

La Mesa de Participación, prosigue con la labor de identificar el perfil del consumidor español.

La Mesa de Participación, grupo de trabajo constituido por varias asociaciones de consumidores [CEACCU](#), [FUCI](#), [CECU](#), [UNAE](#) y [UCA/CAUCE](#) y Mercadona, se propone este año, a través de una encuesta de hábitos de consumo, cumplir con su objetivo de conocer en mayor profundidad al consumidor, informarle sobre aspectos relacionados con la agroalimentación, mejorar su protección y conocimiento, así como fomentar un Consumo Responsable y Sostenible



Este proyecto, surge de la inquietud de todos los integrantes por conocer mejor los hábitos de consumo de la población en España y así poder informar sobre temas de agroalimentación, a la vez que se fomentan acciones que permitan mejorar su protección y su conocimiento. Para ello, este grupo se reúne periódicamente con el fin de debatir sobre temas de actualidad, nuevas tendencias y hábitos de consumo, analizando la percepción de los consumidores y usuarios, intercambiando experiencias, ideas y posicionamientos, para beneficio de todos.

Fruto de esta colaboración e intercambio de ideas el pasado año elaboramos un primer estudio denominado en “El nuevo perfil del consumidor”. Un informe que abarcaba la percepción y las necesidades de los consumidores desde el ámbito social, medioambiental, económico, de la salud y formativo-informativo. Tras la positiva experiencia de colaboración y los buenos resultados, este año hemos elaborado una encuesta de Hábitos de Consumo que nos permitirá conocer de una manera más concreta los hábitos, tendencias y necesidades formativas y así poder diseñar herramientas que nos permitan a todos mejorar en nuestro ámbito de actuación.

Esta encuesta, se ha realizado en las 17 CCAA y en las 2 ciudades autonómicas que conforman el Estado español. En total, han sido 2.030 las personas encuestadas, a los que agradecemos desde aquí su inestimable colaboración.

En el análisis de cada una de las 50 preguntas que abarca esta amplia encuesta, se ha tenido en cuenta variables como los integrantes de la unidad familiar, el grupo de edad al que corresponde, incluso el ámbito donde reside.

Asimismo, la encuesta la hemos dividido en 4 áreas, las dos primeras analizan en profundidad los hábitos de compra, la tercera la información y formación que tiene el consumidor en temas de nutrición y etiquetado, y una cuarta área donde se analiza su conocimiento y su predisposición a colaborar en temas tan importantes como la Responsabilidad Social y el Desperdicio de Alimentos.

Como hicimos el año pasado, mensualmente a partir de hoy iremos publicando los resultados de cada una de estas áreas y diseñando acciones que permitan la mejora desde el consumidor hasta todos y cada uno de los eslabones que componen la cadena agroalimentaria.