

DÍA MUNDIAL DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

Los hábitos de compra cambian con la crisis

Ceaccu realiza una encuesta entre un millar de familias

D.A.

HUESCA.- Ceaccu, organización a la que pertenece Feaccu-Huesca, ha publicado los resultados de un estudio donde se analiza cómo han modificado la crisis económica y la caída de la renta, los hábitos de consumo alimentario.

Este informe se enmarca dentro de las actividades conmemorativas del Día Mundial del Consumidor y con el debate de fondo de una posible subida del IVA de los alimentos.

El estudio, realizado a partir de una encuesta a casi mil familias representativas, trata de conocer los cambios en los hábitos de compra y consumo de alimentos y analizar cómo repercute el debate de los desperdicios alimentarios en los derechos a los consumidores.

Además, se evalúa su grado de información, para llegar a determinar las repercusiones de falsos mitos, últimamente muy difundidos, como la posibilidad de ampliar la fecha de caducidad de los alimentos (algo que no es posible) o que no tiene importancia consumir un alimento caducado (cuando realmente puede ser muy peligroso).



Estas son sus principales conclusiones:

☐ La crisis económica y la caída en la renta de la mayoría de los españoles (desde 2007, la renta disponible ha caído un 12 % y sólo el año pasado la bajada fue del 4,5 %) han modificado sustancialmente sus hábitos respecto a su consumo alimentario. El 61 % de los consumidores han modificado sus hábitos de compra para racionalizar o reducir el consumo y gasto en alimentos: Uno de cada tres reconocen que ahora "buscan más ofertas", el 23 % que "aprovecha" más la comida y el 9 % afirma que directamente "ha reducido" el gasto en alimentación.

☐ En cuanto al formato de las compras, éstas también se han vuelto más racionales: prima la compra en mercado de abasto o supermercado pequeño (68 %) frente a la gran superficie (8 %), y la compra al peso (73 % y 82 % según sean carnes/pescados o fruta) frente a la compra en "bandejas".

☐ Estos resultados, coherentes con la precaria situación económica, ayudan a explicar por qué



Los consumidores han modificado sus hábitos de compra. S.E.

los consumidores, mayoritariamente, no tiran comida. El 71 % de los encuestados afirma: "hago la compra justa. No tiro comida".

☐ En caso de quedar restos de la comida que se cocina, la mayoría de los consumidores (el 83 %) los reutiliza; un 50 % los conserva para consumirlos otro día y un 33 % prepara nuevos platos con las sobras.

☐ Sobre los restos de alimentos que en ocasiones tiene que desechar el consumidor, un 42 % afirma que "con frecuencia" ha tenido que tirar producto porque se ha estropeado antes de la fecha razonable de consumo. El mismo porcentaje asegura no haber podido aprovechar todo el producto porque en el envase quedan restos difíciles de aprovechar o por exceder la cantidad adecuada a las necesidades del consumidor.

☐ En contraste con la mayoría de las informaciones que se vienen difundiendo sobre desperdicios alimentarios que centran su

incidencia en el hogar, los consumidores piensan que el mayor volumen de desperdicios se produce en los establecimientos de venta (44 %) y en la restauración (39 %).

☐ En cuanto a la causa principal de la cantidad de desperdicios que se tiran al año en España, casi la mitad de los consumidores encuestados (el 49 %) consideran que "los puntos de venta tiran productos, al pasar la fecha de consumo".

☐ Respecto al impacto de las campañas sobre desperdicios en los derechos del consumidor, los encuestados consideran que mensajes como "no pasa nada por tomar un alimento pasado de fecha" "pueden llevar a confundir" y que "existe el riesgo de que se consuman por error alimentos caducados".

☐ Un dato más que preocupante: uno de cada tres consumidores dice usar "si no han pasado muchos días" los alimentos que han sobrepasado la fecha de caducidad, cuando deberían desecharse porque al caducar (algo distinto de "consumo preferente") han dejado de ser seguros.

☐ Aunque prácticamente todos los consumidores (el 92 %) consulta la fecha marcada en los alimentos, existen importantes carencias a la hora de distinguir fecha de caducidad y consumo preferente. Un 39 % no sabe que después de la fecha de caducidad el producto deja de ser seguro y no debemos consumirlo.

☐ Menos confusión hay sobre "consumo preferente" (nada más que un 9 % marca la respuesta incorrecta). Sin embargo, sólo una cuarta parte de los consultados es consciente de que, aunque no haya riesgo en consumir los productos que superen esta fecha, sí hay pérdida de calidad.



Defender al consumidor vulnerable, una prioridad

D.A.

HUESCA.- Feaccu Huesca tiene como tarea "proteger y defender al consumidor aplicando los derechos que se tienen". Para ello, desde la federación

se desarrollan diferentes líneas de trabajo, entre ellas las destinadas a los consumidores más vulnerables.

Trinidad Valdovinos, presidenta de esta federación, destacó a este periódico que en estos momentos están muy pendientes de los consumidores que se puedan encontrar en situación de inferioridad, subordinación e indefensión. "En ese derecho se recoge todo lo que hace referencia a niños y ancianos, y también a personas con discapacidad".

Destinado a estos colectivos, Feaccu Huesca está impartiendo charlas "sobre la seguridad de los productos, cláusulas abusivas con el tema de banca...", todo ese tipo de cuestiones en las que el consumidor es "engañado" porque no tiene los conocimientos o la formación suficiente. El consumidor tiene sus derechos y como asociaciones debemos de estar allí y proteger a estas personas más vulnerables".

Desde el verano trabajan con Atades Huesca y Aspace, "porque también son consumidores", y con Cruz Blanca han colaborado en el tema "de formación de cara al economato". "Estamos en contacto con organizaciones en las que puede haber estos consumidores, pero sin dejar de lado al resto de colectivos".

Consumidor, INFÓRMATE:
LA INFORMACIÓN ES LA MEJOR DEFENSA
Asesoría gratuita de consumo:
Martes y Jueves de 17.00 h. a 20.00 h

15 de marzo Día Mundial del Consumidor
C/ Barbastro 3, bajos 22002 Huesca Telf. 974 24 01 10



Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Huesca
www.feaccu.org

Colabora:



Departamento de Sanidad, Bienestar Social y Familia