

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario

MONOGRÁFICOS
Alimentos Caducados
(Distribuidores y Consumidores)

- ESTA INVESTIGACIÓN HA SIDO REALIZADA POR EL **INSTITUTO CERDÁ** PARA EL **MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE**

DERECHO DE USO: TODOS LOS DERECHOS QUEDAN RESERVADOS. LAS FOTOGRAFÍAS, DISEÑOS, TEXTOS Y DEMÁS MEDIOS QUE COMPONEN EL PRESENTE DOCUMENTO SON PROPIEDAD DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE Y NO PODRÁN SER OBJETO DE REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL, TRATAMIENTO INFORMÁTICO NI TRANSMISIÓN DE NINGUNA FORMA O POR CUALQUIER MEDIO, YA SEA ELECTRÓNICO, MECÁNICO, POR FOTOCOPIA, REGISTRO O CUALQUIER OTRO. ASIMISMO TAMPOCO PODRÁ SER OBJETO DE CUALQUIER FORMA DE CESIÓN DE USO SIN EL PERMISO PREVIO Y POR ESCRITO DEL TITULAR DEL COPYRIGHT.

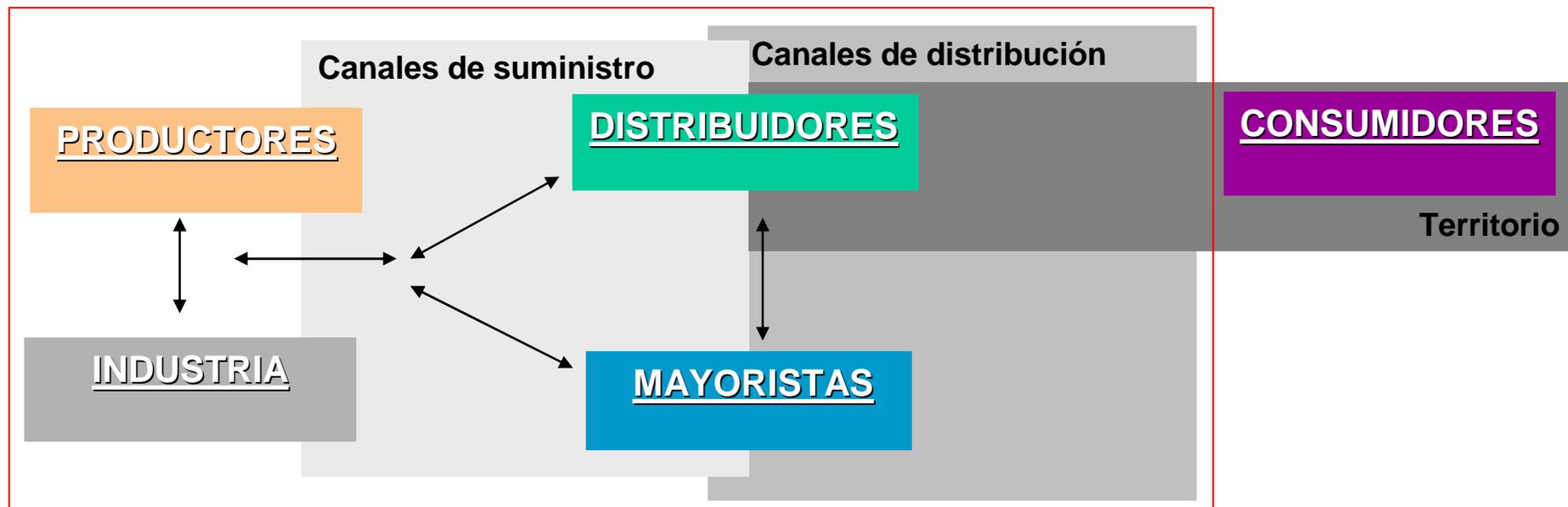
- **Objetivos..... 4**
- **Agentes Entrevistados 5**
- **Ficha Técnica 8**
- **Resultados Monográfico 1^{er} Trimestre 2012..... 12**
 - Monográfico Alimentos Caducados (Distribuidores) 13
 - Conclusiones..... 14
 - Resultados 16
 - Monográfico Alimentos Caducados (Consumidores) 25
 - Ficha Técnica 27
 - Conclusiones..... 29
 - Resultados 33

- EL BARÓMETRO DEL CLIMA DE CONFIANZA AGROLIMENTARIO ES UNA ESTADÍSTICA OFICIAL PERTENECIENTE AL PLAN ESTADÍSTICO NACIONAL, QUE SE LLEVA REALIZANDO DESDE EL AÑO 2004. A PARTIR DE ENTREVISTAS A TODOS LOS AGENTES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO (PRODUCTORES, INDUSTRIAS, MAYORISTAS, DISTRIBUIDORES Y CONSUMIDORES) SE OBTIENE UN ÍNDICE DE CONFIANZA, UN INFORME SOBRE ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO Y MONOGRÁFICOS DE INTERÉS, TODO ELLO CON UNA PERIODICIDAD TRIMESTRAL.

AGENTES ENTREVISTADOS

- Se entrevista a los principales participantes en el proceso de la comercialización agroalimentaria: Productores, Industria, Mayoristas, Distribuidores y Consumidores.

Estructura general del sistema agroalimentario español



- En el presente informe se muestran los resultados de los agentes que componen el canal de suministro y distribución.

AGENTES ENTREVISTADOS

- Para cada tipología de agente se seleccionan los siguientes subsectores o tipologías de establecimientos.

PRODUCTORES	INDUSTRIA	MAYORISTAS	DISTRIBUIDORES
<ul style="list-style-type: none">• Hortalizas• Frutas• Cítricos• Grasas y aceites• Vitivinícola• Porcino• Aves + huevos• Resto cárnico• Lácteo• Pesca marítima• Acuicultura• Cereales	<ul style="list-style-type: none">• Cárnico• Pesca• Aceite• Lácteo• Hortofrutícola• Vitivinícola• Otros<ul style="list-style-type: none">• Pan y galletas• Azúcar• Chocolate• Bebidas no alcoh.	<ul style="list-style-type: none">• Cárnico• Pesca• Hortofrutícola	<ul style="list-style-type: none">• Tienda tradicional• Mercados• Auto/superservicio• Tienda descuento• Super 400-999 m2• Super 100-2499 m2• Hipermercado

AGENTES ENTREVISTADOS

- Por cada tipología de agente se han realizado las siguientes entrevistas:

• Número de entrevistas por trimestre = 4.200



DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

DISTRIBUIDORES

- La muestra se distribuye en siete tipologías de establecimientos. La distribución se realiza a razón de 100 entrevistas por canal de compra, con la excepción de:
 - Supermercados de más de 1.000 m² e Hipermercados, que al tener un universo más reducido, tienen una muestra conjunta de 100 entrevistas.
 - Tiendas tradicionales en las que se realiza el doble de entrevistas, 200, que a su vez se distribuyen según número de asalariados.

<i>Subsectores</i>	<i>Nº de entrevistas</i>
Tienda tradicional	200
Sin asalariados	120
De 1 a 9 asalariados	80
Mercados de abastos	100
Tiendas de descuento	100
Auto/superservicios (<400 m²)	100
Supermercados (400-999 m²)	100
Supermercados (1,000-2499 m²)	60
Hipermercados	40

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

VENTA ORGANIZADA

TIENDA TRADICIONAL

Distribución por ola	TIENDA Tradicional	Sin Asalariados	1-9 Asalariados
Andalucía	40	27	13
Aragón	6	4	2
Asturias (Principado de)	4	2	2
Baleares (Illes)	4	2	2
Canarias	6	3	3
Cantabria	2	1	1
Castilla y León	12	8	4
Castilla-La Mancha	9	6	3
Cataluña	33	16	17
Comunidad Valenciana	21	12	9
Extremadura	5	4	1
Galicia	12	8	4
Madrid (Comunidad de)	22	12	10
Murcia (Región de)	5	3	2
Navarra (C. Foral de)	3	2	1
País Vasco	13	8	5
Rioja (La)	2	1	1
Ceuta y Melilla	1	1	0
TOTAL Trimestral por Ola	200	120	80

DISTRIBUIDORES

Distribución trimestral	HIPERMERCADOS	Supermercados 1000-2499 m2	Supermercados 400-999 m2	Supermercados hasta 399 m2	Tiendas descuento
Andalucía	7	11	19	19	17
Aragón	1	2	3	3	5
Asturias (Principado de)	2	2	3	3	3
Illes Balears	1	2	3	3	0
Canarias	1	3	4	4	0
Cantabria	1	1	1	1	1
Castilla y León	3	3	6	6	8
Castilla-La Mancha	2	3	5	5	4
Cataluña	3	11	19	19	21
Comunidad Valenciana	4	6	10	10	8
Extremadura	1	2	3	3	3
Galicia	2	4	6	6	7
Madrid (Comunidad de)	6	4	8	8	14
Murcia (Región de)	1	2	3	3	2
Navarra (Comunidad Foral de)	1	1	1	1	2
País Vasco	3	2	4	4	3
Rioja (La)	0	0	1	1	1
Ceuta y Melilla	1	1	1	1	1
TOTAL por Ola	40	60	100	100	100

MERCADOS

DISTRIBUCIÓN FINAL	Total Trimestral
Madrid	33
Barcelona	25
Sevilla	8
Valencia	12
Zaragoza	2
Vigo	4
Bilbao	6
Málaga	10
TOTAL	100

ERROR MUESTRAL

- La tabla adjunta muestra los errores muestrales, por trimestre, de las diferentes muestras del barómetro.
- Los errores que se muestran son los errores muestrales máximos, con un 95,5% de confianza y en las condiciones estadísticas habituales de $p=q=50$.

AGENTES	Nº entrevistas	Error trimestral
Productores	1.050	3,1
Industrias	800	3,5
Mayoristas	150	8,1
Distribuidores	700	3,8

TRABAJO DE CAMPO

- La persona entrevistada ha sido seleccionada por su condición de:
 - Productores – Industria: Gerente, Propietario, Responsable de departamento (marketing, institucional, etc.).
 - Distribuidores:
 - Para grandes superficies: jefes de sección, de Producto, de Compra, Director de Hipermercado.
 - Para medianas superficies: Responsables de Compras, Gerente del establecimiento o similar.
 - Para pequeñas y medianas superficies: Propietario, Gerente o similar.
- El trabajo de campo se realizó entre los días 19 de enero y el 27 de marzo de 2012.
- La revisión, depuración, supervisión y tabulación de los cuestionarios se efectuó entre los días 20 de enero y el 29 de marzo de 2012.

Resultados
Monográfico Distribuidores
1^{er} Trimestre 2012

Monográfico Alimentos Caducados

CONCLUSIONES

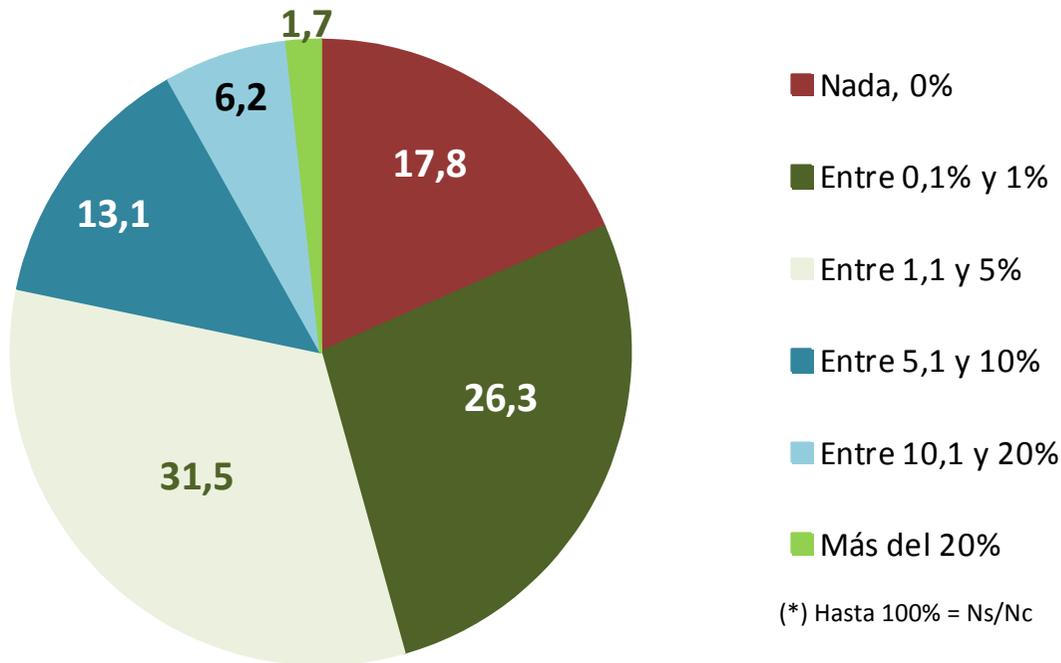
CONCLUSIONES ALIMENTOS CADUCADOS - Distribuidores

- El **82,2%** de los **distribuidores tiene que retirar de sus estanterías productos por fechas de caducidad**, el 17,8% restante no.
- Entre los distribuidores que retiran productos por fechas de caducidad, el **porcentaje medio de productos** que tienen que retirar es de **5,6%**.
- Para evitar tirar los alimentos caducados, las principales medidas que tienen implementadas los distribuidores son:
 - Control informático del stock (40,6%).
 - Devolución al fabricante (24,2%)
 - Sustitución del fabricante por otros en buen estado (22,9%).
- El **20,5%** de los distribuidores acostumbra a **entregar a algún banco de alimentos o a alguna ONG** estos alimentos caducados mientras que el 79,5% restante no tiene esta costumbre.
- De cara a evitar que los alimentos caduquen en las estanterías, el **87,0%** de los distribuidores **revisa personalmente** las **estanterías** y un 27,7% tiene controles informáticos.
- Según el **78,5%** de los distribuidores, las **fechas de caducidad/consumo preferente las pone el fabricante** y en un 21,2% de los casos, dependiendo del producto, unas fechas las pone el fabricante y otras las pone el distribuidor (productos de Marca Propia).
- El **51,7%** de los distribuidores entrevistados **vende** en su establecimiento **productos frescos embarquetados**. Entre éstos un 23,6% envasan ellos el producto y, para fijar las fechas de caducidad, se guían por lo que establece la Ley teniendo en cuenta la tipología de producto.
- A un 38,2% de los distribuidores les realizan **controles sobre la Seguridad e Higiene** de los alimentos mensualmente o cada menos tiempo, a un 20,5% cada 2 meses, a un 12,5% cada 3 meses y al 25,5% restante con una frecuencia mayor de 3 meses. Un 1,5% de los distribuidores manifiesta que nunca le han realizado este tipo de controles.

RESULTADOS

Sobre el total de alimentos que vende en su establecimiento ¿qué porcentaje tiene que retirar por fechas de caducidad?

%



BASE = 700

MEDIA = 4,5%*

▪ Incluye los distribuidores que afirman no tirar nada.

(*) Hasta 100% = Ns/Nc

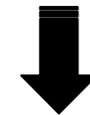
El 78,8% de los distribuidores entrevistados retira productos por fechas de caducidad

78,8%



MEDIA = 5,6%*

▪ Excluye los distribuidores que afirman no tirar nada.



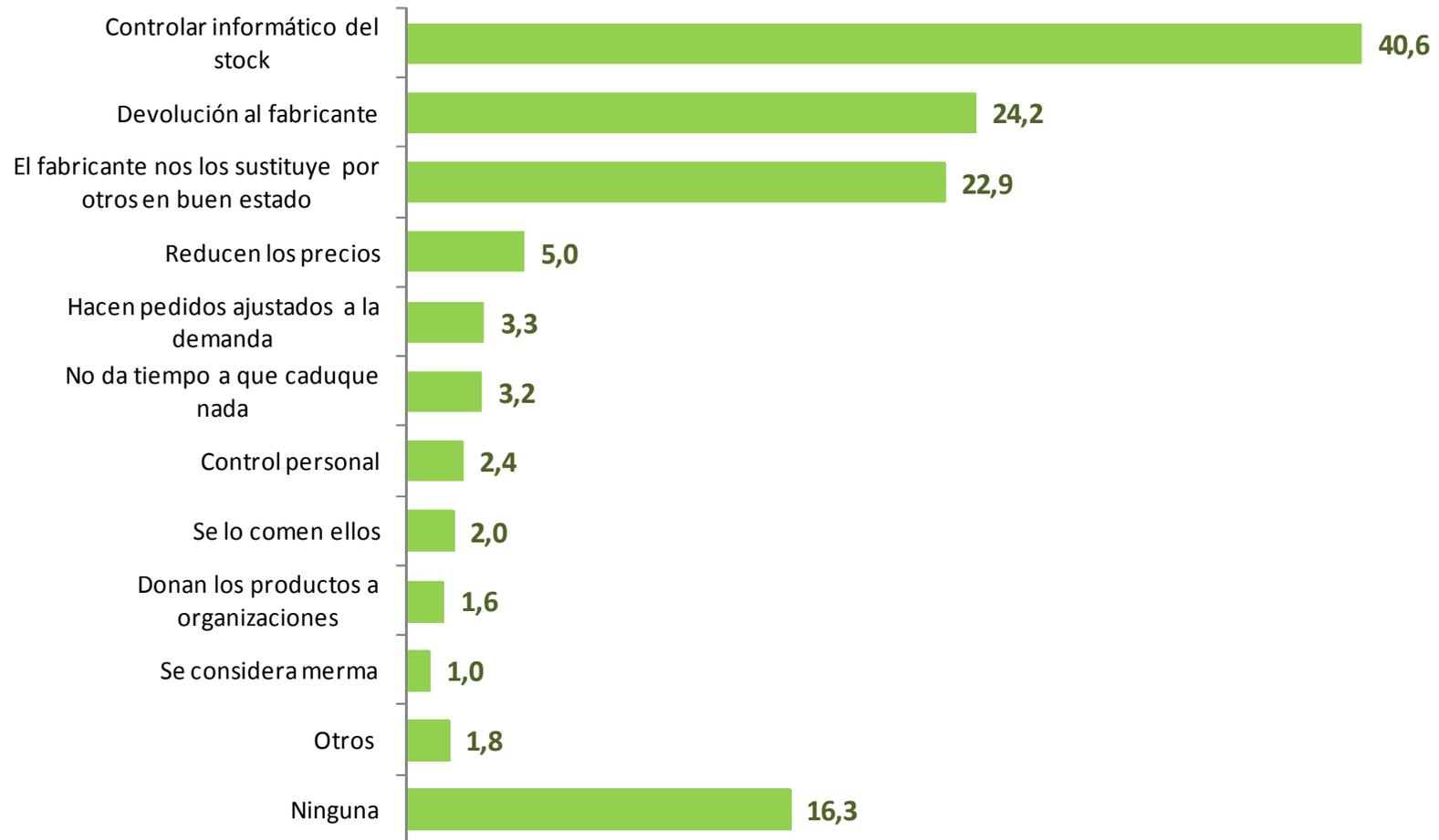
▪ En los hiper aumenta a 9,56%

▪ En las Tiendas Descuento disminuye a 4,35%

¿Qué medidas tienen implementadas para evitar tirar estos alimentos caducados?

%

(*) Espontánea. Respuesta múltiple

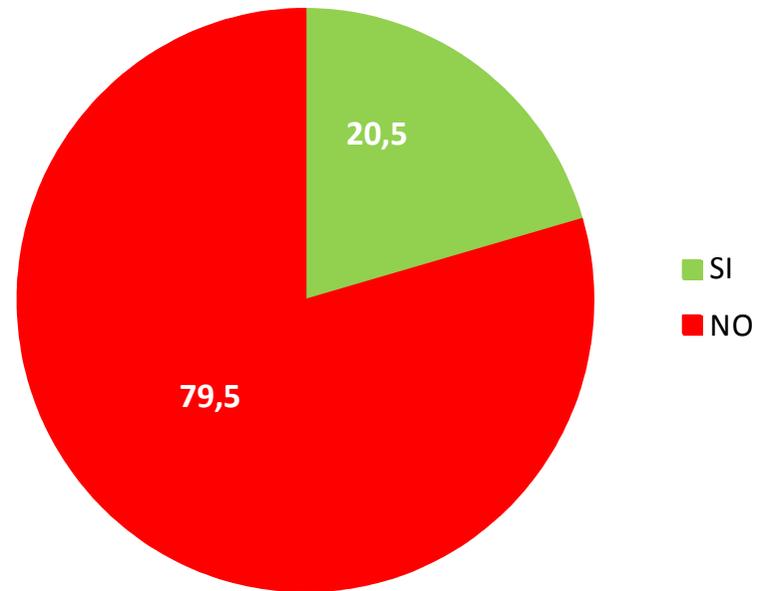


BASE = 700

¿Acostumbran a entregar a algún banco de alimentos o a alguna ONG estos alimentos caducados?

%

(*) Respuesta única



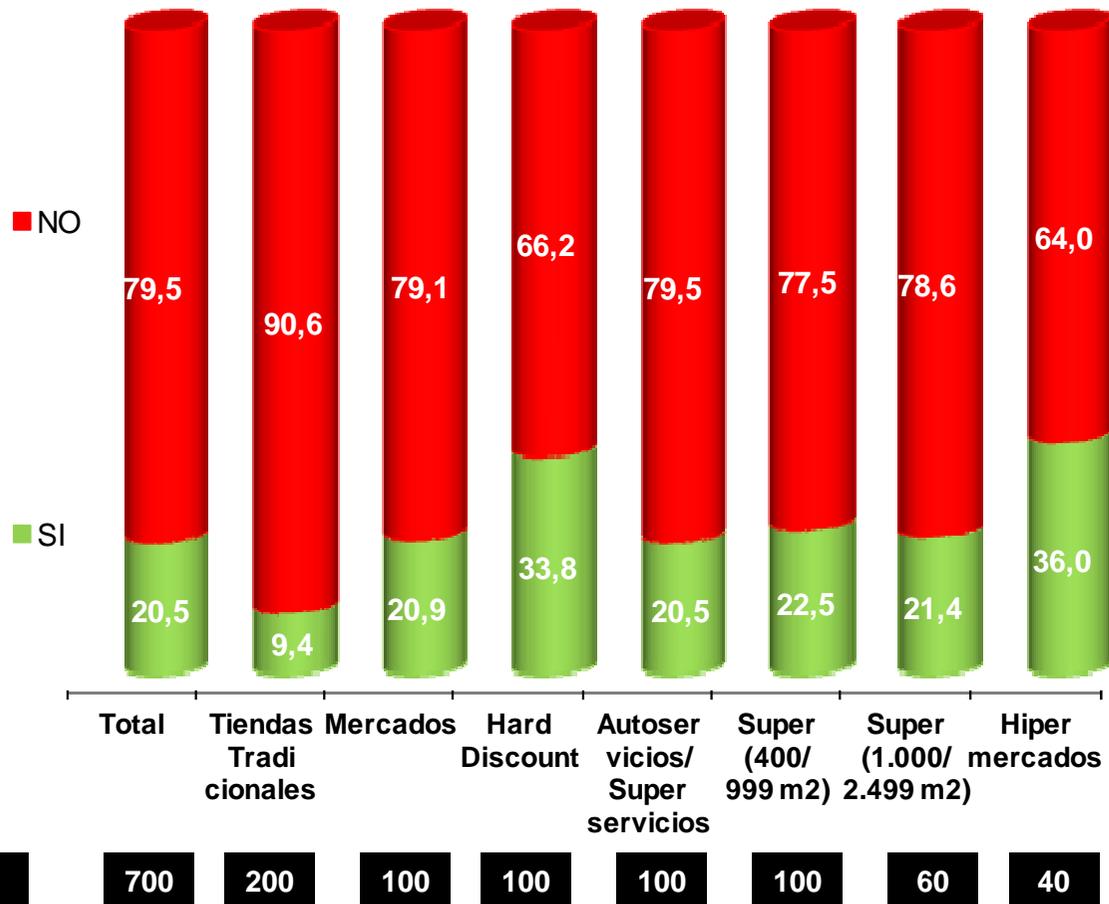
BASE = 700

¿Acostumbran a entregar a algún banco de alimentos o a alguna ONG estos alimentos caducados?

%

(*) Respuesta única

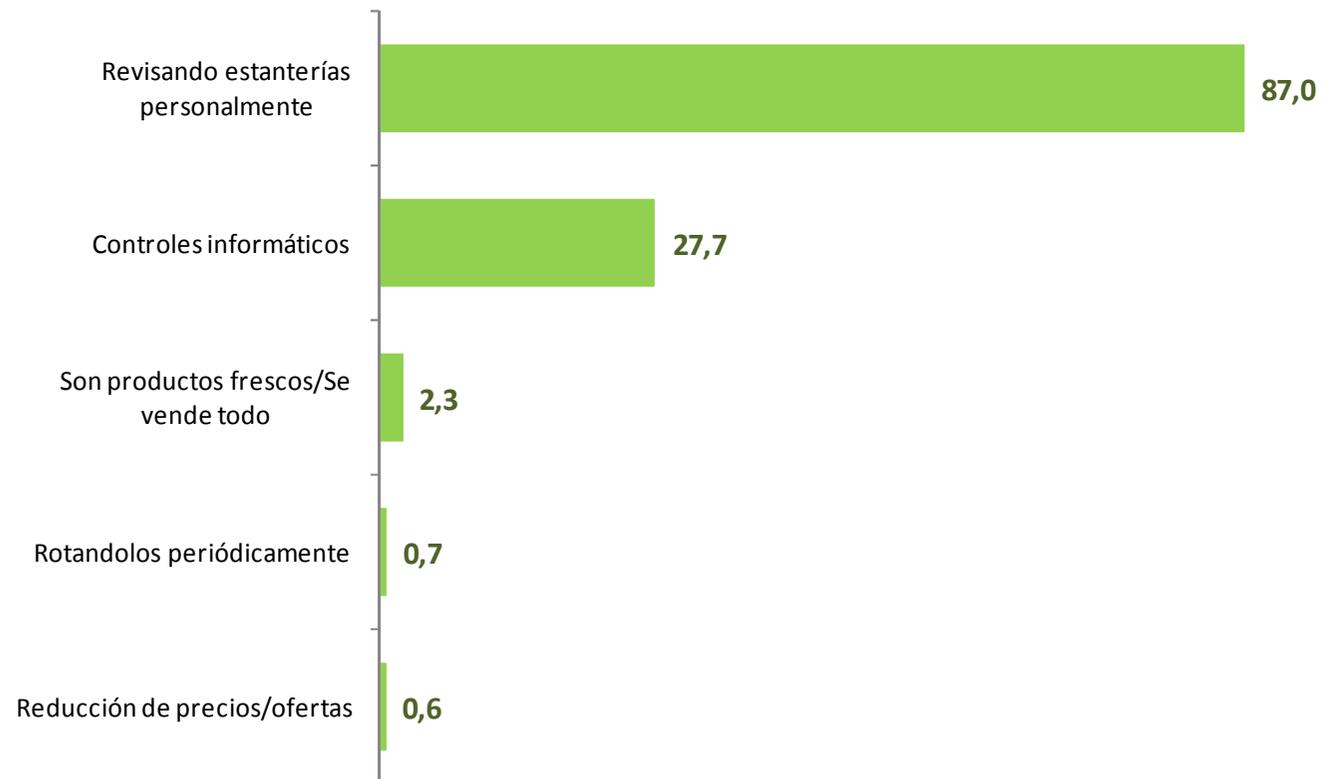
Resultados según tipología de establecimiento



¿Cómo gestionan sus stocks y sus categorías para evitar que los alimentos caduquen en las estanterías?

%

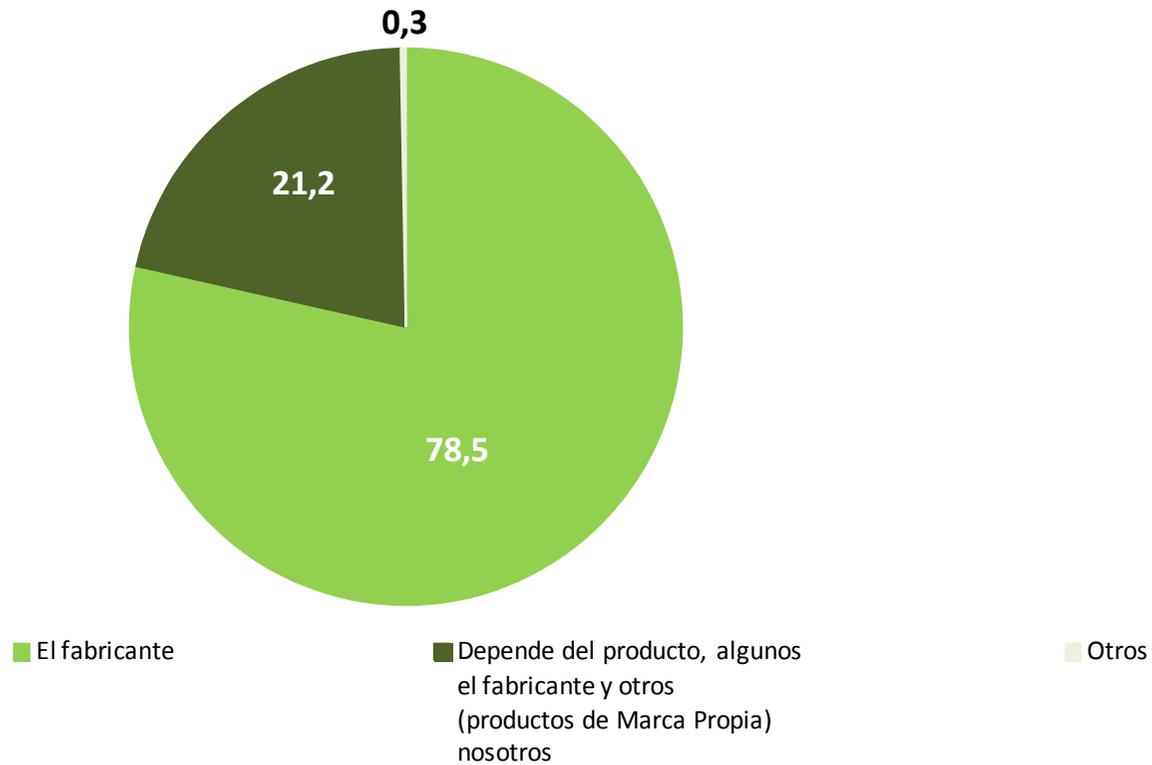
(*) Espontánea. Respuesta múltiple



BASE = 700

¿Quién pone las fechas de caducidad/consumo preferente? (*) Respuesta única

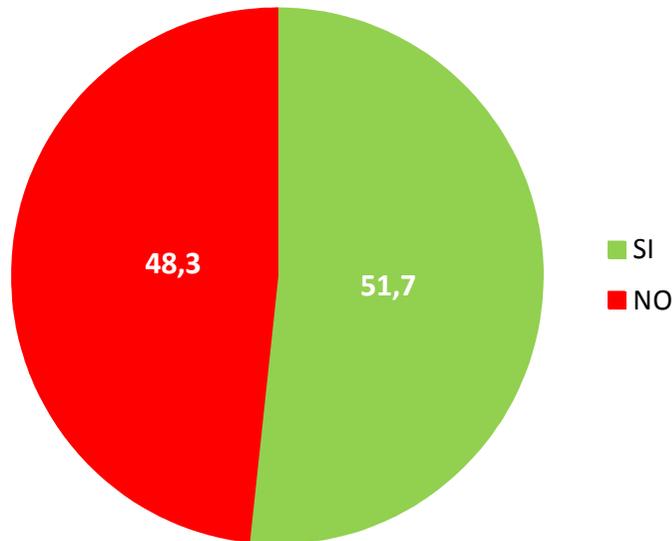
%



BASE = 700

¿En su establecimiento se venden productos frescos embarquetados?

(*) Respuesta única



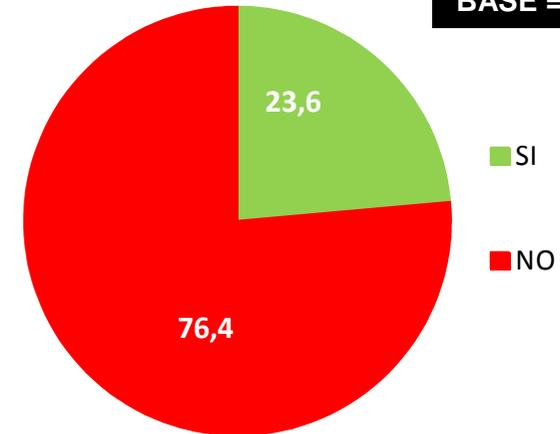
BASE = 700

%

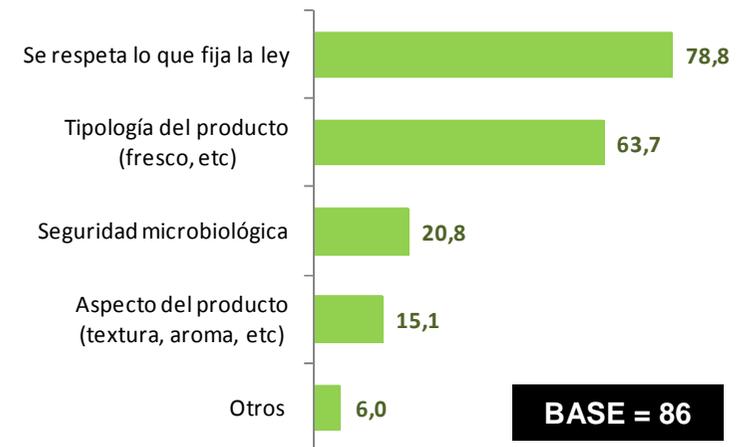
¿Los envasan Uds?

(*) Respuesta única

BASE = 362



¿Qué criterios siguen para fijar las fechas de caducidad o consumo preferente?

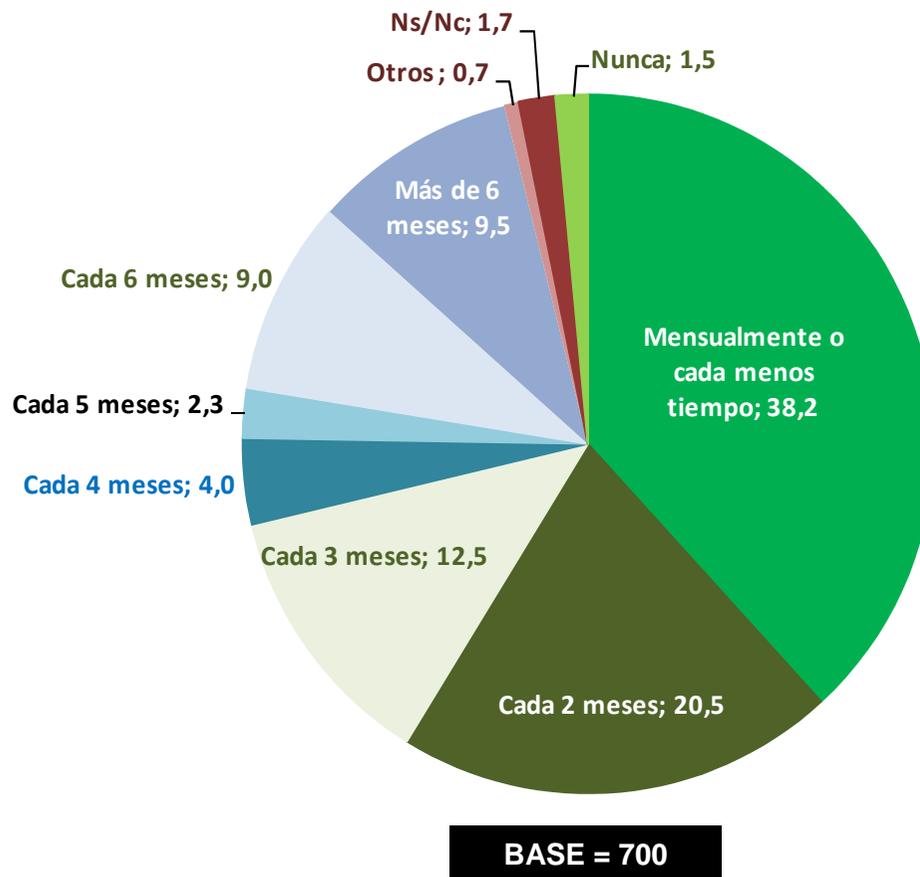


BASE = 86

¿Cada cuánto tiempo les realizan controles sobre la Seguridad e Higiene de los alimentos?

(*) Respuesta única

%



Resultados
Monográfico Consumidores
2º Trimestre 2012

Monográfico Alimentos Caducados

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

CONSUMIDORES

- La muestra se distribuye proporcionalmente teniendo en cuenta la población existente en cada hábitat y Comunidad Autónoma.
- Las Comunidades de La Rioja, Cantabria y Navarra se sobre-representan asegurando un mínimo de 30 entrevistas por Comunidad.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	PROVINCIA	De 0 a 10.000	De 10.001 a 50.000	50.001 a 100.000	Más de 100.000	TOTAL
ANDALUCÍA	ALMERÍA	5	5	5	6	21
	CADIZ	3	10	13	14	40
	CORDOBA	7	8	0	11	26
	GRANADA	10	10	2	8	30
	HUELVA	5	7	0	5	17
	JAEN	8	8	2	4	22
	MALAGA	6	9	13	22	50
	SEVILLA	10	20	4	26	60
Total		54	77	39	96	266
ARAGON	HUESCA	3	2	2	0	7
	TERUEL	3	2	0	0	5
	ZARAGOZA	7	2	0	22	31
Total		13	6	2	22	43
ASTURIAS	ASTURIAS	5	10	4	16	35
Total		5	10	4	16	35
BALLEAR ILLES	BALLEAR ILLES	6	14	2	13	35
Total		6	14	2	13	35
ISLAS CANARIAS	NAVARRA	9	5	0	6	20
Total		9	5	0	6	20
CANTABRIA	NAVARRA	9	5	0	6	20
Total		9	5	0	6	20
CASTILLA LA MANCHA	ALICANTE	8	22	10	21	61
	CASTELLÓ	5	7	2	6	20
	VALENCIA	15	32	9	26	82
Total		28	61	21	53	163
CANTARIA	LAS PALMAS	2	12	6	15	35
	STA CRUZ DE TENERIFE	5	13	2	12	32
Total		7	25	8	28	68
CANTABRIA	CANTABRIA	6	5	2	6	19
Total		6	5	2	6	19
CASTILLA Y LEÓN	AVILA	4	0	2	0	6
	BURGOS	4	2	0	6	12
	LEON	7	3	2	4	16
	PALENCIA	3	0	3	0	6
	SALAMANCA	5	1	0	5	11
	SEGOVIA	3	0	2	0	5
	SORIA	2	1	0	0	3
	VALLADOLID	5	2	0	10	17
	ZAMORA	4	1	2	0	7
Total		37	10	11	25	83

COMUNIDAD AUTÓNOMA	PROVINCIA	De 0 a 10.000	De 10.001 a 50.000	50.001 a 100.000	Más de 100.000	TOTAL
CASTILLA LA MANCHA	ALBACETE	4	4	0	5	13
	CIUDAD REAL	6	7	4	0	17
	CUENCA	5	1	2	0	8
	GUADALAJAR	4	2	3	0	9
	TOLEDO	11	4	5	0	20
Total		30	18	14	5	67
CATALUÑA	BARCELONA	20	41	26	89	176
	GIRONA	9	12	3	0	24
	LLEIDA	8	2	0	4	14
	TARRAGONA	8	10	0	8	26
Total		45	65	29	101	240
EXTREMADURA	BADAJOS	10	5	2	5	22
	CACERES	7	3	3	0	13
Total		17	8	5	5	35
GALICIA	CORUÑA	11	13	5	8	37
	LUGO	6	2	3	0	11
	OURENSE	6	2	0	3	11
	PONTEVEDRA	5	13	3	10	31
Total		28	30	11	21	90
LA RIOJA	LA RIOJA	4	2	0	4	10
Total		4	2	0	4	10
MADRID	MADRID	12	19	22	152	205
Total		12	19	22	152	205
MURCIA	MURCIA	2	18	5	21	46
Total		2	18	5	21	46
PAIS VASCO	ALAVA	2	0	0	8	10
	GUIPÚZCOA	5	10	2	6	23
	VIZCAYA	7	13	6	11	37
Total		14	23	8	25	70
CEUTA Y MELILLA	CEUTA	0	0	3	0	3
	MELILLA	0	0	2	0	2
Total		0	0	5	0	5
Total General		317	396	188	599	1500

TRABAJO DE CAMPO

- Se han realizado **1.500** entrevistas telefónicas a **consumidores**.
- La persona entrevistada ha sido seleccionada por su condición de responsable de realizar la compra de productos alimenticios en el hogar.
- El margen de error máximo, para datos globales, para las **1.500** entrevistas, en las condiciones estadísticas convencionales $p=q=50$ y un nivel de confianza del 95,5% es de $\pm 2,6\%$.
- El trabajo de campo se realizó entre los días 7 de mayo y 27 de junio de 2012
- La revisión, depuración, supervisión y tabulación de los cuestionarios se efectuó entre los días 9 de mayo y 28 de junio de 2012.
- Las entrevistas se han realizado por entrevistadores especializados en la técnica de entrevista telefónica en hogares.

CONCLUSIONES

ALIMENTOS CADUCADOS

- El 85,5% de los españoles consulta siempre la fecha de caducidad de los productos de alimentación, un 12,3% la consulta a veces y un 2,2% no la mira nunca. Aunque los resultados son bastante homogéneos, los mayores de 55 años consultan las fechas de caducidad con menor frecuencia que el resto. Por hábitat, en las poblaciones que tienen entre 50.000 y 100.000 habitantes disminuye respecto a la media el porcentaje de consumidores que consulta siempre la fecha de caducidad y aumenta el de consumidores que la consultan a veces.
- Entre los consumidores que consultan siempre o a veces las fechas de caducidad en los productos de alimentación, más de la mitad (**51,0%**) **la consultan en todos los productos**. Por categorías, los productos en los que más se consultan las fechas de caducidad son los lácteos (42,1%), los frescos: carnes, pescados, etc. (24,5%) y los ultramarinos (10,0%).
- El **77,2%** acostumbra a **revisar siempre las fechas de caducidad** de los productos que tienen en la **despensa y el frigorífico**, un 18,7% lo hace a veces y un 4,1% no las revisa nunca.
- Cuando encuentran en su despensa o frigorífico un producto caducado, el 59,2% lo tira, un 20,7% si no ha pasado mucho tiempo desde que ha cumplido la fecha de caducidad, lo consume y el 19,5% dependiendo el tipo de producto opta por tirarlo o consumirlo. La tendencia a tirar el producto una vez caducado aumenta en los mayores de 55 años. Por hábitat, los resultados son muy homogéneos.

CONCLUSIONES

- A los entrevistados que consumen productos aunque haya cumplido la fecha de caducidad, les preguntamos qué productos se consumen aunque hayan caducado, la inmensa mayoría (78,8%) menciona los yogures. En menor medida se mencionan las pastas/arroces (16,4%), leche/batidos (12,6%), galletas y dulces (12,1%) y conservas (11,4%) entre otros.
- Por el contrario, los principales **productos que nunca se consumirían una vez caducados** son:
 - Productos frescos (carnes, pescados, frutas, etc): 57,7%
 - Conservas (26,7%)
 - Leche/Batidos (24,5%)
 - Embutidos (12,3%)
- Con la crisis económica:
 - Un **12,1%** de los consumidores españoles manifiesta **aprovechar más los alimentos caducados** que antes.
 - Un **13,7%** **reutiliza más algunos productos como el aceite** cuando antes no lo hacía. Un 25,0% también lo reutiliza, pero esta costumbre ya la tenía antes de la crisis.
 - Un **41,3%** **manifiesta haber disminuido la cantidad de alimentos que tira a la basura**. En este aspecto encontramos diferencias por edad, aumentando entre los más jóvenes el porcentaje de entrevistados que manifiesta haber reducido la cantidad de alimentos que tira a la basura con la crisis y disminuyendo a medida que aumenta la edad.

CONCLUSIONES

- El **64,7%** de los consumidores **conoce la diferencia entre fecha de caducidad y fecha de consumo preferente**. Por edad, el conocimiento aumenta entre los más jóvenes, un 70,7% conoce la diferencia y disminuye notablemente entre los mayores de 55 años (54,9%).
- Al preguntar a los entrevistados si saben qué hacen los establecimientos de distribución con los productos caducados, un 40,0% cree que los tiran, un 15,7% piensa que cambian las fechas, un 15,1% afirman que los donan a ONG's, comedores sociales, etc, un 9,6% opinan que los devuelven al fabricante y, el resto, o manifiesta desconocerlo (15,7%) o menciona alguna otra opción.
- Ante la idea de que los establecimientos de distribución pudiesen sacar ofertas de productos de alimentación con fechas de caducidad muy próximas a cumplir, la mayoría de entrevistados (54,6%) admite que los compraría. Por edad, este porcentaje aumenta entre los más jóvenes (65,3%) y disminuye entre los mayores de 55 años (45,9%).
- El 75,1% de los consumidores considera acertada la idea planteada en el Parlamento Europeo de ampliar la fecha de caducidad de algunos productos alimenticios para reducir el número de toneladas de alimentos en buen estado que se desperdician cada año.

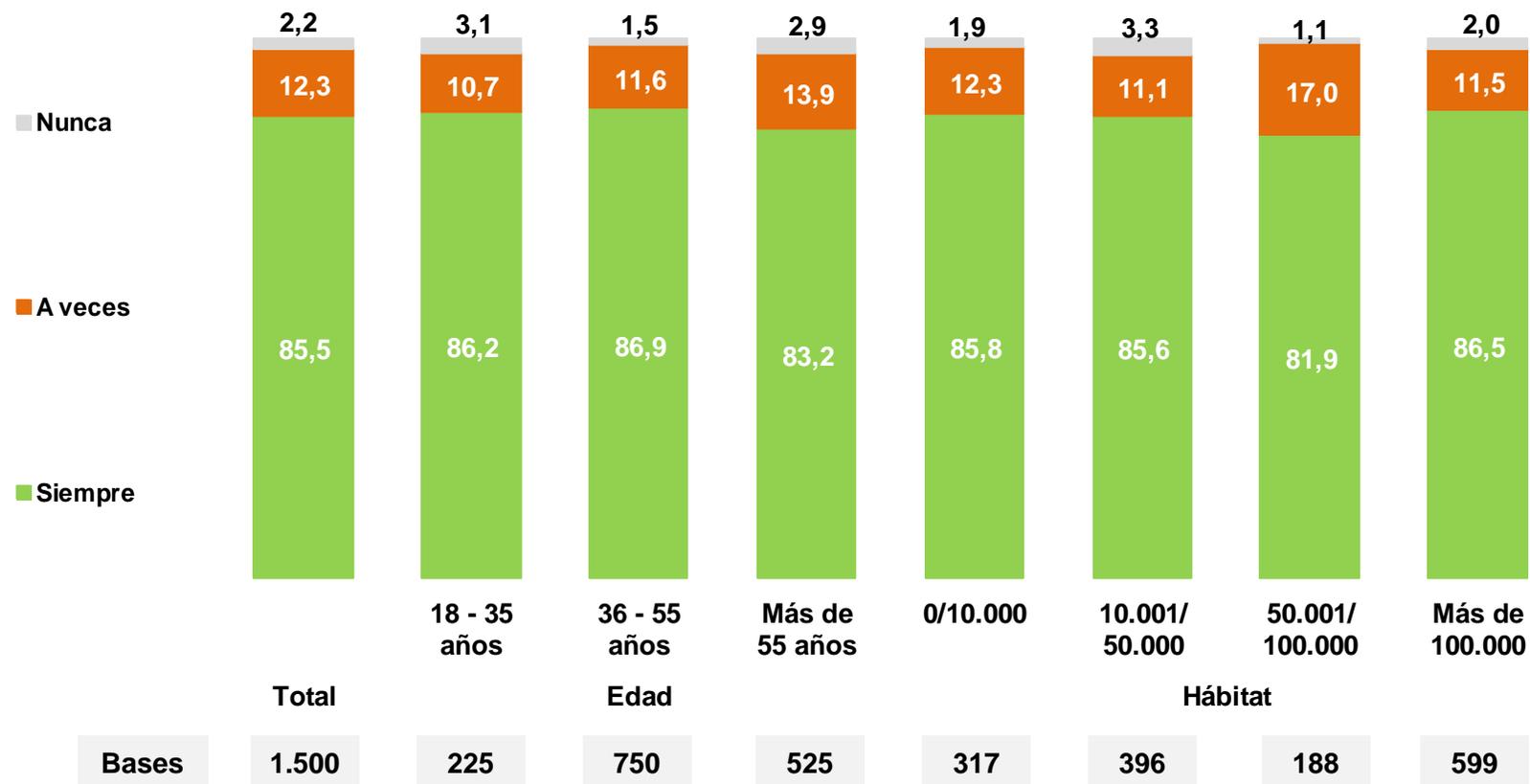
RESULTADOS

CONSULTA DE FECHAS DE CADUCIDAD

Quando realizan la compra de alimentación ¿Acostumbra a consultar las fechas de caducidad?



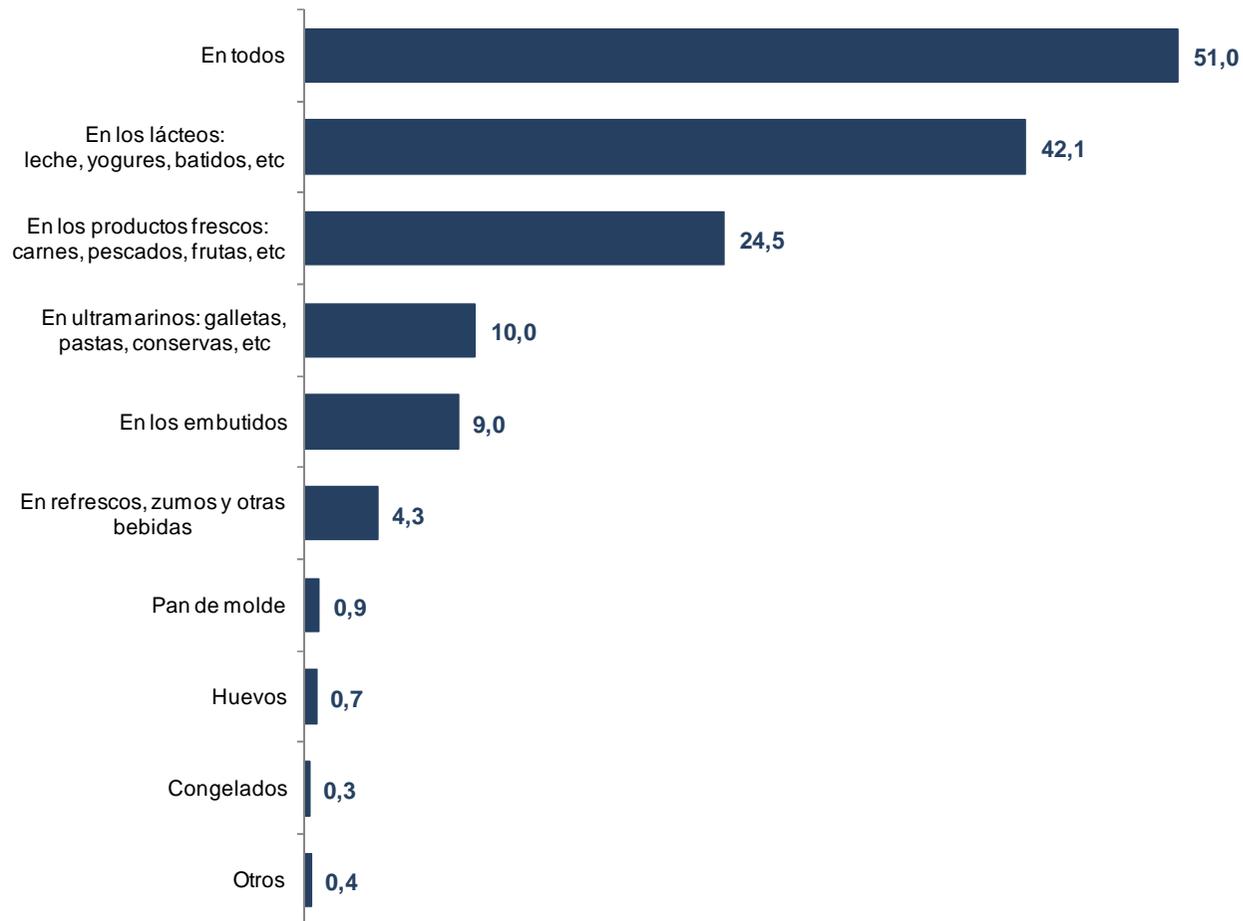
(*) Pregunta Espontánea. Respuesta única.



PRODUCTOS EN LOS QUE SE CONSULTAN LAS FECHAS DE CADUCIDAD

¿En qué productos se consultan?

(*) *Pregunta Espontánea. Respuesta Múltiple*



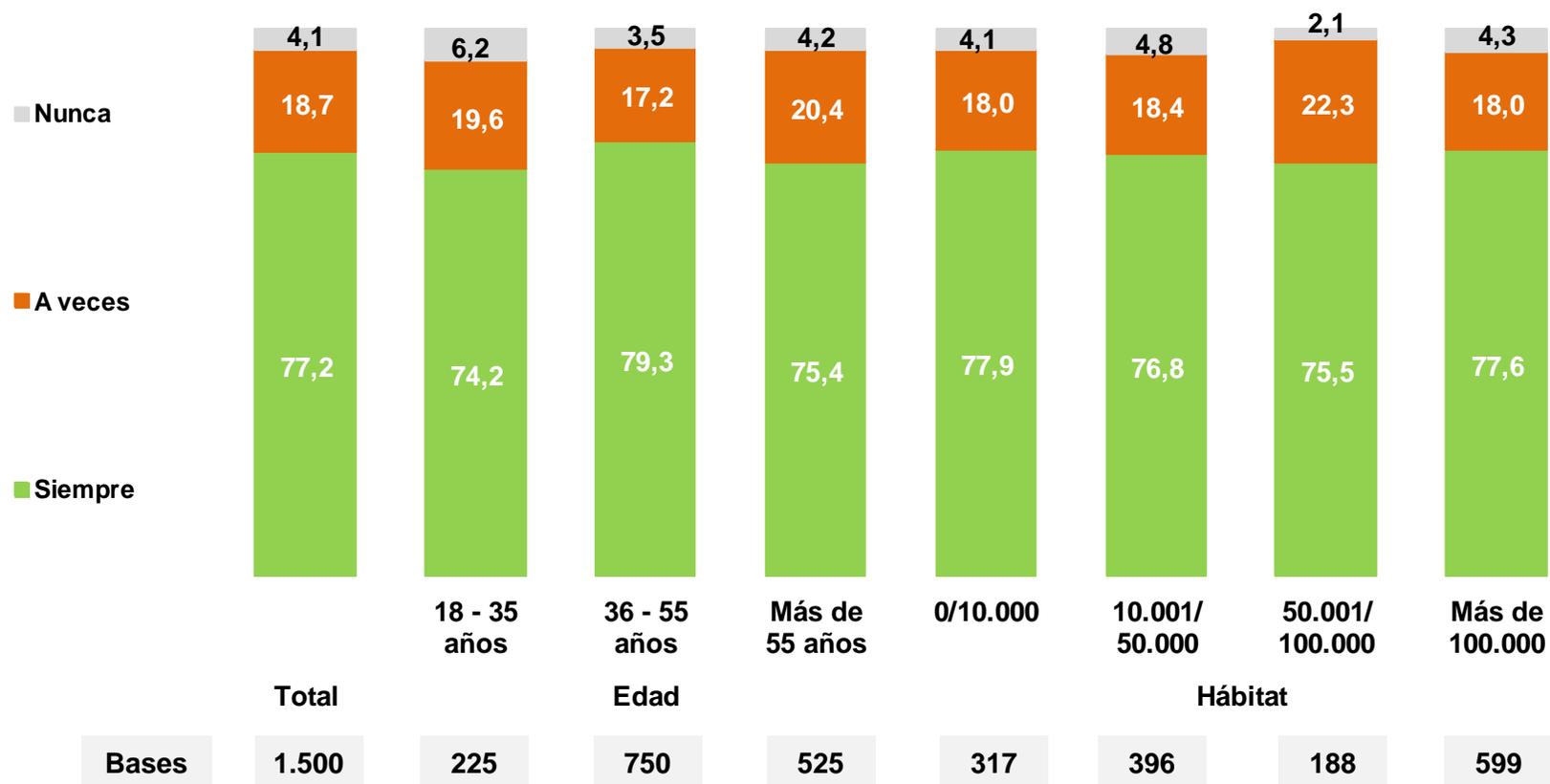
Base: 1.467

REVISIÓN DE FECHAS DE CADUCIDAD EN EL HOGAR

En casa ¿acostumbran a revisar las fechas de los productos que tienen en la despensa y en el frigorífico?



(*) Pregunta Sugerida. Respuesta única.

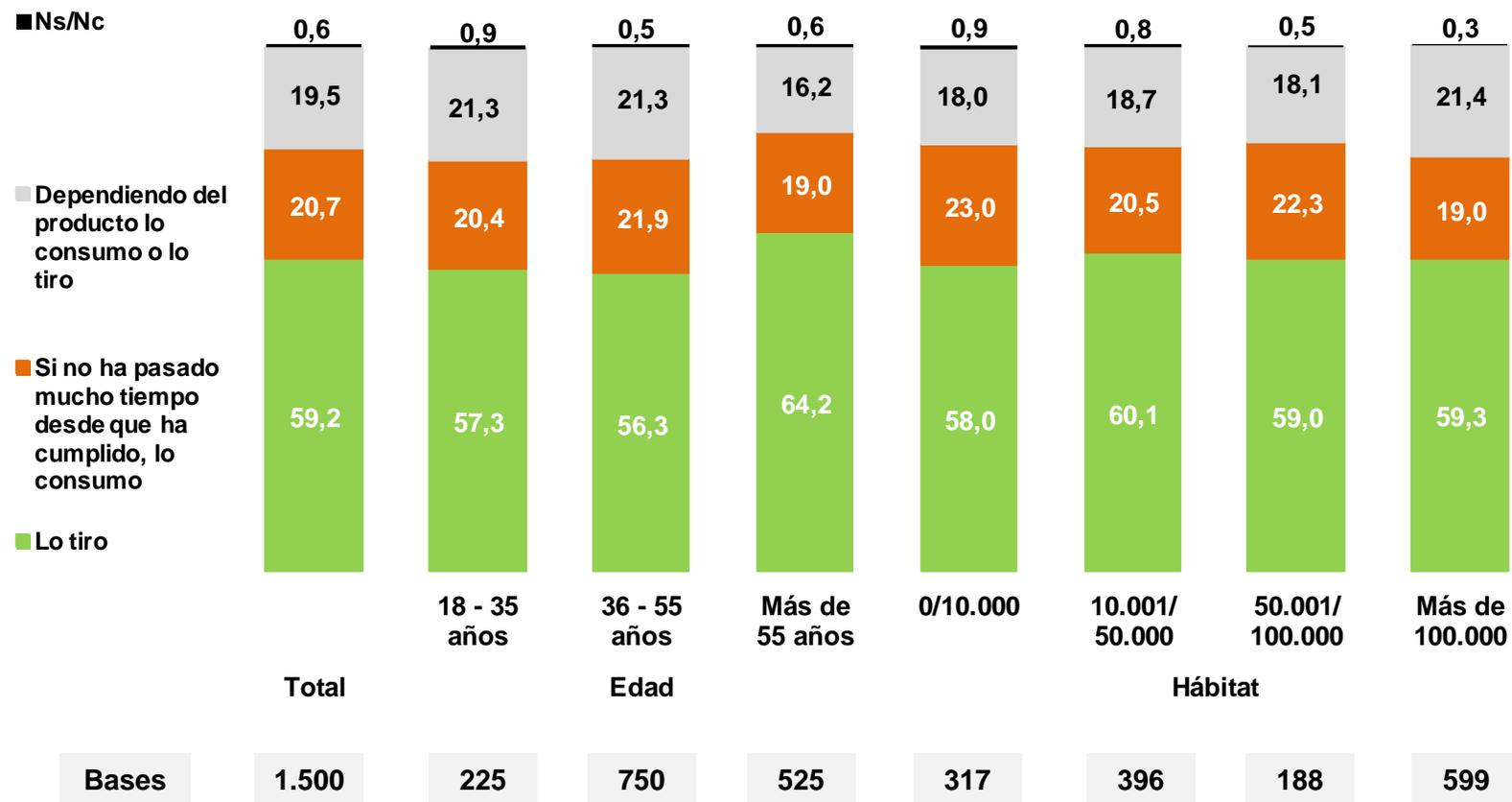


¿QUÉ SE HACE CON LOS PRODUCTOS CADUCADOS?

¿Qué hacen cuando encuentran en su despensa/frigorífico un producto caducado?



(*) Pregunta Espontánea. Respuesta única.

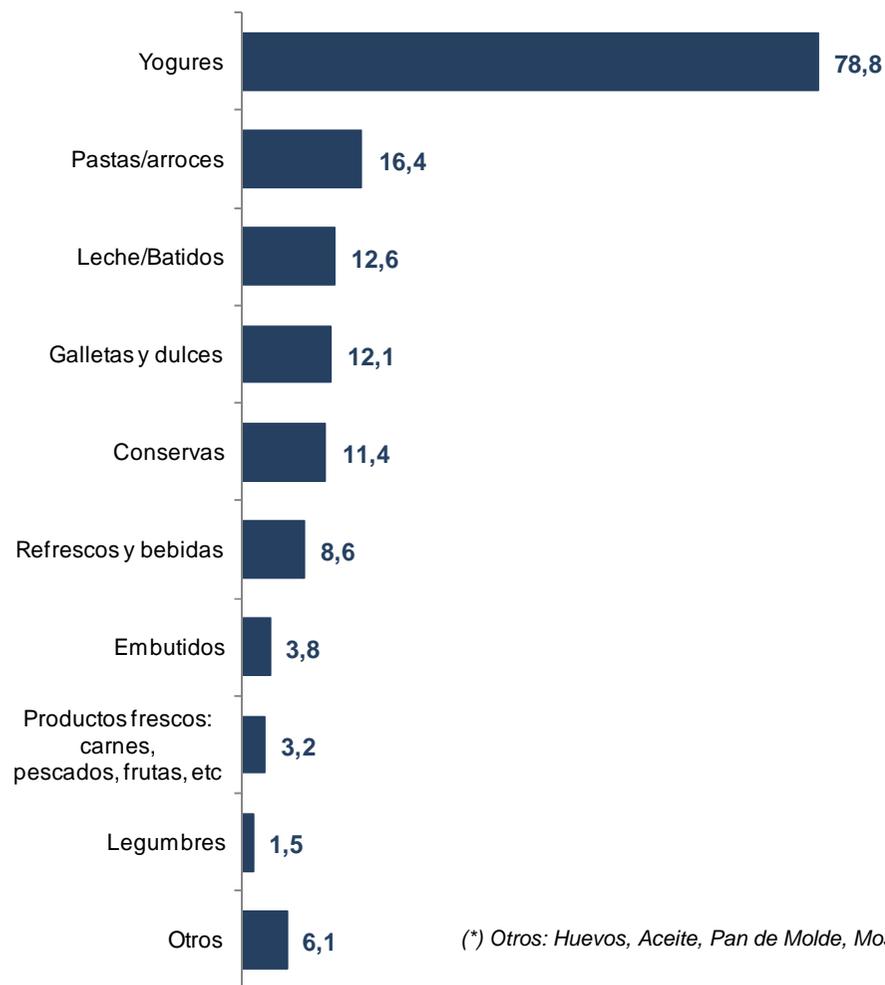


PRODUCTOS QUE SE CONSUMEN A PESAR DE ESTAR CADUCADOS

¿Qué productos se consumen aunque hayan caducado?



(*) *Pregunta Espontánea. Respuesta única.*



Base: 603

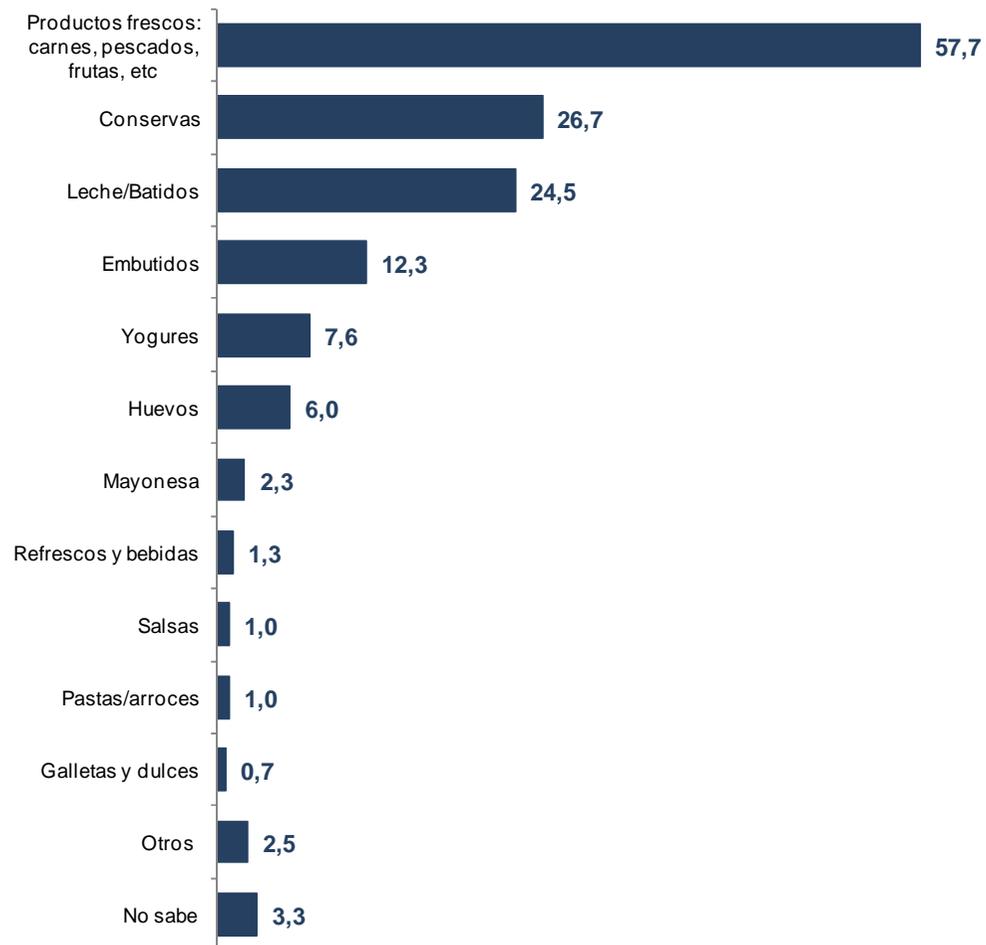
(*) *Otros: Huevos, Aceite, Pan de Molde, Mostaza, Patatas Fritas, Congelados, Pizza.*

PRODUCTOS QUE NUNCA SE CONSUMIRÍAN UNA VEZ CADUCADOS

¿Qué productos no consumiría nunca una vez caducados?



(*) Pregunta Espontánea. Respuesta múltiple



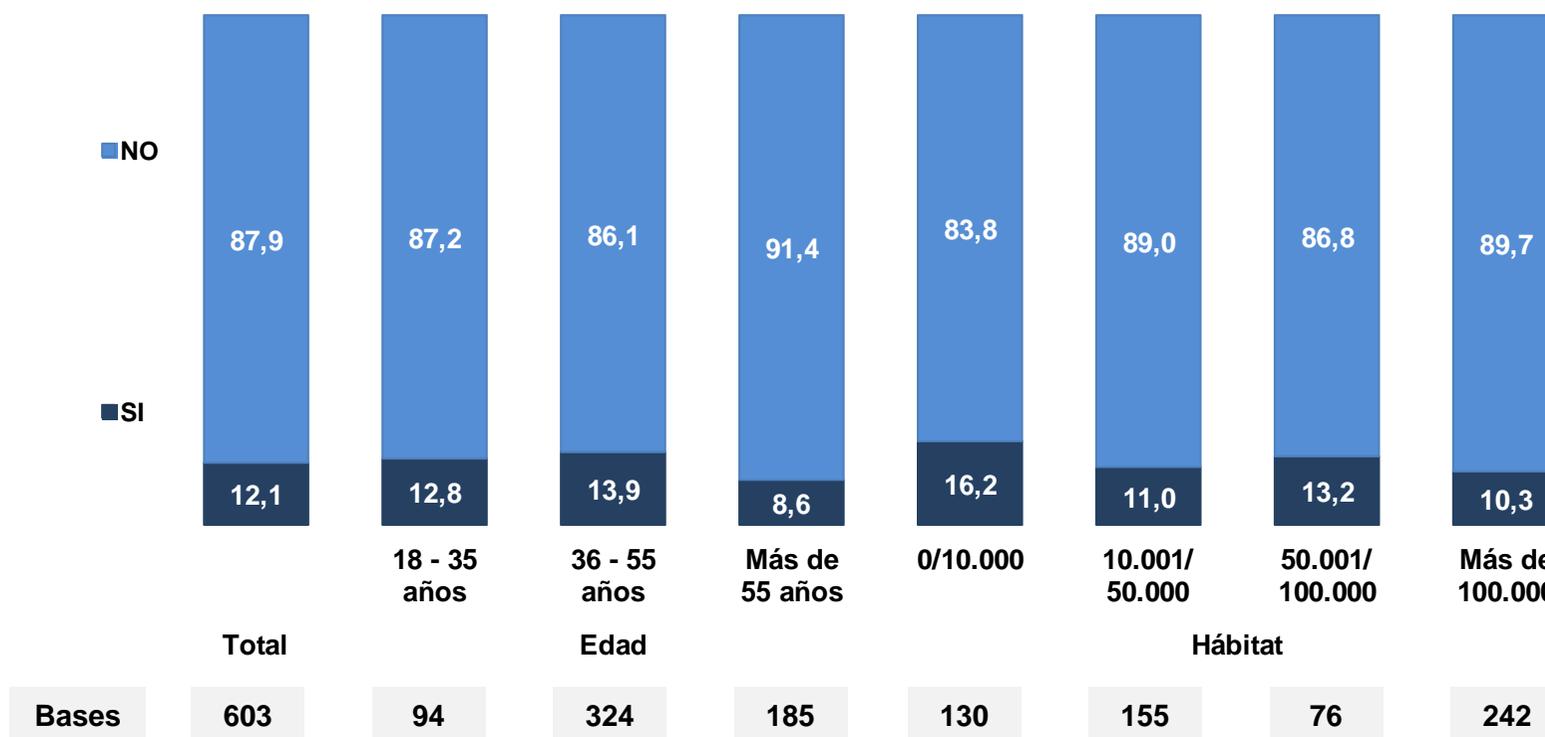
Base: 603

HÁBITOS DE CONSUMO DE PRODUCTOS CADUCADOS

Con la crisis económica ¿Se aprovechan en su hogar más los alimentos caducados que antes?



(*) Respuesta única.

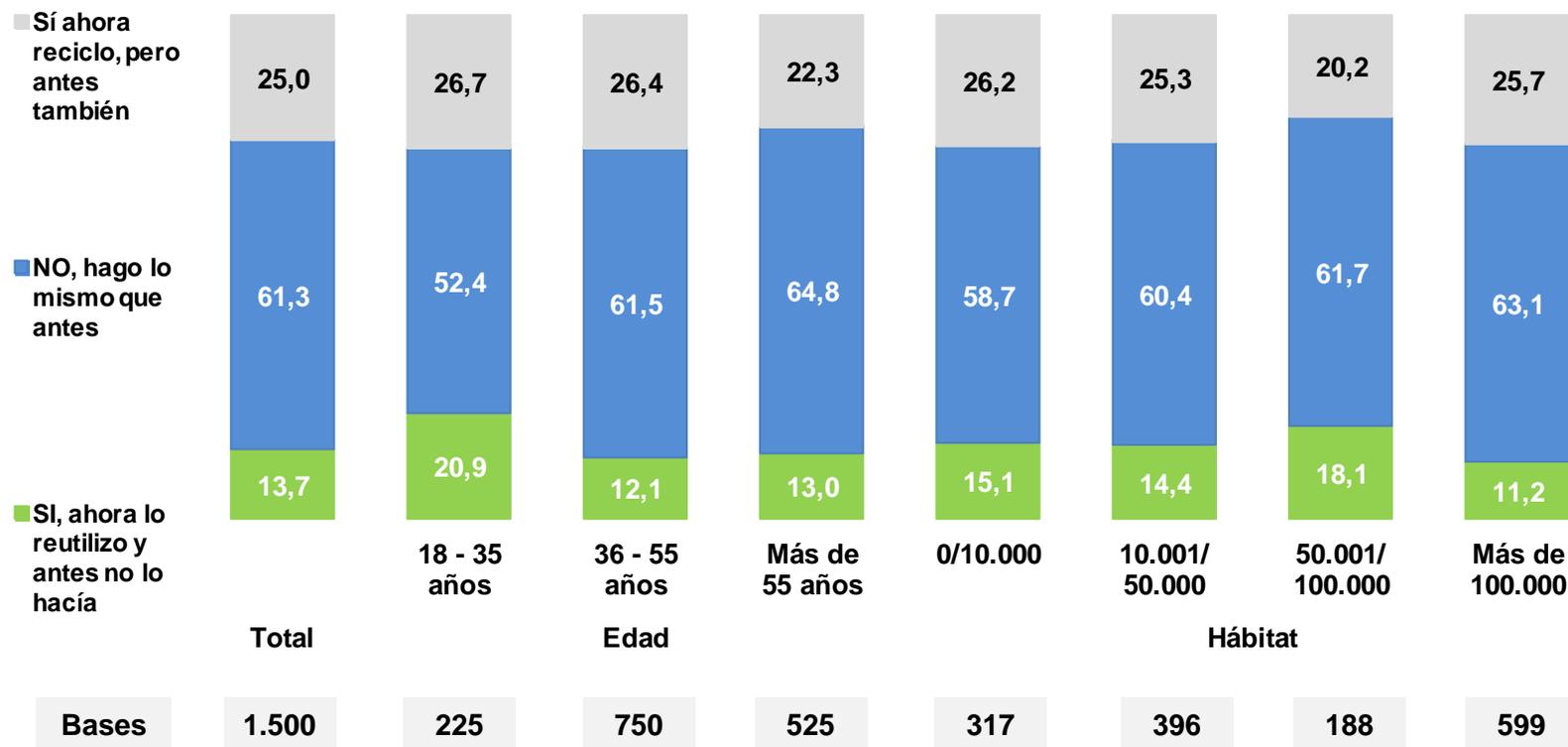


REUTILIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

Con la crisis económica ¿Se reutilizan más algunos productos como el aceite ...?



(*) Respuesta única

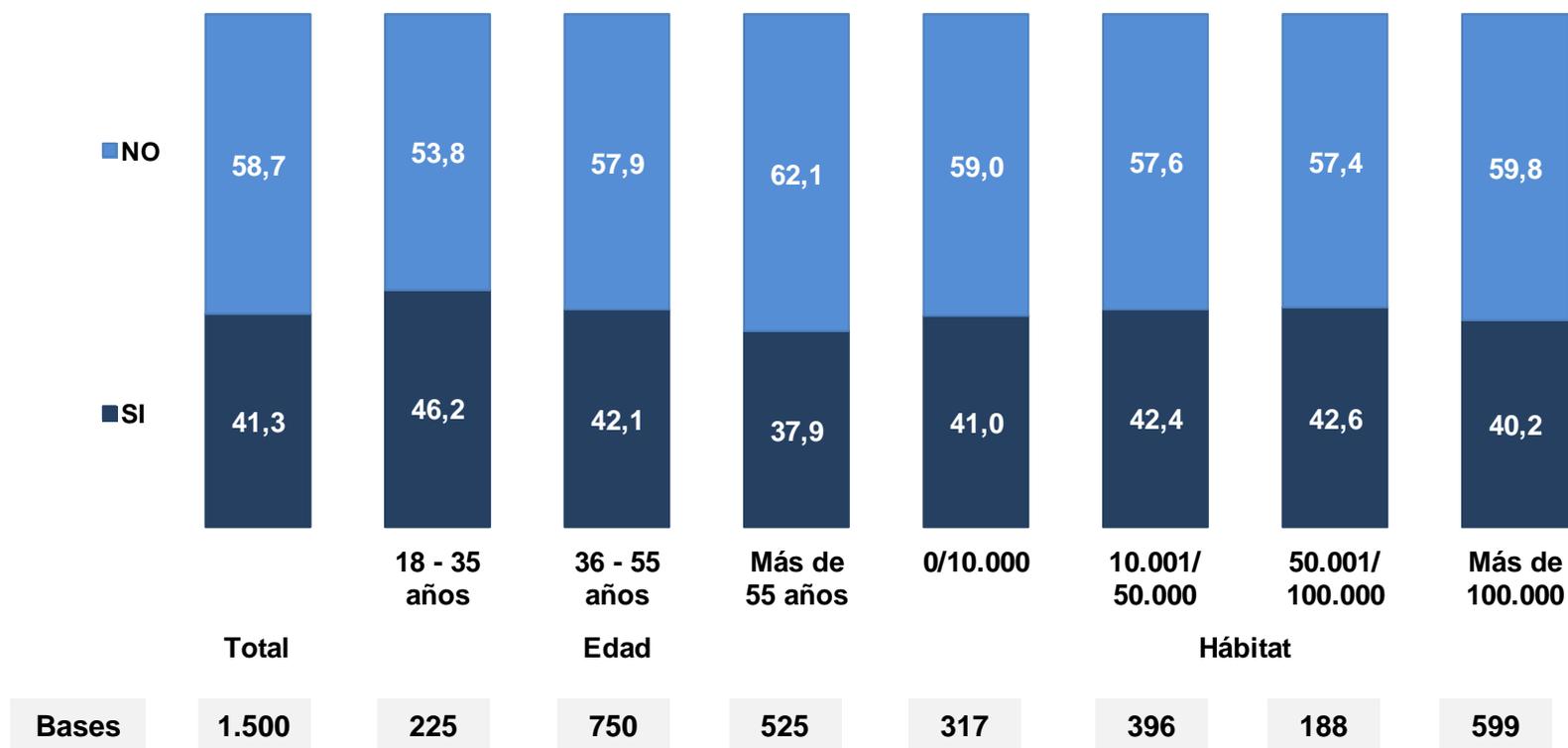


ALIMENTOS QUE SE TIRAN A LA BASURA

Con la crisis económica ¿Ha disminuido la cantidad de alimentos que tira a la basura?



(*) Respuesta única

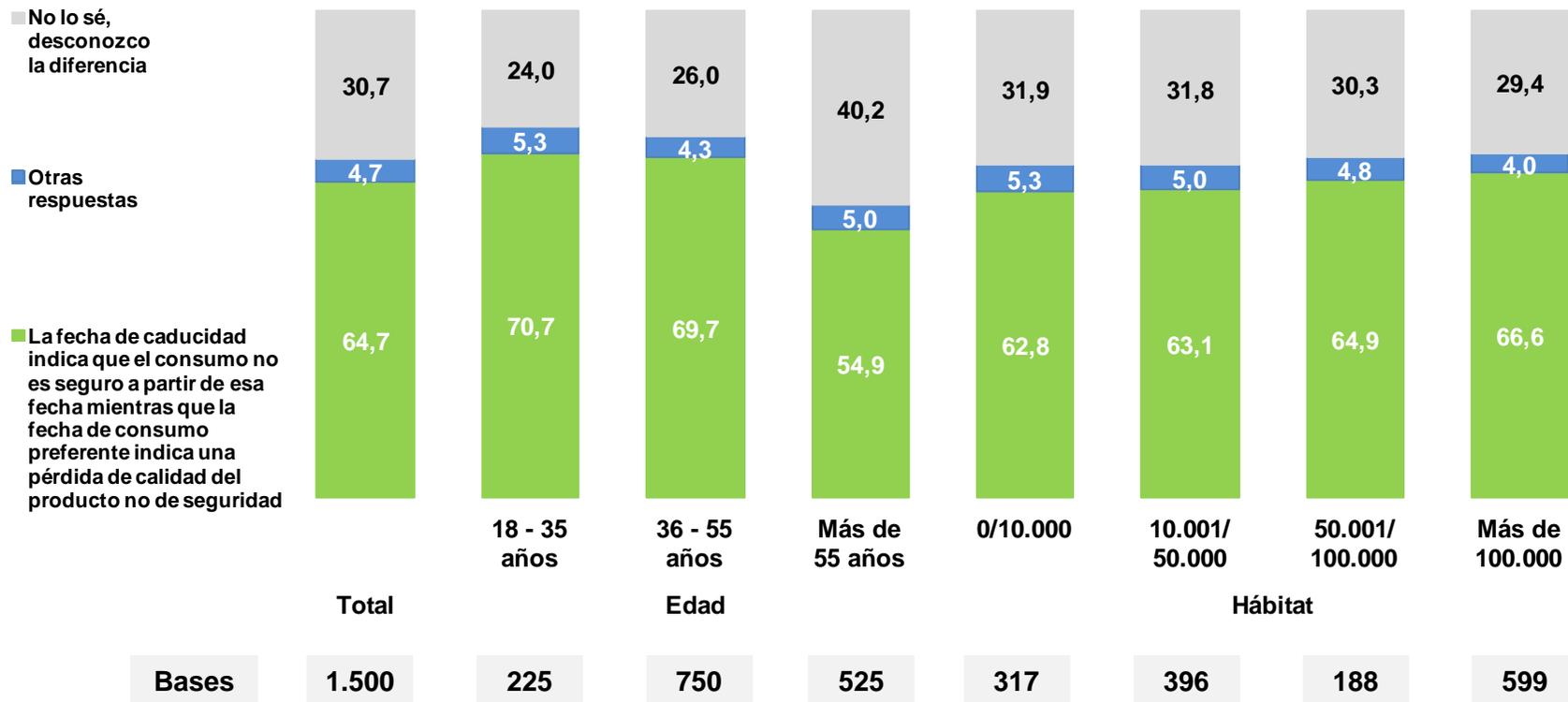


FECHA DE CADUCIDAD Y FECHA DE CONSUMO PREFERENTE

¿Qué diferencias hay entre fecha de caducidad y fecha de consumo preferente?



(*) Espontánea. Respuesta única



PRODUCTOS CADUCADOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE DISTRIBUCIÓN

¿Sabe qué hacen los establecimientos de distribución con los productos caducados?



(*) Pregunta Espontánea. Respuesta única

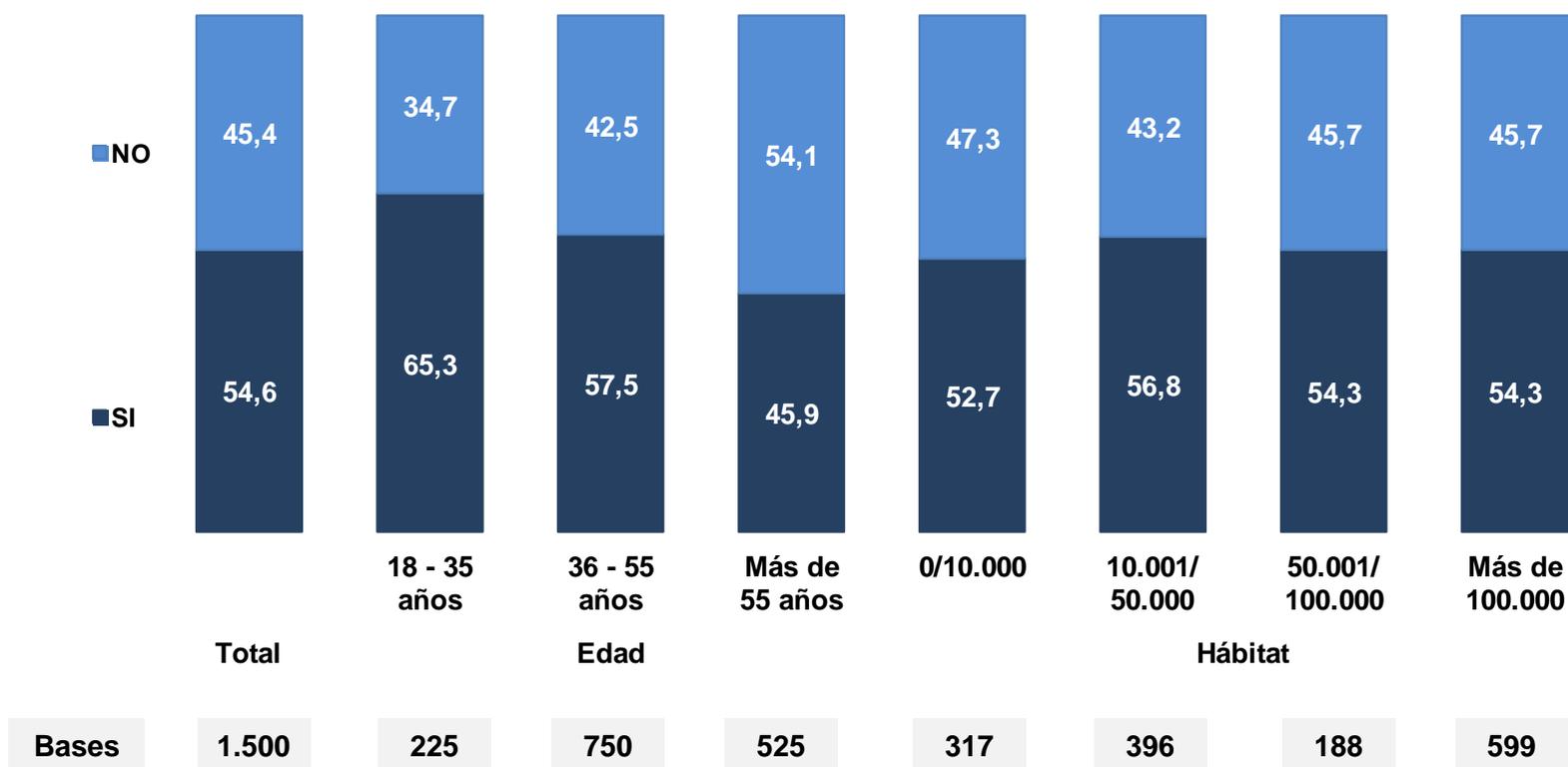
	Total	Edad			Hábitat			
		18 - 35 años	36 - 55 años	Más de 55 años	0/10.000	10.001/50.000	50.001/100.000	Más de 100.000
Los tiran	40,0	49,3	39,3	37,0	36,0	41,9	39,9	40,9
Cambian la fecha	15,7	14,7	16,1	15,4	18,0	16,7	16,0	13,7
Los donan a ONG'S, comedores sociales, etc	15,1	8,9	14,7	18,5	11,0	14,1	17,6	17,2
Los devuelven al fabricante	9,6	8,0	10,4	9,1	12,6	9,6	6,9	8,8
Reutilizan los productos	2,1	1,3	2,8	1,3	2,5	2,0	1,6	2,0
Los ponen en oferta	1,4	3,6	1,1	1,0	1,6	0,3	2,1	1,8
Otros	0,5	0,0	0,5	0,6	0,6	0,0	0,5	0,7
Ns/Nc	15,7	14,2	15,1	17,1	17,7	15,4	15,4	14,9
Bases	1.500	225	750	525	317	396	188	599

OFERTAS DE ALIMENTOS CON FECHAS DE CADUCIDAD PROXIMAS

Si los establecimientos de distribución/comercios sacasen ofertas de productos a punto de caducar ¿Ud los compraría?



(*) Pregunta Espontánea. Respuesta única



DEBATE DEL PARLAMENTO EUROPEO EN TORNO A LAS FECHAS DE CADUCIDAD DE LOS ALIMENTOS

El Parlamento Europeo, ante el hecho de que en la UE se desperdician cada año 89 millones de toneladas de alimentos en buen estado, ha iniciado un debate sobre las normas de caducidad que se aprobaron cuando la economía europea era más próspera a partir de estrictos criterios de seguridad alimentaria. En época de ahorro y confirmada la seguridad de los alimentos, se cuestiona aumentar la duración de algunos ¿Qué le parece esta propuesta?



(*) *Pregunta Espontánea. Respuesta única*

