Ofertas</b>	19,47 %	36,93 %	43,60 %
<b>Marcas Brancas</b>	41,70 %	32,08 %	26,22 %

A anterior táboa amosa a valoración de distintos aspectos que poden incidir na opción de compra da persoa consumidora. A calidade continúa sendo o aspecto máis determinante entre os usuarios tal e como xa amosaban datos de estudos previos desenvolvidos por Unión de Consumidores de Galicia nos anos 2012 e 2016<sup>2</sup>.

Non obstante isto consideramos necesario facer unha reflexión en relación con esta cuestión abordada no estudo. Trátase dunha pregunta que adoitamos incorporar nos nosos traballos en orde a graduar as respostas cando as poñemos en relación con outras cuestións abordadas en cada un deles. Nesta ocasión Unión de Consumidores de Galicia amósase cauta se atendemos ás respostas a esta pregunta e as relacionamos con outras como por exemplo hábitos que mudaron nos últimos anos. Véxase a aparente contradición entre a importancia do prezo como factor determinante da compra e a maior procura de ofertas que realizan os consumidores galegos.

## Frecuencia no consumo de alimentos



Nesta sección quixemos abordar os hábitos de galegos e galegas no tocante ao consumo de distintos grupos de alimentos para ter unha visión desde a perspectiva dunha alimentación equilibrada. Así preguntamos pola frecuencia no consumo de verduras, legumes, carnes roxas e brancas, peixe e marisco, pastas e cereais, patacas, pan, lácteos, bebidas alcólicas ou refrescos e similares. Neste estudo faremos unha comparativa dos nosos resultados coas recomendacións recollidas na web da AECOSAN<sup>3</sup> de sorte que poidamos valorar canto nos achegamos ou alonxamos daquelas.

<sup>2</sup> I e II Estudio confianza establecementos de alimentación 2012 e 2016 outorgaban unha cualificación de 9,12 e 9,15 sobre 10.

<sup>3</sup> Axencia Española de Consumo, Seguridade Alimentaria e Nutrición. Estratexia NAOS



As cifras que amosa o noso estudo distan bastante das recomendacións sobre consumo diario de verdura e hortalizas, unhas cifras que ademais agrávanse cando nos referimos a consumidores de menor idade.

#### Frecuencia no consumo de verdura por tramos de idade

	A diario	4-6 días semana	2-3 días semana	1 día semana	Outras Frecuencias	Nunca
18-30 anos	27,45 %	29,41 %	27,45 %	9,41 %	3,92 %	2,35 %
31-40 anos	26,92 %	26,92 %	29,81 %	11,06 %	2,40 %	2,40 %
41-50 anos	27,15 %	30,32 %	32,58 %	7,24 %	2,26 %	0,45 %
51-60 anos	35,00 %	21,88 %	30,00 %	10,00 %	1,88 %	1,25 %
+ 60 anos	40,71 %	26,67 %	18,97 %	8,30 %	2,37 %	1,58 %

Atendendo ás manifestacións das persoas participantes no estudo, os datos sobre consumo de legumes parecen acadar unhas cifras que ao igual que as de verdura alónxanse das recomendacións de profesionais e expertos. A frecuencia de consumo que se desprende da Estratexia NAOS apunta a un consumo de legumes de dúas ou tres veces por semana. Con esta ou con maior frecuencia consumen legumes menos do 49% das persoas que contestaron á nosa enquisa. O peor dato o atopamos nas franxas de idade entre 41 e 60 anos. O mellor, entre as persoas máis novas.

#### Frecuencia no consumo de legumes

	A diario	4-6 días semana	2-3 días semana	1 día semana	Outras Frecuencias	Nunca
Dato Global	3,18 %	10,10 %	34,67 %	35,94 %	13,56 %	2,27 %
18-30 anos	3,14 %	10,98 %	37,25 %	33,33 %	12,55 %	2,35 %
31-40 anos	2,88 %	11,54 %	34,62 %	32,69 %	15,38 %	1,92 %
41-50 anos	1,82 %	8,64 %	37,27 %	35,91 %	13,18 %	3,18 %
51-60 anos	1,26 %	6,92 %	32,08 %	43,40 %	14,47 %	1,89 %
+ 60 anos	5,93 %	11,46 %	31,23 %	36,76 %	12,65 %	1,98 %

Mellor dato amosan as cifras sobre consumo de froita xa que logo, preto do 65% das persoas que nos deron a súa opinión manifestan comer froita a diario. Por idades, son as persoas de entre 18 e 30 anos as que consumen froita con menor frecuencia, menos do 47% a consumen a diario e menos do 17% o fai entre 4-6 días á semana. O 4,31% dos menores manifestan que nunca consumen froita e o 32,55% a consumen cunha frecuencia inferior a 3 días á semana.

A medida que aumenta a idade aumentan tamén a frecuencia de consumo, así 59,42% (31-40 anos), 9,86% (41-50 anos), 68,13 (51-60 anos) ate chegar ao 79,92% das persoas maiores de 60 anos, manifestan comer froita a diario.

As recomendacións sobre **consumo de peixe**, establecen unha ratio de 3-4 veces á semana, unha cifra que non parece acadarse segundo o noso estudio. Aínda así as cifras sobre consumo de peixe establecen que preto do 48% dos galegos e galegas consume peixe dúas ou tres veces á semana. Sen embargo, máis do 27% afirman consumilo só unha vez e máis do 10% con menor frecuencia ou nunca. Por riba dos 41 anos as cifras de consumo superan ás da xente máis nova se ben o mellor dato áchase no segmento das persoas maiores de 60 anos. No que refire aos menores de 30 anos, as cifras son especialmente preocupantes xa que máis do 37% indica que só o consume unha vez á semana e preto do 19% aínda con menor frecuencia ou nunca.



#### Frecuencia no consumo de Peixe

	A diario	4-6 días semana	2-3 días semana	1 día semana	Outras Frecuencias	Nunca
Dato Global	1,82 %	12,36 %	47,73 %	27,64 %	8,45 %	1,82 %
18-30 anos	0,78 %	7,06 %	36,08 %	37,25 %	14,12 %	4,71 %
31-40 anos	1,92 %	7,21 %	48,08 %	31,25 %	10,10 %	1,44 %
41-50 anos	2,26 %	10,86 %	56,55 %	25,35 %	4,52 %	0,45 %
51-60 anos	1,26 %	12,58 %	55,35 %	24,53 %	5,03 %	1,26 %
+ 60 anos	2,77 %	23,32 %	46,25 %	18,97 %	7,11 %	0,79 %



Non semellan bos resultados os referidos ao consumo de **carnes roxas**<sup>4</sup> e **carnes procesadas**<sup>5</sup> cuxas inxestas son moi superiores ás recomendacións de consumo moderado que adoitan realizar expertos e profesionais. Dentro dos parámetros dun consumo equivalente ou inferior a unha vez por semana só se atopan o 35,12% dos galegos e galegas. Máis do 44% consume este tipo de carnes dúas ou tres veces por semana e superan esta frecuencia máis do 20% da poboación galega. Son os consumidores de entre 41 e 50 anos os que consumen este tipo de produtos con maior frecuencia da recomendada, cunha porcentaxe que supera o 72%.

<sup>4</sup> Incluímos nas carnes roxas a carne de res, tenreira, porco, año, cabalo e cabra segundo a clasificación que realiza a OMS.

<sup>5</sup> Aquelas transformadas mediante salazón, curado, fermentación, afumado ou outros procesos. Inclúense friames, salchichas e carne en conserva.

### Frecuencia no consumo de carnes roxas e procesadas

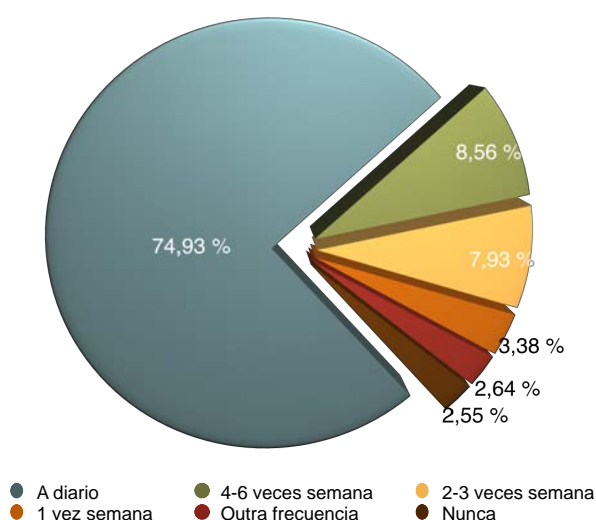
	A diario	4-6 días semana	2-3 días semana	1 día semana	Outras Frecuencias	Nunca
Dato Global	3,27 %	17,24 %	44,19 %	24,95 %	6,99 %	3,18 %
18-30 anos	3,14 %	22,75 %	37,25 %	23,53 %	7,06 %	6,27 %
31-40 anos	4,81 %	16,35 %	46,15 %	23,56 %	5,77 %	3,37 %
41-50 anos	3,17 %	22,17 %	47,06 %	19,46 %	5,88 %	2,26 %
51-60 anos	5,63 %	14,37 %	44,38 %	25,62 %	7,50 %	1,88 %
+ 60 anos	0,79 %	9,88 %	47,43 %	31,23 %	8,70 %	1,58 %

Pola súa banda as manifestacións sobre o consumo de **carnes brancas** reflicte uns datos máis acordes coas recomendacións que para o seu consumo (3-4 veces á semana) sinala AECOSAN. As maiores frecuencias atopámolas entre as persoas de 31 a 50 anos e as menores entre os consumidores de entre 18 e 30 anos.

### Frecuencia no consumo de carnes brancas

	A diario	4-6 días semana	2-3 días semana	1 día semana	Outras Frecuencias	Nunca
Dato Global	1,54 %	10,54 %	49,05 %	26,98 %	7,72 %	4,18 %
18-30 anos	0,78 %	11,76 %	46,27 %	25,88 %	8,63 %	6,67 %
31-40 anos	3,37 %	10,58 %	52,40 %	23,08 %	5,29 %	5,29 %
41-50 anos	1,82 %	11,36 %	54,55 %	25,45 %	4,55 %	2,27 %
51-60 anos	1,25 %	11,25 %	43,13 %	31,87 %	8,75 %	3,75 %
+ 60 anos	1,57 %	8,27 %	48,03 %	29,13 %	11,02 %	1,97 %

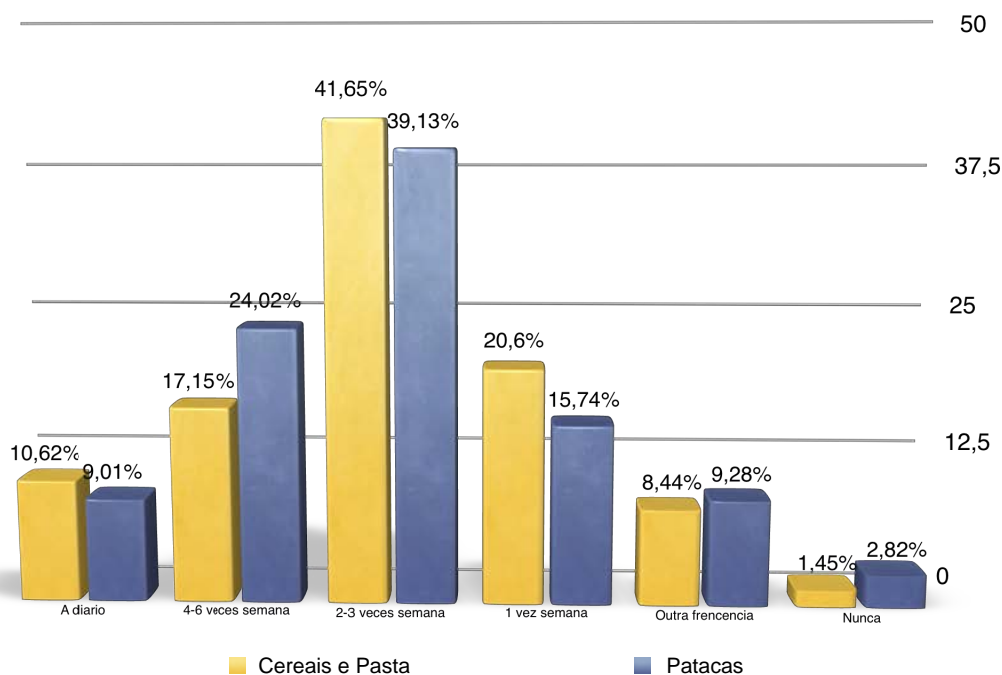
### Frecuencia consumo pan



Tradicionalmente as galegas e os galegos fomos bos consumidores de pan, e as cifras que amosa o noso estudo paracen confirmar este dato. Son as persoas maiores de 50 anos as que consumen pan con maior frecuencia, xa que o fan a diario o 85% delas. Os que menor consumo fan son as persoas de menos de 40 anos que o consumen a diario nunha porcentaxe de algo máis do 62%.

Por provincias, Ourense ten a maior frecuencia no consumo diario de pan (83,17%), seguida de Pontevedra (76,75%), Lugo (74,31%) e A Coruña (72,41%).

O consumo de **pastas e cereais** combinado co consumo de **patacas** amosa os seguintes resultados porcentuais. Da súa combinación podemos afirmar que no que respecta a este grupo de alimentos as cifras aproxímanse ás recomendacións de consumo que figuran na web de AECOSAN.

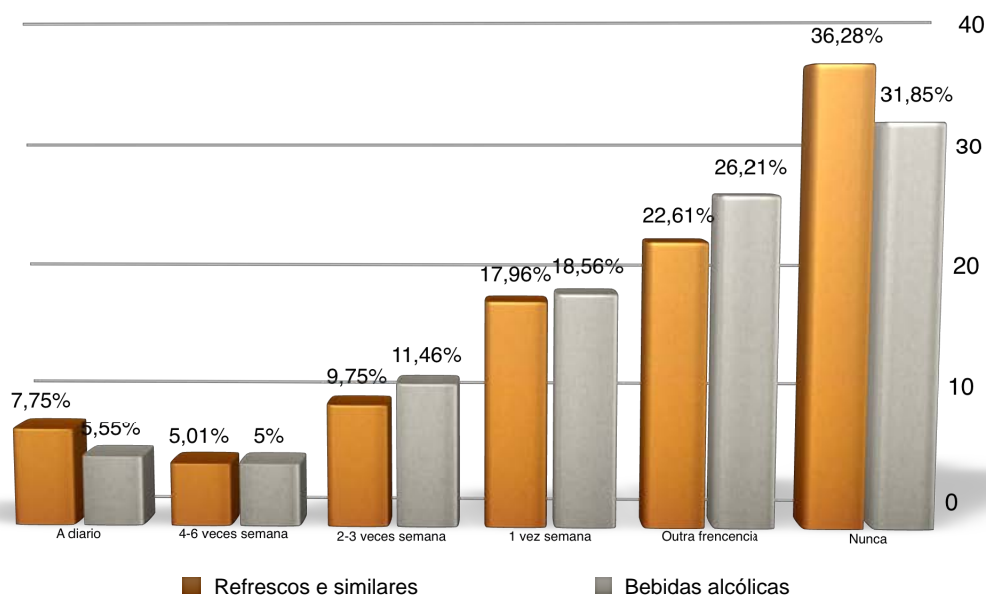


Xunto co pan, os **produtos lácteos** son produtos de alto consumo no noso país. A recomendación sobre a súa frecuencia de inxesta é a dun consumo diario e os resultados amosan que tres de cada catro galegas e galegos cumpren con esa recomendación. É na Coruña onde o consumo diario de lácteos acada o mellor dato (80,21%) e en Ourense onde acada o peor (70,59%). O dato máis preocupante xurde en relación á frecuencia de consumo entre as persoas consumidoras menores de 30 anos nas que a cifra de consumo diario só é do 63,14%, case 16 puntos menos que a frecuencia diaria de consumo dos maiores de 60 anos.

#### Frecuencia no consumo de produtos lácteos

	A diario	4-6 días semana	2-3 días semana	1 día semana	Outras Frecuencias	Nunca
Dato Global	74,61 %	7,53 %	6,08 %	3,81 %	3,72 %	2,18 %
18-30 anos	67,84 %	12,16 %	9,02 %	5,88 %	2,35 %	2,75 %
31-40 anos	72,60 %	8,65 %	6,25 %	3,85 %	3,85 %	3,85 %
41-50 anos	81,45 %	4,52 %	6,33 %	3,17 %	2,71 %	1,81 %
51-60 anos	76,88 %	7,50 %	5,00 %	1,88 %	6,88 %	1,88 %
+ 60 anos	83,46 %	4,33 %	3,54 %	3,54 %	3,94 %	0,79 %

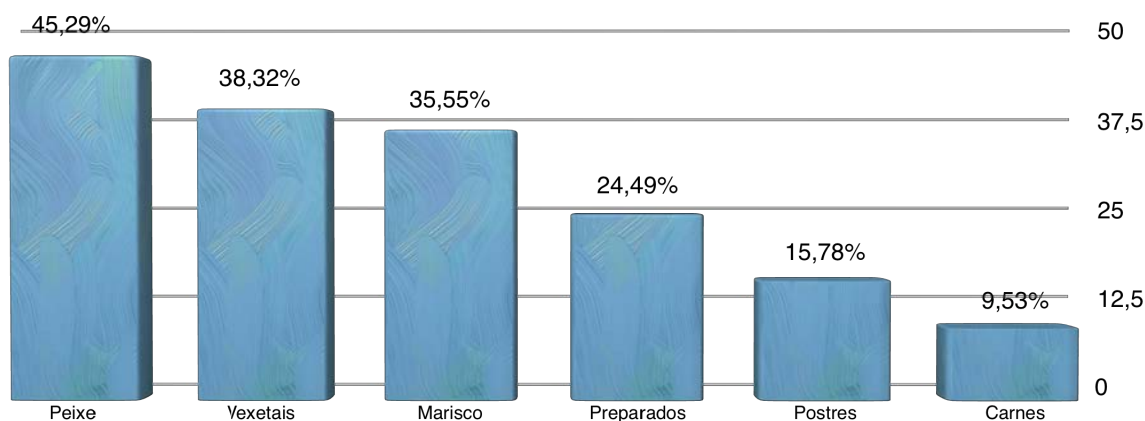
A cifra máis elevada na frecuencia de consumo de **bebidas alcólicas** a temos na franxa de idade de persoas maiores de 60 anos cunha porcentaxe do 13,44% e que afirma consumilas a diario, seguido das persoas con idades comprendidas entre os 51 e os 60 anos (6,92%). No sentido contrario a menor frecuencia de consumo dáse nos segmentos de menor idade, así moitas das persoas de entre 18 e 30 anos manifestan non consumir alcol (34,25%) ou facelo cunha frecuencia inferior a unha vez á semana (29,53%).



Pola súa banda o consumo de refrescos e similares, aínda que mellorables, presenta uns datos que apuntan cara a un consumo moderado en liña coas recomendacións profesionais.

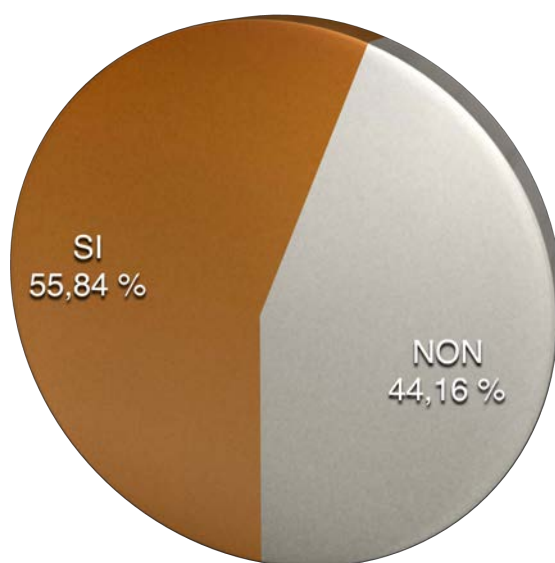
## Consumo de produtos conxelados

Preguntamos na nosa enquisa ao respecto do consumo de produtos conxelados e a tipoloxía dos mesmos que se consumen nos fogares galegos. A maior cifra corresponde ao consumo de peixe seguido de vexetais nos que incluímos verduras e legumes.



## Aspectos económicos

Neste apartado analizaremos as respostas dos participantes ao respecto dos cambios nos seus hábitos de compra atendendo ás variacións da súa capacidade económica, máis concretamente lles preguntamos se **a situación económica dos últimos anos provocou cambios nos seus hábitos de compra**. A referencia temporal nesta pregunta atendía aos anos transcorridos desde o remate da crise económica que afectou ao noso país entre os anos 2008 e 2014 e o que pretendíamos era coñecer se, como resultado das dificultades que enfrentaron (ou aínda enfrentan) moitas familias, modificouse dalgún xeito o seu comportamento como consumidores e usuarios.



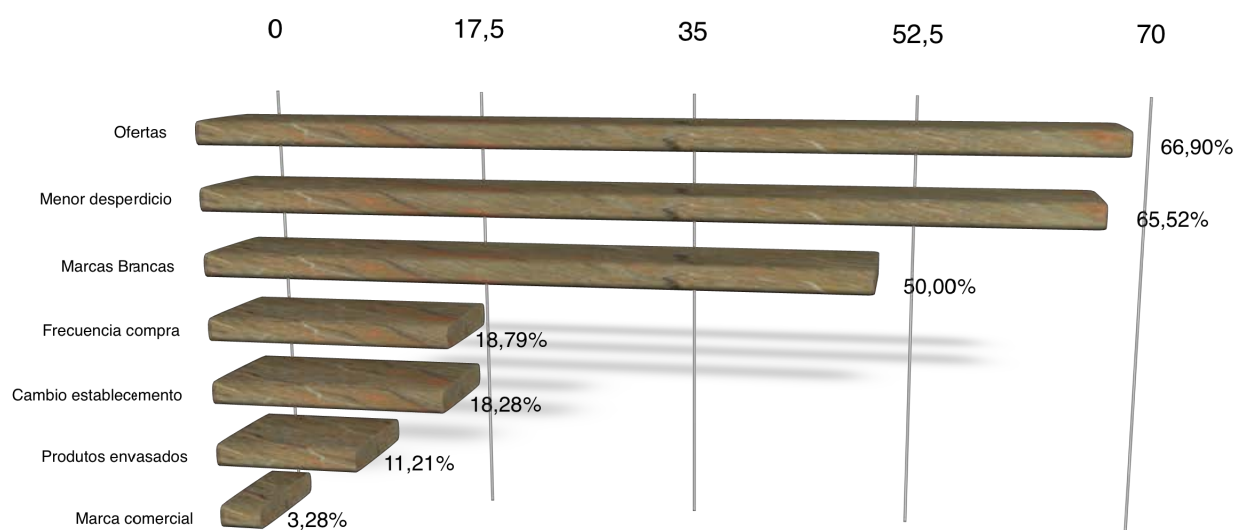
Por idades estes cambios afectaron especialmente ás persoas con idades comprendidas entre os 51 e 60 anos, un segmento que no seu momento viviu con especial dureza as consecuencias da crise económica.

A situación económica dos últimos anos provocou cambios nos seus hábitos de compra?		
	SI	NON
18-30 anos	62,35 %	37,65 %
31-40 anos	55,29 %	44,71 %
41-50 anos	54,05 %	45,95 %
51-60 anos	<b>64,38 %</b>	35,62 %
+ 60 anos	45,49 %	54,51 %

Por provincias son os pontevedreses os que manifestan en maior medida ter variado os seus hábitos de compra xa que así o sinala o 63,03% dos participantes desa provincia. No outro extremo, os ourensáns cunha porcentaxe do 49,02%. Case na media os habitantes de Lugo (55,86%) e por baixo desta os da Coruña (53,50%).

Se atendemos á composición dos fogares, son aqueles con catro membros os que máis variaron os seus hábitos de compra (60,56%) e os fogares nos que conviven dúas persoas os que menos (51,40%).

### E cales son eses cambios?



Como podemos observar, as tres principais medidas adoptadas polos fogares galegos parecen apuntar ao feito de que a súa capacidade económica diminuíu nos últimos anos, así a **procura de ofertas** é un comportamento que adoptaron case o 70% dos fogares nos que se afirma ter aplicado cambios nos seus hábitos de compra.



O **mellor aproveitamento dos alimentos** e consecuentemente a redución do desperdicio alimentario é a medida que ocupa o segundo posto.

En terceiro lugar, galegos e galegas apostaron polas **marcas de distribución** como elemento que lles permitiu afrontar a compra de produtos de alimentación nun contexto económico diferenciado. Así a metade dos participantes no estudo sinalan que aumentaron a súa compra deste tipo de produtos, un aspecto que parece ir na liña dos últimos datos sobre o afianzamento dos produtos de *marca branca*.

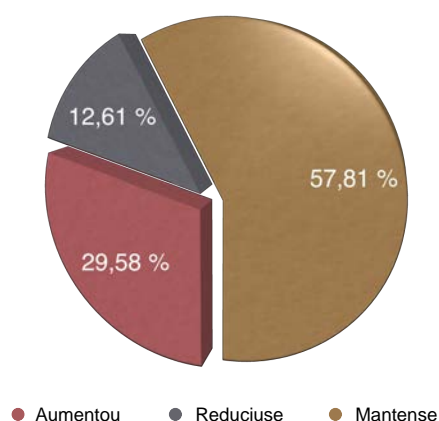
As tres medidas tendentes a maximizar a eficiencia da compra son seguidas principalmente polas persoas máis novas. Os menores de 30 anos que manifestaron cambios nos seus hábitos de compra sinalan que procuran ofertas nun 70,20% dos casos, aproveitan mellor os alimentos (71,52%) e decántanse por produtos de marca branca (62,91%). Os resultados opostos os atopamos nas persoas maiores de 60 anos que procuran ofertas no 62,26% dos casos, melloraron o aproveitamento dos produtos (59,43%), e aumentaron o consumo de produtos de marca branca (27,36%).

En menor medida, case un 19% dos participantes no estudo afirman ter variado a súa frecuencia de compra, adaptándoa ás necesidades reais do fogar e tentando minimizar o desperdicio de alimentos e axustando o gasto en maior medida.

Outro serie de datos que quixemos coñecer foi o relativo á **variación no consumo de determinado tipo de produtos alimenticios nos últimos tres anos**. Nalgúns casos a tipoloxía de produto polo que preguntamos tiña unha máis clara incidencia nos aspectos económicos da compra (maior prezo) e noutros o aspecto estaría máis relacionado coa calidade do produto ou cunha decisión persoal ou familiar dos consumidores.

Para estas valoracións introduciremos o valor “saldo neto” para determinar se a variación é positiva ou negativa atendendo á diferenza entre as persoas que aumentaron o consumo e aquelas que o reduciron.

### Produto Fresco



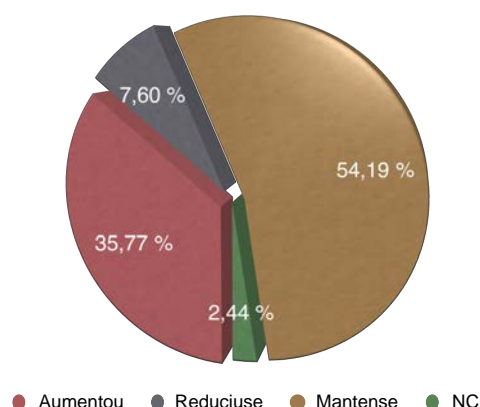
A evolución do consumo de produtos frescos nos últimos tres anos amosa un saldo positivo de case un 17%; un dato que parece coincidir coa maior aposta dos establecementos de alimentación por este tipo de produtos.

Por idades o maior aumento neto no consumo de produto fresco atopámolo nas persoas maiores de 60 anos (21,89%), e o menor nos grupos de idades comprendidas entre os 41-50 (9,17%) e 51-60 (12,16%).

### Produto Local

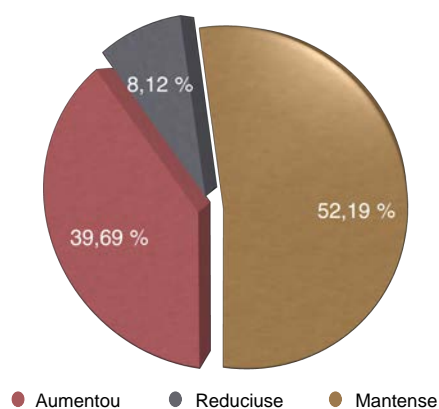
A evolución do consumo de produtos locais reflicte unha evolución positiva moi importante nos últimos tres anos acadando un saldo positivo de máis do 28%.

Por idades o maior aumento neto no consumo de produto local atopámolo nas persoas con idades comprendidas entre os 41-50 (34,81%) e o menor na franxa de entre 51-60 anos, precisamente aquelas que amosaron unha maior variación nos seus hábitos de compra.





## Produto de tempada



Pola súa banda, o consumo de produtos de tempada reflicte unha evolución positiva aínda mellor xa que supera o 31%

Por idades o maior aumento neto no consumo de produto de tempada atopámolo nas persoas con idades comprendidas entre os 18 e os 30 anos (36,93%) e o menor nas persoas de entre 51-60 anos, cunha evolución positiva do 22,45%.

## Evolución na compra doutros produtos

As cifras sobre variación de diferentes tipoloxías de produto parecen confirmar as tendencias que Unión de Consumidores de Galicia viña observando nos últimos tempos. Así, o aumento no consumo de produtos para vexetarianos ou veganos que experimenta un incremento neto próximo ao 9% ou o consumo para persoas con alerxias ou intolerancias alimentarias que aproxima o seu incremento neto ao 15%. Neste apartado Unión de Consumidores de Galicia non pode deixar de ter presente que unha parte deste aumento no consumo está a realizarse por persoas que realmente non padecen intolerancias senón que parecen estar respondendo a modas ou costumes con dubidosa base científica.

Variación Consumo	Reduciuse	Aumentou	Saldo Neto	Mantense estable	Non consumen
Produtos Vexetariáns / Vegáns	1,17 %	10,02 %	<b>8,85 %</b>	9,34 %	79,47 %
Para persoas con alerxia ou intolerancia	1,85 %	16,73 %	<b>14,88 %</b>	13,62 %	67,80 %
Con DOPs ou IXP	8,92 %	21,73 %	<b>12,81 %</b>	50,73 %	18,62 %
Produtos Gourmet	11,10 %	7,30 %	<b>-3,80 %</b>	26,19 %	55,40 %
Produto Ecolóxico	12,80 %	27,93 %	<b>15,13 %</b>	28,32 %	30,94 %
Produtos Preparados	34,02 %	7,70 %	<b>-26,32 %</b>	18,52 %	39,77 %

A preocupación pola calidade e os procesos de produción queda patente na evolución do consumo de produtos ecolóxicos (15,13%) e produtos amparado baixo unha denominación de orixe ou indicación xeográfica protexida (12,81%).

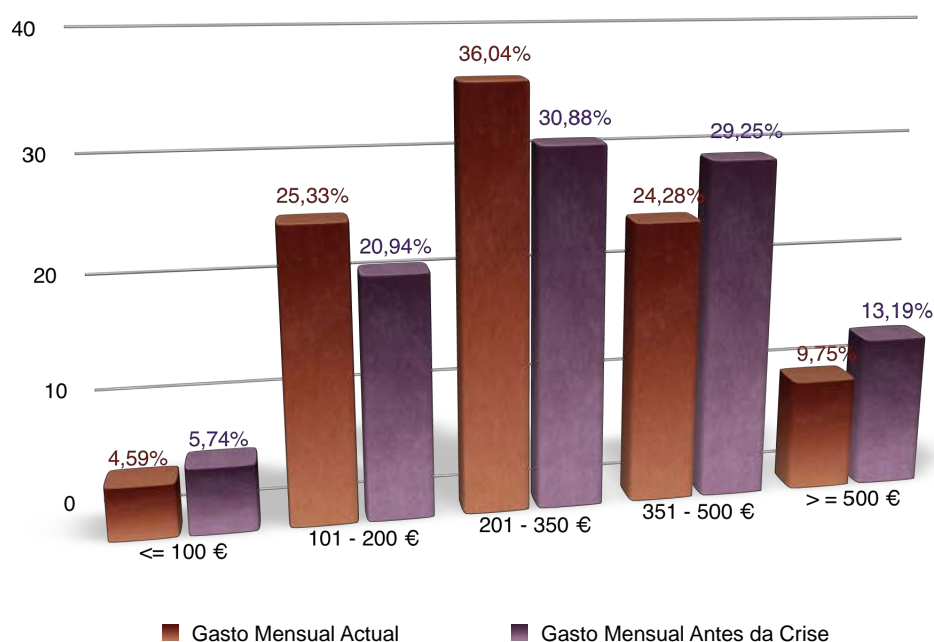
Desde Unión de Consumidores de Galicia consideramos que a evolución positiva destas cifras pode perfectamente corresponderse coa diminución nos últimos tres anos no consumo de produtos preparados que afirman as persoas enquisadas, un descenso moi importante que parece evidenciar unha maior interese por unha alimentación máis sa e saudable.

O descenso no consumo de produto gourmet pode ter a súa xustificación nunha menor capacidade económica e no aposta por outra tipoloxía de produto de calidade.

### Gasto en Alimentación

Hoxe en día e antes da crise económica. As cifras que estamos a coñecer a través dos medios de comunicación en materia salarial reflicten que os salarios dos traballadores foron en 2018 inferiores aos de 2008, ano de comezo da crise. Neste último apartado do estudo quixemos coñecer como afecta a capacidade económica das familias ao seu gasto en alimentación.

Por experiencias anteriores nas que resultou moi difícil obter o dato, en Unión de Consumidores de Galicia consideramos que sería máis apropiado solicitarlle ás persoas entrevistadas que sinalasen o seu gasto en alimentación dentro dunhas franxas ou rangos en lugar de preguntarlles directamente polo seu orzamento neste capítulo. Preguntamos polo seu gasto en alimentación hoxe en día e polo seu gasto en tempos previos á crise económica e analizamos a súa variación.



Como resultados podemos observar que a porcentaxe de persoas que menos gastan en alimentación reduciuse con respecto a antes da crise, unha cuestión que Unión de Consumidores de Galicia achaca principalmente ao feito de que o prezo dos alimentos subiu de forma considerable durante estes anos, e realizar un mínimo de compra en moitos fogares supón gastar mensualmente máis de 100 euros.

Pero **a principal conclusión que podemos extraer é que os galegos e galegas adican menos diñeiro aos seus gastos en alimentación do que adicaban antes da crise.** A importante variación á baixa nas porcentaxes de persoas que máis gastaban en alimentación antes da crise e a súa migración a outros tramos de gasto é moi revelador. O número de fogares que gastaban máis de 500 euros en alimentación reduciuse en máis do 26% nos últimos dez anos e nun 17% o de fogares que gastaban entre 350 e 500 euros. En sentido contrario, o número de fogares nos que se adican entre 100 e 200 euros ao mes á alimentación aumentou en case un 21% e o dos que adican entre 200 e 350 medrou un 16,71%.

Facendo uso de datos medios de gasto por grupo podemos sinalar que **galegos e galegas gastan de media 293 euros ao mes en alimentación mentres que antes da crise gastaban de media 312 euros.**

<b>DATOS TÉCNICOS</b>	
Número de enquisas	<b>1.142</b>
Marxe de erro	<b>2,9</b>
Nivel de confianza	<b>95 %</b>
<b>REPARTO DO NÚMERO DE ENQUISAS</b>	
<b>PROVINCIAS</b>	
A Coruña	<b>473</b>
Lugo	<b>140</b>
Ourense	<b>131</b>
Pontevedra	<b>398</b>
<b>IDADES</b>	
Entre 18 e 30 anos	<b>281</b>
Entre 31 e 40 anos	<b>150</b>
Entre 41 e 50 anos	<b>186</b>
Entre 51 e 60 anos	<b>167</b>
Maiores de 60 anos	<b>358</b>
<b>DATAS</b>	
Realización das enquisas	<b>Setembro - decembro 2018</b>

2019

# Hábitos ALIMENTACIÓN

[www.consumidores.gal](http://www.consumidores.gal)  
Rúa Boiro, 3 - 1A  
15705 Santiago de Compostela



UNIÓN DE  
CONSUMIDORES  
DE GALICIA