



Según las conclusiones de la Encuesta Sobre Hábitos de Consumo 2020

## **LOS VALENCIANOS DIVERSIFICAN LA COMPRA UN 20% MÁS QUE EL RESTO DE LOS ESPAÑOLES**

- ✓ Los supermercados y el pequeño comercio son los lugares preferidos por los valencianos para realizar sus compras
- ✓ El 98% de los encuestados es consciente de la importancia de la alimentación para su salud y el 80% afirma tener hábitos saludables

**Valencia, 17 de febrero 2020.-** Los valencianos no han modificado en esencia sus hábitos de compra, pero sí se muestran con criterio a la hora de adaptar sus decisiones a sus necesidades. Tanto es así que el 34,86% diversifica su compra en varios establecimientos, un 20% más que la media nacional y un 29,58% aprovecha más la comida evitando el desperdicio, frente al 25,5% de la media. En 2020, tras la irrupción de la pandemia, el 54% de los encuestados afirma mantener los mismos hábitos de compra y consumo con respecto al año anterior; el 46% dice haberlos modificado y se inclinan por una mayor planificación en el 25% de los casos. Estos son algunos de los datos que se desprenden de las conclusiones de la ***Encuesta Sobre Hábitos de Consumo 2020 de la Mesa de Participación Asociaciones de Consumidores*** (MPAC), realizada en la Comunidad Valenciana, con la colaboración de la asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios (AVACU).

De acuerdo con los datos de este estudio, los valencianos coinciden en muchos puntos con el resto de la población española, pero también llama la atención que el 98% de los encuestados es consciente de la importancia de la alimentación para su salud. Ante esta pregunta, el 80,5% de los usuarios de la Comunidad Valenciana considera que sus hábitos alimenticios son saludables, 13 puntos más que la media nacional y se aprecia una leve mejoría en los hábitos alimenticios. Comen a diario fruta un 83%; lácteos un 76% y verdura un 68%, porcentajes por encima de la media nacional en verdura (58%) y fruta (78%). **Se consolida la preferencia por los productos frescos** y un 86% los compra a granel, eligiendo ellos mismos el producto.

### **Confianza en el comercio online**

De acuerdo con los datos de la ***Encuesta de la MPAC***, el 74% de los participantes de la Comunidad Valenciana **asegura confiar en el comercio online, por encima del 64% de la media nacional**, pero persiste su desconocimiento en un 15% frente al 25% en el resto del territorio. El 72% de los encuestados valora positivamente la compra de productos a través de internet, aunque todavía queda un 19% que desconfía ante este sistema de venta porque prefiere ver lo que compra. En este aspecto, lo que más valoran a la hora de inclinarse por comprar vía online es la comodidad con un 68%, seguido de las ofertas en un 17,5%, en consonancia con el resto de España.



### **Apuestan por supermercados y pequeño comercio**

Los valencianos eligen los supermercados como los establecimientos preferidos para hacer la compra, formato que conserva su predominio como lugar habitual de compra (80% frente al 64% nacional) seguido del pequeño comercio con un 10%. Los valencianos priman la cercanía por encima de cualquier otro factor a la hora de decantarse por uno u otro establecimiento, con el 64% frente al 51% de la media nacional; seguido muy de cerca por la calidad (63% frente al 56% nacional) y el precio con un 44,5%. A la hora de elegir un producto de alimentación y gran consumo, el factor predominante para los valencianos es la calidad (49%), seguido de las preferencias personales (37%), y muy de lejos el precio (9%).

### **Las etiquetas como fuentes de información**

Como sucede en el resto de comunidades, la principal fuente de información para el consumidor valenciano sigue siendo la etiqueta del producto (59% frente al 53% nacional) aunque ven la necesidad de mejorar su diseño y contenido. El 31% cree que están poco visibles; el 21% que son confusas y al 10% su información le parece irrelevante. En cuanto a las indicaciones que les parecen más importantes en los productos alimenticios, al 73% le interesa la composición/ingredientes del producto frente al 58% del cómputo nacional; la fecha de caducidad importa al 64% y el lugar de origen al 44%. Lo que también se ha observado en la **Encuesta de la MPAC** es que el 87% de los valencianos encuestados **distingue perfectamente entre fecha de caducidad y fecha de consumo preferente**, casi 10 puntos por encima de la media nacional.

### **Respetuosos con el medio ambiente**

El fenómeno del desperdicio alimentario se mantiene a lo largo de los años como una preocupación constante de la población. El 91% está concienciado, lo considera importante e intenta evitarlo, mientras que un 4% cree que es necesario tomar medidas, pero no hace nada para remediarlo. En cuanto a los hábitos que practican los valencianos para evitar el desperdicio de alimentos está la planificación de las compras (39,3%), reutilización de los alimentos (30%) y ajustar la cantidad de las raciones (27%).

### **Sobre la MPAC**

La Mesa de Participación (MPAC) es un foro de debate y grupo de trabajo formado por las Confederaciones y Federaciones de asociaciones de consumidores y usuarios CECU (representada por AVACU en la Comunidad Valenciana), FUCI, UNAE y CAUCE junto con Mercadona. Fundada en 2014, la MPAC se reúne periódicamente con el fin de debatir sobre temas de actualidad, nuevas tendencias y hábitos de consumo y con el objetivo de proponer soluciones conjuntas en el ámbito del consumo y de establecer lazos de unión entre la administración, los consumidores y el ámbito empresarial.