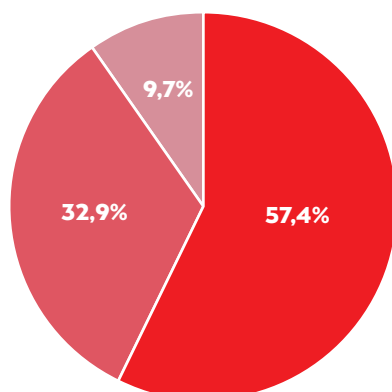


PRINCIPALES DATOS DE LECTURA DE ETIQUETAS EN ESPAÑA

DATOS EXTRAÍDOS DEL I ESTUDIO SOBRE EL USO Y LA INTERPRETACIÓN DEL ETIQUETADO DE ALIMENTOS
ELABORADO POR LA FUNDACIÓN ESPAÑOLA DE LA NUTRICIÓN (F.E.N.) A PROPUESTA DE GALLO.

7 DE CADA 10 ESPAÑOLES

NO LEEN LAS ETIQUETAS DE MANERA HABITUAL.



LECTURA DE ETIQUETAS:

- LO HACE OCASIONALMENTE O CON CIERTOS PRODUCTOS.
- CONSULTA LAS ETIQUETAS SIEMPRE O CASI SIEMPRE.
- NUNCA LAS LEE.

PERO ¿LEEN TODOS POR IGUAL?



LOS QUE LEEN MÁS:

Mujeres con alto poder adquisitivo y nivel educativo.



LOS QUE LEEN MENOS:

Jóvenes, mayores con bajo poder adquisitivo y estudiantes.

MOTIVOS PARA NO LEER LAS ETIQUETAS:

Irrelevancia de la información.

34,8%

Tamaño de letra demasiado pequeño.

33,3%

Falta de tiempo.

23,6%

Desconfianza de la información.

13,3%

Dificultad para comprender los términos técnicos.

12,8%

INFORMACIÓN QUE MÁS INTERESA A LOS CONSUMIDORES:

Fecha de caducidad o consumo preferente.

68,9%

Los ingredientes.

64,6%

Información nutricional.

62,3%

EL **75%** DE LOS ESPAÑOLES

AFIRMA QUE EL ETIQUETADO LES INFLUYE AL HACER LA COMPRA.

PERO ¿SE FIJAN IGUAL EN TODOS LOS PRODUCTOS?

74,8%	Presta más atención a los productos nuevos o desconocidos.	57,6%	Se fija en procesados y ultraprocesados.
63,7%	Revisa el etiquetado de alimentos envasados.	29,3%	Presta menos atención en productos percibidos como saludables.

OPINIÓN SOBRE LA CALIDAD DEL ETIQUETADO:

8 DE CADA 10 ESPAÑOLES

CONSIDERAN QUE LA INFORMACIÓN EN EL ETIQUETADO NO ES CLARA.

CLARIDAD DE LAS ETIQUETAS:

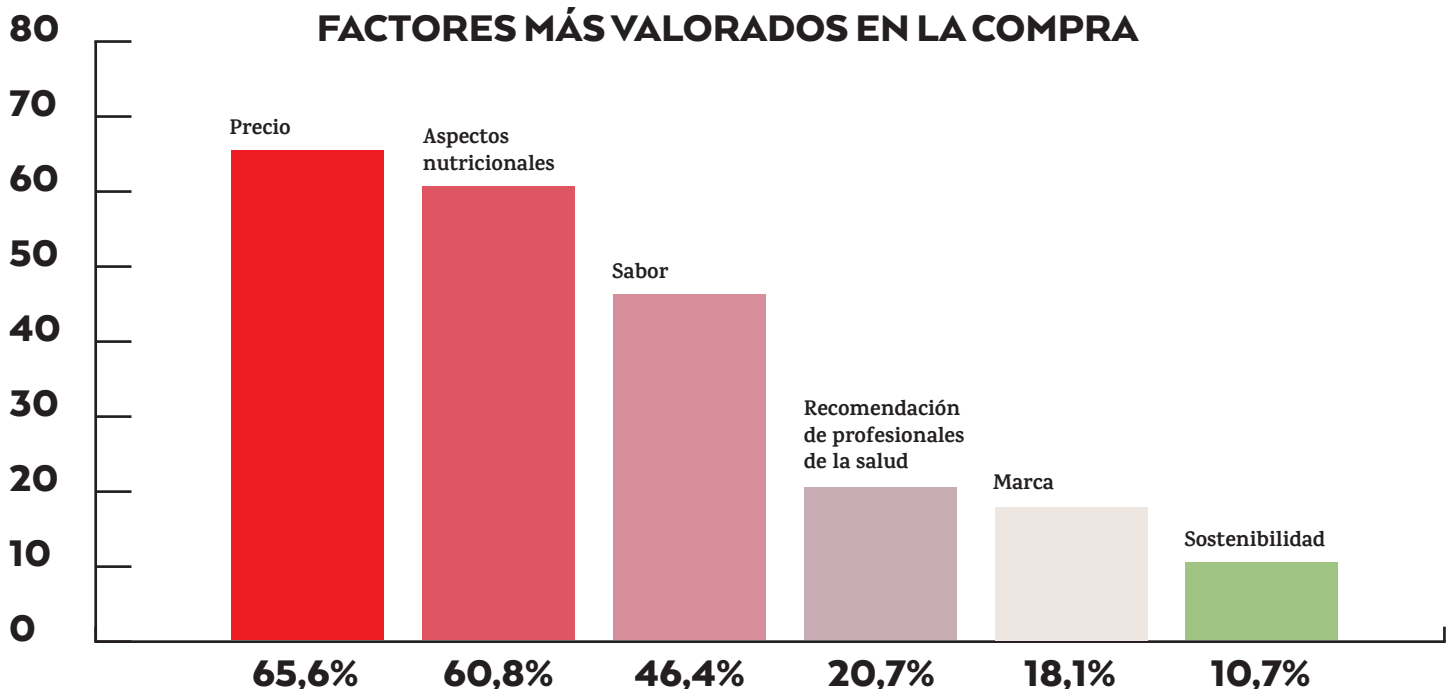
La encuentra comprensible, pero con términos complejos.	Percibe confusión en algunas etiquetas	Considera la información clara.	Encuentra las etiquetas muy difíciles de entender.
45,3%	29,6%	21,4%	3,8%

DESCONOCIMIENTO DE LOS CONSUMIDORES:

46,7%	Ignora que los ingredientes se listan en orden de mayor a menor cantidad.	44%	Desconoce las diferencias en el porcentaje de pollo en los caldos.
--------------	---	------------	--

EL **90%** DE LOS ESPAÑOLES ESTÁN PREOCUPADOS POR SU ALIMENTACIÓN.

FACTORES MÁS VALORADOS EN LA COMPRA



GALLO



GALLO



GALLO



GALLO



GALLO



GALLO



GALLO