

# Pictogramas: los consumidores los conocen, pero demandan más información sobre su significado

EL 38% CREE QUE ESTOS SÍMBOLOS Y FIGURAS APORTAN UNA INFORMACIÓN MUY ÚTIL Y UN 36% AFIRMA QUE ADQUIERE SUS PRODUCTOS SIN CONOCER EL SIGNIFICADO DE LOS PICTOGRAMAS

- Informan, aconsejan, alertan y previenen. Los pictogramas cumplen una función imprescindible para el consumidor. Sin embargo, estos símbolos o figuras, con información sobre seguridad, modo de empleo o grado de respeto al medio ambiente de los productos de consumo cotidiano, no siempre se conocen ni tampoco se interpretan de forma correcta.

EROSKI CONSUMER, la Plataforma Envase y Sociedad e Hispacoop (la Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios a la que pertenece Fundación EROSKI), ha querido averiguar cuál es el grado de conocimiento y sensibilización de los consumidores con respecto a los diferentes pictogramas que aparecen en los envases de los distintos productos de consumo cotidiano.

Así, se planteó una investigación en la que se consultó a 1.020 personas de todo el país mediante un sistema de entrevistas web asistidas por ordenador (denominado método CAWI) durante la última semana de mayo y la primera de junio.

Del total de entrevistados, el 51% eran mujeres. Todos eran mayores de 18 años y, por edad, los grupos que mayoritariamente participaron en la encuesta tenían entre 30 y 45 años (un 32%) y más de 65 años (el 20%). Además, la mayoría procedía de Andalucía (un 18%), Cataluña (un 16%), Comunidad de Madrid (un 14%) y Comunidad Valenciana (un 11%).

**CÓMO SE HIZO**

Se propuso un cuestionario que constaba de 40 preguntas cerradas con varias alternativas de respuesta. Por un lado, se consultaba la opinión y la actitud con respecto a los pictogramas y, por el otro, se valoraba su conocimiento real sobre determinadas composiciones gráficas.

Para ello, se seleccionaron más de 20 figuras o símbolos de marcación obligatoria (un indicador fundamental de la conformidad de un producto con la legislación) y marcación voluntaria. Proporcionaban información medioambiental, sobre seguridad, origen y material del producto, y recomendaciones en el uso y gestión del envase.

Se clasificaron en varios grupos:

- **Pictogramas de seguridad:** aquellos símbolos que advierten de los peligros de un mal uso del producto para la salud y para el medio ambiente, y que informan sobre las propiedades físicas y químicas. Tienen un rombo con borde rojo, indicador de que no deben ingerirse, mezclarse con alimentos ni tampoco dejarlos al alcance de los niños.
- **Pictogramas en productos cosméticos:** aquellas figuras que realizan recomendaciones sobre la forma de empleo más segura de ese tipo de artículos.
- **Pictogramas relacionados con el Sistema Integrado de Gestión de Residuos (SIG):** composiciones gráficas que informan sobre las formas de gestión y reciclado del producto.
- **Pictogramas con números y siglas:** aquellas figuras que se refieren a los materiales utilizados y la posible reutilización del producto.

• **Pictogramas relacionados con la sostenibilidad del producto:** por ejemplo, que el envase sea reciclable o que proceda de una pesca sostenible o de la agricultura ecológica.

Por último, el estudio se complementó con un análisis sobre el interés y la notoriedad que los consumidores conceden a los pictogramas.

**POCOS SE FIJAN**

La mayoría de los encuestados no parecen estar excesivamente concienciados sobre la importancia de los pictogramas. Solo un 20% asegura fijarse siempre en estos símbolos y figuras de los envases antes de comprar un producto (lo hacen en mayor medida los hombres y la población mayor entrevistada). Sin embargo, otro 64% confiesa que se fija dependiendo del establecimiento o del producto específico que vaya a comprar. A su vez, apenas el 25% asegura prestar la misma atención a todos los pictogramas.

En el caso de que se interesen por el pictograma y desconozcan su significado, los consumidores consultados toman actitudes diferentes. Un 36% afirma que suele comprar el producto sin averiguar luego el significado de la composición gráfica que incluye la etiqueta. Otro 34% sí se interesa en buscar su significado una vez ha adquirido el artículo deseado y un 22% es más radical en su postura y no compra el producto sin antes descifrarlo.

**ÚTILES, PERO DIFÍCILES DE INTERPRETAR**

El 38% de los entrevistados cree que los pictogramas aportan información útil para el consumidor, mientras que otro 58%, aunque también

lo piensa, considera que no siempre es posible interpretar la información que aportan. De esta forma opinan, en mayor medida, las mujeres consultadas, quienes tienen entre 30 y 45 años y los entrevistados en la Comunidad de Madrid.

Por el contrario, hay un 35% que opina que los pictogramas no son concretos ni claros, y la información que ofrecen no es fácil de interpretar. Los más críticos al respecto son las personas de más edad.

Pero solo un 18% de los encuestados echan en falta algún pictograma que les pueda interesar. Los hombres y las personas entre 46 y 55 años son quienes en mayor medida lo creen así. Los porcentajes también son superiores en Madrid y Cataluña. Por su parte, el 21% piensa que no falta ningún pictograma interesante y la gran mayoría, un 61%, no sabe o no contesta a esta cuestión.

**MÁS INFORMACIÓN**

Prácticamente todos los consumidores consultados (el 96%) reclaman campañas de información sobre el significado de los pictogramas en los productos. Apenas un 2% opina que esa tarea es responsabilidad única y exclusivamente del propio consumidor.

En este sentido, sus sugerencias para mejorar la comprensión de los pictogramas pasan principalmente por crear campañas publicitarias e informativas, acompañarlos con un texto explicativo, elaborar diseños más fáciles y sencillos y formar al consumidor al respecto.

**¿CUÁNTO SABEN?**

El 81% de los entrevistados acertó al señalar la definición de un pictograma: "composición gráfi-

ca que contiene símbolos o figuras y que transmiten información sobre aspectos esenciales del producto, como la seguridad o cómo mantenerlo en buen estado". Por edad, quienes acertaron en mayor medida fueron los entrevistados con entre 30 y 45 años (el 92%) y quienes residían en las comunidades autónomas de Valencia, Cataluña y Madrid (en todos los casos el 83% de ellos).

Además, muchos consumidores consultados recuerdan pictogramas específicos en función del tipo de productos. En concreto, un 90% sabe de la existencia de símbolos y figuras específicas en los alimentos y en las sustancias peligrosas, el 86% en juguetes y aparatos eléctricos y el 67% los recuerda en textiles y cosméticos.

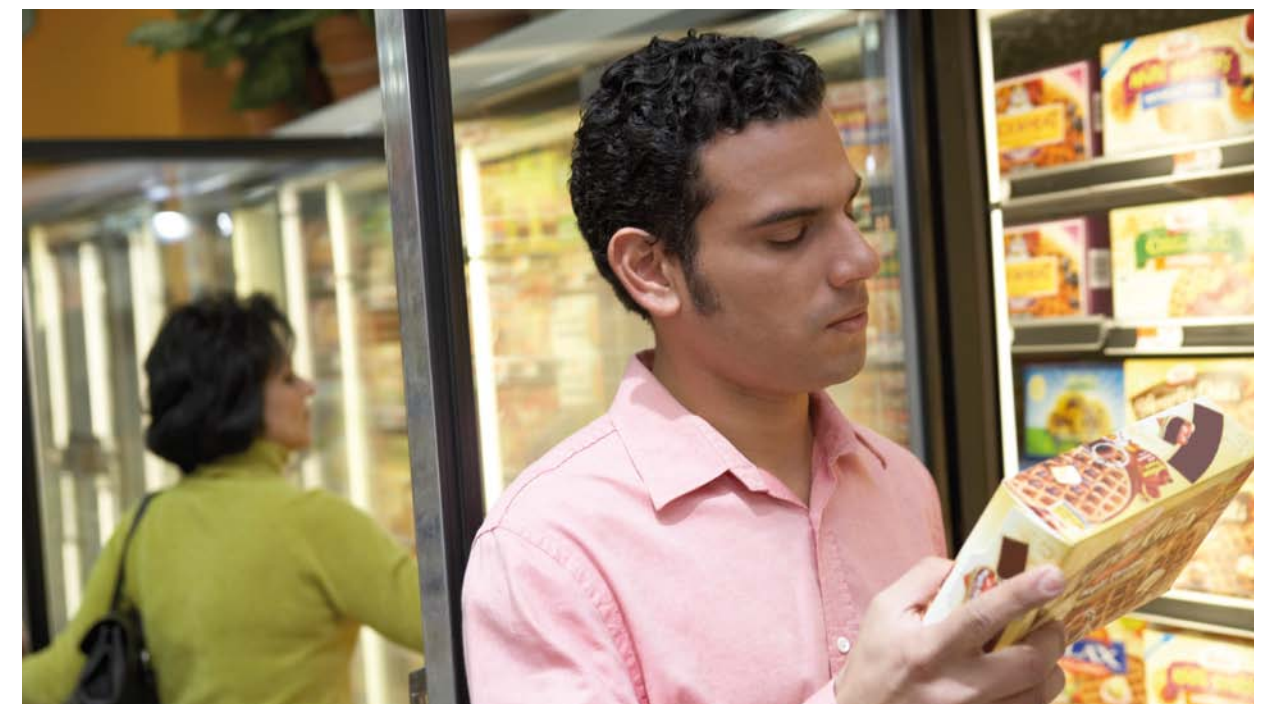
Por su parte, por tipo de mensaje, las composiciones gráficas que más conocen tienen que ver con aquellas que recomiendan leer las instrucciones de los productos cosméticos y las que advierten de que se está ante un producto corrosivo.

Sin embargo, los pictogramas con menor presencia en la mente del consumidor son dos símbolos que informan sobre la gestión energética y forestal eficiente y responsable del producto.

A continuación, se muestra la proporción de personas que conocen los 22 pictogramas seleccionados y agrupados según la clasificación inicial: de seguridad, productos cosméticos, con números y siglas, relacionados con el SIG y con la sostenibilidad del producto.

+ [www.consumer.es](http://www.consumer.es)

El 96% de los entrevistados cree que los pictogramas aportan información útil para el consumidor



**PICTOGRAMAS DE SEGURIDAD**

**PELIGRO PARA LA SALUD**



•¿Qué significa?: El producto contiene sustancias peligrosas porque son corrosivas.  
•¿Cuántos conocen su significado?: Un 71,3% de los encuestados.



•¿Qué significa?: La inhalación y la ingestión o absorción cutánea de producto produce efectos adversos para la salud, incluso en pequeñas dosis.  
•¿Cuántos conocen su significado?: El 60,1% de los encuestados.



•¿Qué significa?: El producto supone un riesgo para la salud, entre otros motivos, por contener elementos cancerígenos o provocar daños en los pulmones.  
•¿Cuántos conocen su significado?: El 57,2% de los encuestados.



•¿Qué significa?: Puede provocar una reacción cutánea alérgica o producir efectos adversos.  
•¿Cuántos conocen su significado?: El 48,7% de los encuestados.

**PELIGRO FÍSICO Y QUÍMICO**



•¿Qué significa?: Producto que puede explotar al contacto con una llama, chispa, bajo el efecto del calor, choques, etc.  
•¿Cuántos conocen su significado?: El 49,7% de los encuestados.



•¿Qué significa?: El de la izquierda advierte de que el producto es inflamable. El de la derecha indica que es un producto que puede provocar o agravar un incendio.  
•¿Cuántos conocen su significado?: El 45,4% de los encuestados.



•¿Qué significa?: El producto contiene gases comprimidos, licuados o disueltos y puede explotar con el calor o producir quemaduras relacionadas con el frío.  
•¿Cuántos conocen su significado?: El 26,5% de los encuestados.

**PELIGRO PARA EL MEDIO AMBIENTE**



•¿Qué significa?: El producto no debe vertirse en las cañerías, suelo o directamente en la naturaleza porque puede ser peligroso para el medio ambiente.  
•¿Cuántos conocen su significado?: El 39,6% de los encuestados.



**PICTOGRAMAS SOBRE EL SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN DE RESIDUOS (SIG)**



•¿Qué significa?: El envase del medicamento, con o sin restos, puede reciclarse porque el producto se encuentra adherido al sistema integrado de gestión de SIGRE.  
•¿Cuántos conocen su significado?: El 68,1% de los encuestados.



•¿Qué significa?: La empresa envasadora del producto está adherida al Sistema Integrado de Gestión de Residuos de Ecoembes o Ecodividio.  
•¿Cuántos conocen su significado?: El 43% de los encuestados.



•¿Qué significa?: El producto eléctrico empaquetado no debe eliminarse junto al resto de residuos urbanos en contenedores convencionales.  
•¿Cuántos conocen su significado?: El 37,8% de los encuestados.

**PICTOGRAMAS CON NÚMEROS Y SIGLAS**



•¿Qué significa?: Las abreviaturas del pictograma se refieren al material o materiales utilizados. El número tiene que ver con las veces que puede reutilizarse un producto.  
•¿Cuántos conocen su significado?: El 35% de los encuestados.

**PICTOGRAMAS SOBRE LA SOSTENIBILIDAD DEL PRODUCTO**



•¿Qué significa?: Indica que el envase o producto es de material reciclado y/o que el producto del envase es reciclable.  
•¿Cuántos conocen su significado?: El 66,5% de los encuestados.



•¿Qué significa?: El producto proviene de una pesca sostenible certificada.  
•¿Cuántos conocen su significado?: El 53% de los encuestados.



•¿Qué significa?: El producto procede de la Agricultura Ecológica.  
•¿Cuántos conocen su significado?: El 46,1% de los encuestados.



•¿Qué significa?: El producto cumple con una serie de criterios para reducir su impacto ambiental a lo largo de su ciclo de vida.  
•¿Cuántos conocen su significado?: El 23,3% de los encuestados.



•¿Qué significa?: El producto está reconocido por ser energéticamente eficiente.  
•¿Cuántos conocen su significado?: El 15% de los encuestados.



•¿Qué significa?: El producto procede de bosques gestionados de forma responsable y está reconocido por el Consejo de Manejo Forestal.  
•¿Cuántos conocen su significado?: El 3,9% de los encuestados.

**PICTOGRAMAS EN PRODUCTOS COSMÉTICOS**



•¿Qué significa?: Es necesario leer las instrucciones antes de utilizar el producto.  
•¿Cuántos conocen su significado?: El 75,7% de los encuestados.



•¿Qué significa?: Indicación de los meses de uso sin riesgo desde la apertura del producto cosmético.  
•¿Cuántos conocen su significado?: El 67,7% de los encuestados.

\*Fuente: Encuesta a 1.020 personas realizada por EROSKI CONSUMER, la Plataforma Envase y Sociedad e Hispacoop para averiguar su grado de conocimiento y sensibilización con respecto a los pictogramas de los envases de los productos de consumo cotidiano. Los pictogramas seleccionados se agruparon en varios grupos: sobre seguridad, productos cosméticos, con números y siglas, relacionados con el SIG y con la sostenibilidad del producto.