

El consumidor 'rebelde': austero, de marca blanca y segunda mano

El 25% de los ciudadanos confiesan que siente desafección por las grandes empresas, según el estudio Mikroskopia. Este tipo de comprador pide las sobras en el restaurante, alquila y tira del trueque

A. L. / F. P.

actualidad@20minutos.es / twitter: @20m

20minutos

La crisis ha transformado los hábitos de consumo de los ciudadanos. Entre los nuevos patrones emergentes surge con fuerza un perfil al que los sociólogos han colgado la etiqueta de 'consumidor rebelde'. Pero ¿contra qué se rebela este consumidor? Se alza contra las grandes empresas, mostrándose crítico con su rol social. El 'consumidor rebelde', sin embargo, no es ningún ciudadano radical, sino que este modelo define ya a uno de cada cuatro consumidores (el 25%), según el estudio Mikroskopia 2015, elaborado por la empresa MyWord, especializada en investigaciones de mercado.

La responsable del informe Mikroskopia y directora

32,3%
de los consumidores
han cambiado de
supermercado en busca
de precios más bajos

de MyWord, Belén Barreiro (expresidenta del CIS), explica que «esta nueva ruptura entre consumidores y corporaciones es, en cierto sentido, similar a la que se está produciendo en la política entre los electores y los partidos tradicionales. La sociedad golpeada por la crisis no se resigna, sino que se ha vuelto más activa y coopera-

tiva: busca soluciones por sí misma y dentro de la sociedad», indica Barreiro.

Buscando pagar menos

¿Y cómo han modificado sus hábitos ese 25% de consumidores rebeldes? Uno de cada tres (el 32,3%) ha cambiado de supermercado en busca de precios más bajos, y la mayoría (54%) ya optan por mar-

cas más baratas, según el informe, basado en 8.387 entrevistas.

La crisis también ha cambiado otras rutinas, así como la percepción sobre el consumo. El 'consumidor rebelde' ya no tira comida en casa (el 69,4% de ellos, frente al 50,2% del resto de consumidores) y siente remordimientos por comprar (el 32,4%, frente al 18,4% del resto). La mayor diferencia entre los llamados 'rebeldes' y el resto de las personas se da en su crítica a la sociedad de consumo: entre los primeros hay un 66,3% que denuncian el actual sistema de consumo; mientras que entre el resto de ciudadanos solo hay un 21,9% de críticos. Además, un 7,2% de los rebeldes han dejado su casa para volver a vivir con su familia y un 14,6% piden las sobras en el restaurante.

El informe destaca que este nuevo consumidor es «activo y no se resigna», y se inclina más por «prácticas de consumo alternativo y colaborativo». Un 16,6% intercambian bienes y servicios (los libros de texto), el 41,1% compran en comercios de segunda mano, el 38,2% están dispuesto a vender productos que ya no necesitan, el 13,7% participan en compras colectivas y el 4,6% están en grupos de consumo.

El 'consumidor rebelde' resulta más propenso a recurrir al turismo responsable (36,9%). También participa en mercados de trueque (8,7%) y opta por el comercio justo (13,5%).