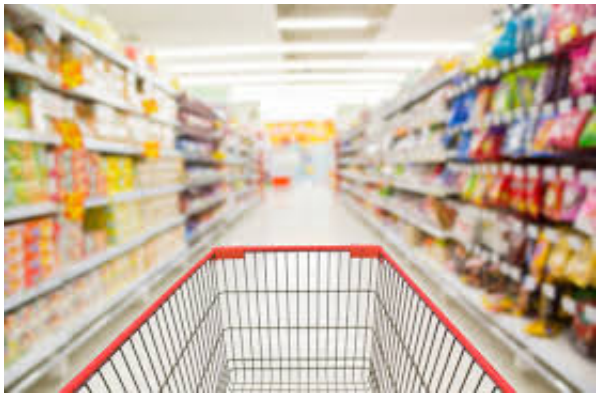
La sostenibilidad, la salud y la conveniencia, tendencias para el consumidor en 2020



Estudio realizado por CUCE, CECU, FUCI, UNAE, CUCE y Mercadona muestra la influencia de los hábitos de compra y consumo de los consumidores españoles durante 2019.

> El objetivo principal de esta encuesta realizada en 17 comunidades autónomas a 3.300 consumidores era conocer los hábitos de consumo de la población en España, para poder así, formar e informar sobre temas de agroalimentación y gran consumo, así como fomentar acciones que protejan al consumidor.

La encuesta ha sido realizada por las Federaciones y confederaciones de asociaciones de consumidores y usuarios **CECU, FUCI, UNAE y CAUCE junto a Mercadona**, cuyo interés en común es el consumidor.

Cuatro han sido las áreas que dividen la encuesta, dos de ellas analizan los hábitos de compra del consumidor, otra de ellas se centra en la información y formación que tiene el consumidor en temas de nutrición y etiquetado y la última examina el conocimiento y la predisponían de los consumidores y usuarios a colaborar en temas importantes como la Responsabilidad social o el desperdicio alimentario.

En cuanto a los hábitos de compra y consumo **el 58% de los encuestados ha cambiado sus hábitos de compra y consumo,** el 24% por cuestiones de salud, el 13% debido a la información recibida y el 42% no ha cambiado ninguno de sus hábitos en cuanto a la compra. El 53% de las edades encuestadas coinciden en que su forma de ir a comprar es andando al supermercado, el lugar más elegido a la hora de hacer la comprar y que está más cercano a su casa. El 86% compra productos frescos al peso.

El segundo bloque analizado en esta encuesta nos indica que el 54% de los compradores considera la compra por internet con los mismos derechos y con productos seguros

y de calidad. Además, los factores que determinan la compra del producto por internet siguen siendo la calidad en un 45% y el precio en un 21%.

Otro factor encuestado es la información que tiene el consumidor del producto. Para el 58% de los encuestados la principal fuente de información para el consumidor es la etiqueta del producto siendo este el orden de los elementos más importantes de la etiqueta: 53% los ingredientes, el 40% la fecha de caducidad y el 3% el origen. El 28% reconoce no saber la diferencia entre Fecha de Consumo Preferente y Fecha de Caducidad.

En cuestión de Responsabilidad Social Corporativa y desperdicio de alimentos **el 95% de la población muestra una gran preocupación por el desperdicio de alimentos** y el 54% considera que la responsabilidad en el desperdicio de alimentos es compartida por toda la sociedad.

La encuesta aporta también que el consumidor es cada vez más respetuoso con el medio ambiente: el 82% separa residuos, el 76% reutiliza bolsas de plástico, el 67% usa bolsas multiusos, el 20% compra a granel y el 16% usa bolsas compostables.

> Los factores que influyen en su decisión de compra son el 31% el origen y el 24% saber cómo se ha producido.

El estudio ha tenido como objetivo conocer los hábitos de consumo de la población en España para poder formar e informar sobre temas de agroalimentación y gran consumo, y paralelamente, fomentar acciones que mejoren su protección.