



**CDO** CENTRO DE  
**GDA** REFERENCIA

**“Dime cómo lees y te diré cómo te alimentas”**

Estudio sobre el Sistema de Etiquetado Nutricional

DOSSIER DE PRENSA

# “DIME CÓMO LEES Y TE DIRÉ CÓMO TE ALIMENTAS”

Índice

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>2. ESTUDIO DIME CÓMO LEES Y TE DIRÉ CÓMO TE ALIMENTAS</b>	4
<b>RELACIÓN CON EL ETIQUETADO</b>	4
¿Cuáles son los aspectos de la etiqueta que más consultan los consumidores?	4
¿Cuál es la opinión sobre el grado de necesidad de los diversos tipos de información del etiquetado?	4
¿Con qué frecuencia se consulta la información nutricional?	4
<b>DISPONIBILIDAD, FACILIDAD DE COMPRESIÓN Y APORTACIÓN DE LA INFORMACIÓN NUTRICIONAL PARA LLEVAR UNA DIETA EQUILIBRADA</b>	5
<b>OPINIÓN SOBRE LA INFORMACIÓN NUTRICIONAL EXPRESADA MEDIANTE LA TABLA NUTRICIONAL CLÁSICA O LA ETIQUETA CDO/GDA</b>	5
<b>OPINIÓN SOBRE LA INFORMACIÓN NUTRICIONAL EXPRESADA MEDIANTE LA TABLA NUTRICIONAL CLÁSICA</b>	6
<b>RELACIÓN CON LA INFORMACIÓN NUTRICIONAL</b>	7
¿Cuáles son los componentes nutricionales que más se consultan?	7
¿Cuál es la información nutricional que más se tiene en cuenta a la hora de hacer la compra?	7
<b>HÁBITOS DE COMPRA EN RELACIÓN A LA INFORMACIÓN NUTRICIONAL</b>	8
¿Qué actitud toma el consumidor tras la interpretación de la información nutricional?	8
<b>3. ACERCA DEL CENTRO DE REFERENCIA CDO/GDA</b>	8
<b>ANEXO</b>	9
<b>DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA</b>	9
<b>FICHA TÉCNICA</b>	10

## INTRODUCCIÓN

El Centro de Referencia CDO/GDA, plataforma que aglutina a los principales expertos en salud y nutrición, fabricantes y distribuidores de productos de alimentación y bebidas, impulsa el estudio “Dime cómo lees y te diré cómo te alimentas”; un documento que analiza las claves interpretativas del consumidor sobre los principales sistemas de etiquetado nutricional.

Esta institución se ha constituido con el objetivo de dar respuesta a las necesidades en materia de información nutricional que los consumidores han venido mostrando en los últimos años.

Las conclusiones de esta investigación son claras. El consumidor español considera la información nutricional un dato clave a la hora de definir su dieta. Sin embargo, con el sistema de etiquetado nutricional basado en la tabla clásica, se encuentra con dificultades para interpretar el aporte real de lo que consume.

El sistema de etiquetado nutricional CDO/GDA, basado en las cantidades diarias orientativas y avalado por las máximas autoridades en materia de nutrición, es la apuesta que consigue los mejores resultados al analizar el grado de comprensión del consumidor a la hora de interpretar la información nutricional recogida en un envase. Asimismo, es el sistema mejor valorado como herramienta de ayuda para llevar una dieta equilibrada, pues aporta un valor de referencia en relación a la cantidad diaria orientativa de nutrientes y energía que un adulto debe consumir.

## 2. ESTUDIO DIME CÓMO LEESY TE DIRÉ CÓMO TE ALIMENTAS

### RELACIÓN CON EL ETIQUETADO

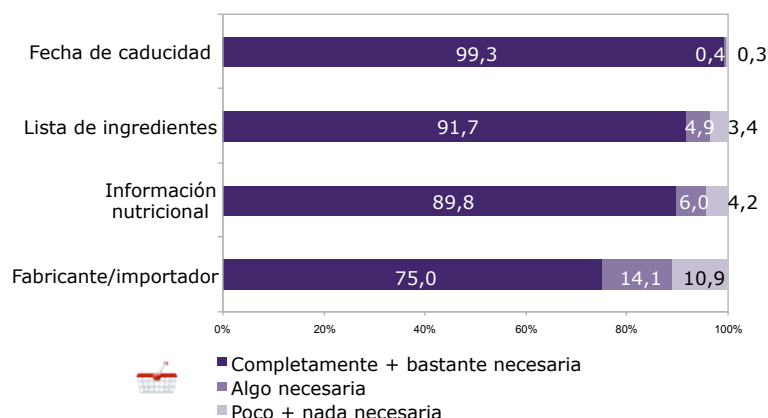
¿Cuáles son los aspectos de la etiqueta que más consultan los consumidores?

Tras la lista de ingredientes (64%), la información nutricional es la más consultada por la población en general (62%), un porcentaje que disminuye entre los más jóvenes y aumenta en los hogares con dieta especial. Las propiedades específicas interesan al 45%.



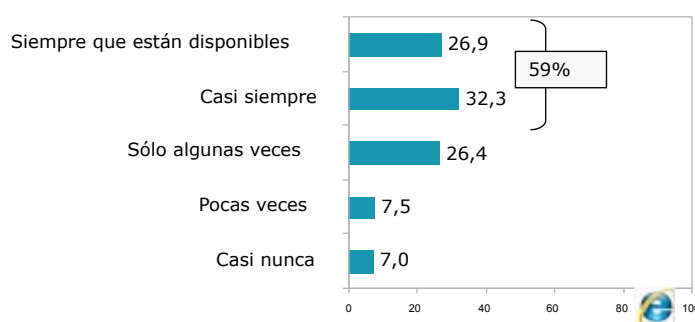
¿Cuál es la opinión sobre el grado de necesidad de los diversos tipos de información del etiquetado?

La información que se considera más necesaria es la fecha de caducidad. Sin embargo, la lista de ingredientes y la información nutricional también son aspectos imprescindibles para los entrevistados: alrededor de un 90% cree que son completamente o bastante necesarios.



¿Con qué frecuencia se consulta la información nutricional?

Cerca del 40% de los consultados telefónicamente reconoce consultar siempre o casi siempre la información nutricional; un porcentaje que aumenta hasta el 59% en el caso de los cibernautas. Esta información pone de relieve el hecho de que una gran parte de la población considera la información nutricional de un producto un valor importante a tener en cuenta a la hora de seleccionar productos alimenticios.

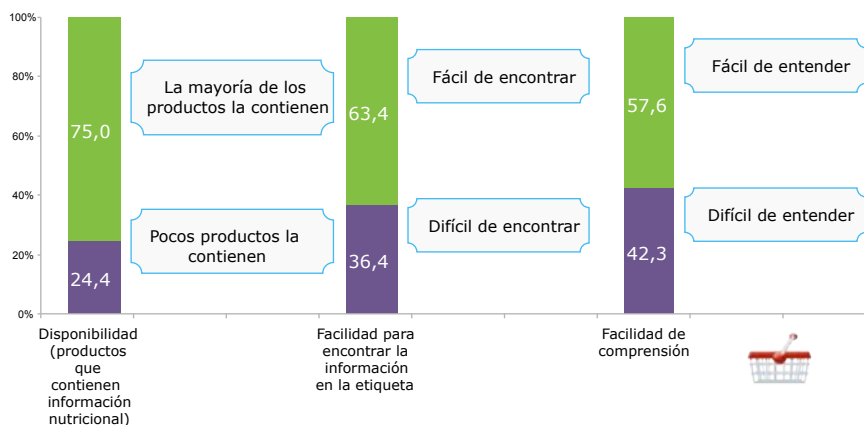


## DISPONIBILIDAD, FACILIDAD DE COMPRENSIÓN Y APORTACIÓN DE LA INFORMACIÓN NUTRICIONAL PARA LLEVAR UNA DIETA EQUILIBRADA

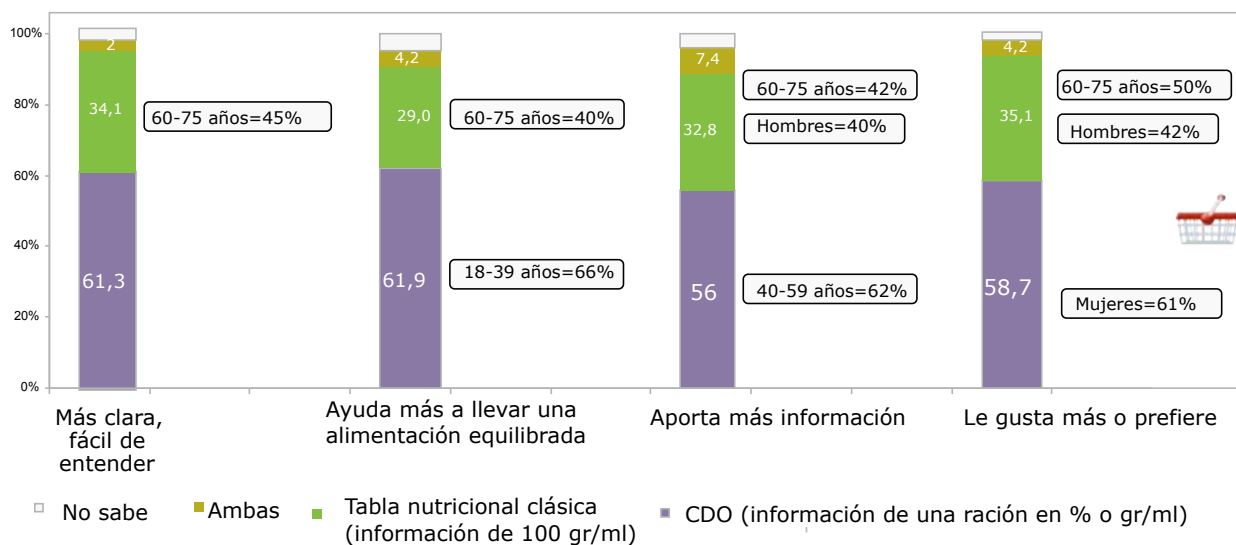
El consumidor se encuentra satisfecho con la disponibilidad de la información nutricional, de hecho, el 75% reconoce que la mayoría de los productos la contienen. Asimismo, el 63% afirma que es fácil de encontrar.

Sin embargo, se aprecian ciertas deficiencias a la hora de interpretar la información. El 42% afirma tener dificultades para entender la información.

Analizando las respuestas negativas, se aprecia que el porcentaje de consumidores descontentos con la disponibilidad de esta información y facilidad para encontrarla aumenta entre personas de mediana edad y los hogares condicionados por una dieta especial.



## OPINIÓN SOBRE LA INFORMACIÓN NUTRICIONAL EXPRESADA MEDIANTE LA TABLA NUTRICIONAL CLÁSICA O LA ETIQUETA CDO/GDA



Al comparar los dos tipos de información disponible, el etiquetado CDO/GDA gana la partida. Alrededor de tres de cada cinco entrevistados piensa que la información expresada en ración (CDO/GDA), comparada con la referida a 100 g/ml (tabla clásica): es más clara, ayuda más a llevar una dieta equilibrada, aporta más información y, en definitiva, gusta más.

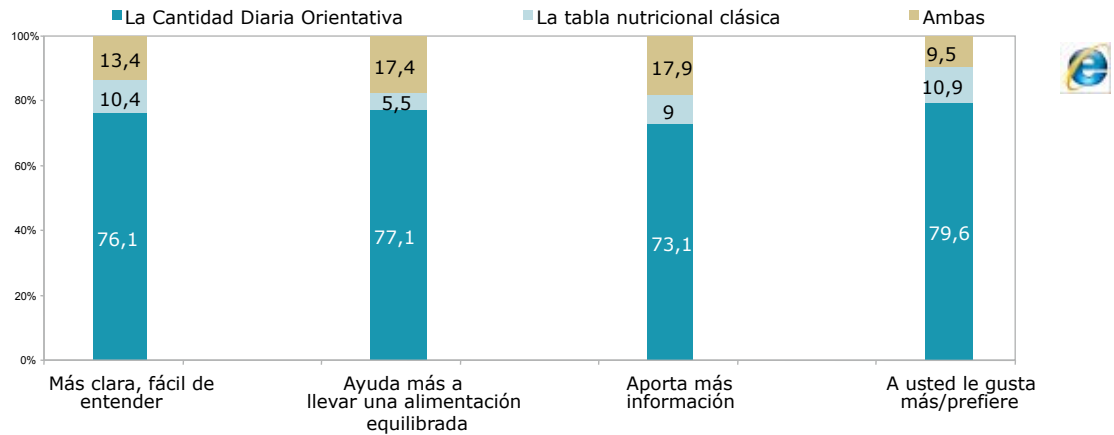
en los hábitos de consumo adquiridos, ya que en este sector poblacional es más difícil introducir cambios. Además, el porcentaje de población que opta por la CDO/GDA aumenta entre los encuestados que han tenido la posibilidad de comparar visualmente los dos formatos, lo cual pone de relieve que la apariencia visual de la CDO/GDA es un factor determinante.

Entre los más mayores (entre 60 y 75 años) aumenta la proporción de personas que prefieren y valoran más la información expresada en 100 g/ml. De hecho, representan entre el 40 y el 50% de las personas que optan por este formato. Esta tendencia tiene su origen

Teniendo en cuenta las respuestas obtenidas mediante las encuestas online, la CDO/GDA es más atractiva para el 91% y más fácil de entender para el 76%. Además, el 73% considera que aporta más información, por lo que es la opción preferida para el 80%.

Asimismo, al consultar a los internautas entre la información referida a 100 g/ml de producto (tabla clásica) y otra referida a una ración (CDO/GDA), la inmensa mayoría (92%) prefiere la ración.

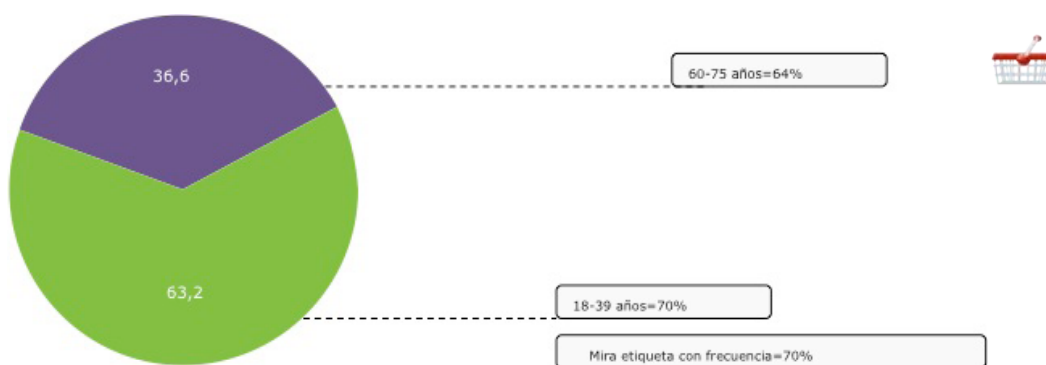
Lo mismo ocurre cuando se opta entre la información expresada en gramos y expresada en porcentaje: el 94% de los internautas cree que la mejor opción es la referencia al porcentaje que una ración aporta en relación con la cantidad diaria orientativa.



## OPINIÓN SOBRE LA INFORMACIÓN NUTRICIONAL EXPRESADA MEDIANTE LA TABLA NUTRICIONAL CLÁSICA

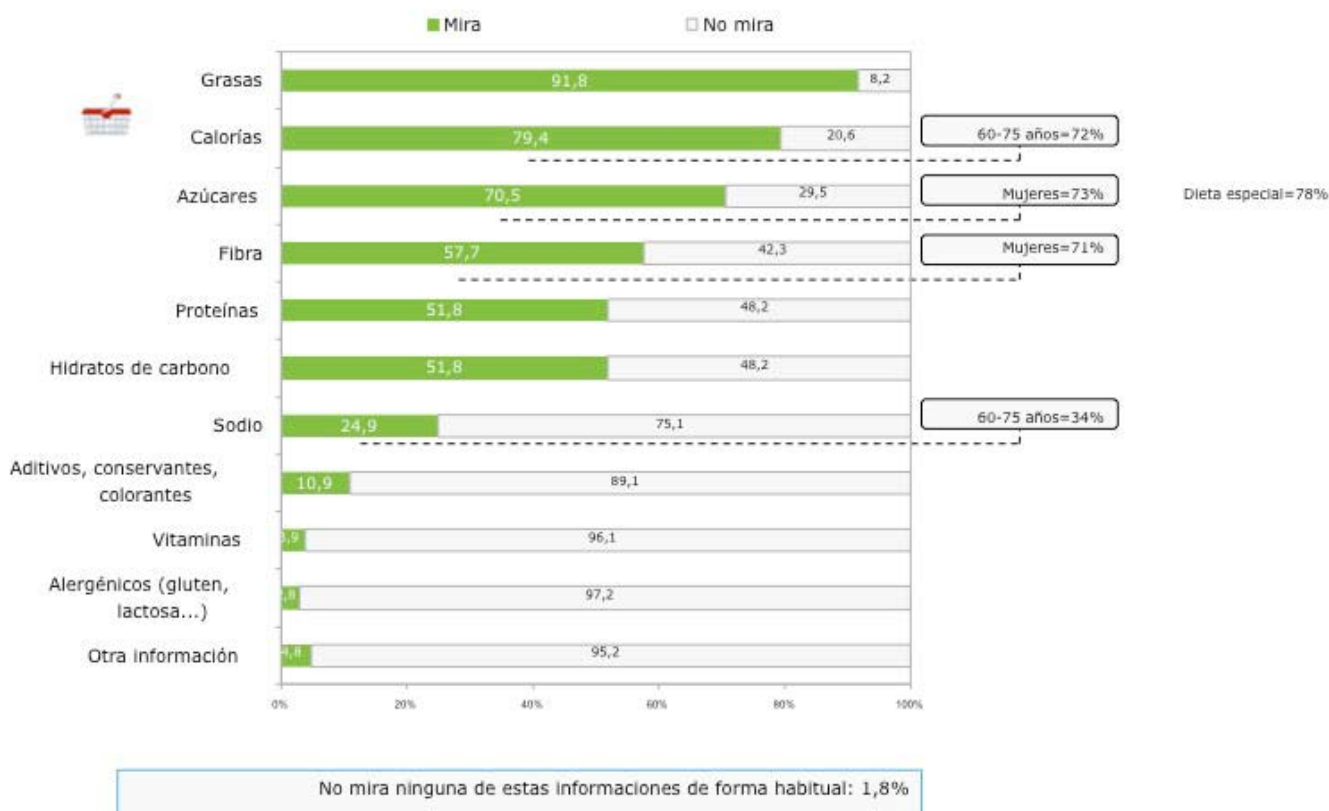
Al preguntar por la suficiencia de la información expresada mediante la tabla nutricional clásica en relación con la cantidad diaria orientativa, la tendencia es clara: entre la población general, aproximadamente dos de cada tres cree que esta información es insuficiente y que hace falta conocer el porcentaje que cada ración aporta a la dieta del consumidor:

El estudio pone de manifiesto la necesidad de incorporar al etiquetado un refuerzo con el que el consumidor pueda llegar a interpretar el aporte nutricional de cada alimento a su dieta. En este sentido, establecer un valor porcentual es una herramienta que la población encuentra muy útil.



## RELACIÓN CON LA INFORMACIÓN NUTRICIONAL

¿Cuáles son los componentes nutricionales que más se consultan?



Cuando nos centramos en la información nutricional, observamos que los aspectos más consultados son las grasas. En un segundo grupo se encuentran las calorías y los azúcares. En un tercero, se sitúan la fibra, las proteínas y los hidratos de carbono. Muy por debajo encontramos el sodio.

Las mujeres destacan por centrarse más que el resto en el azúcar y la fibra. Los mayores, por prestar más atención al sodio y menos a las calorías. Además, la consulta de los azúcares es mayor en los hogares con dietas especiales.

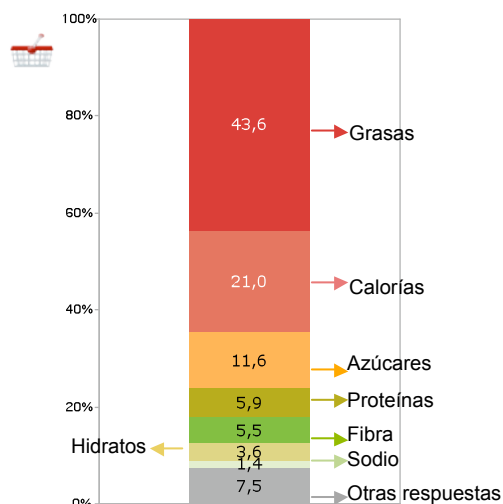
¿Cuál es la información nutricional que más se tiene en cuenta a la hora de hacer la compra?

Los componentes nutricionales más determinantes a la hora de hacer la compra, coinciden con los más consultados en el etiquetado.

De esta manera, las grasas ocupan la primera posición, seguidas de las calorías, los azúcares, las proteínas, la fibra y el sodio.

Destaca el hecho de que las grasas son determinantes para casi el 44% de las personas que consultan esta información; porcentaje que aumenta entre gente joven.

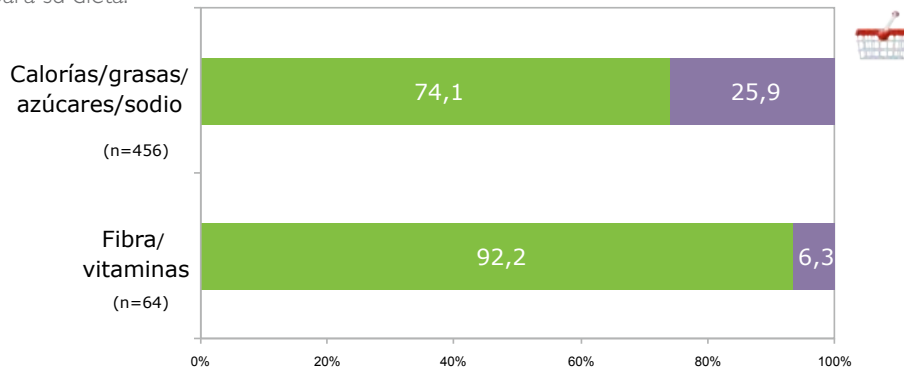
La cantidad de azúcares en un determinado producto afecta en mayor grado a las personas mayores y hogares con dietas especiales.



## HÁBITOS DE COMPRA EN RELACIÓN A LA INFORMACIÓN NUTRICIONAL

¿Qué actitud toma el consumidor tras la interpretación de la información nutricional?

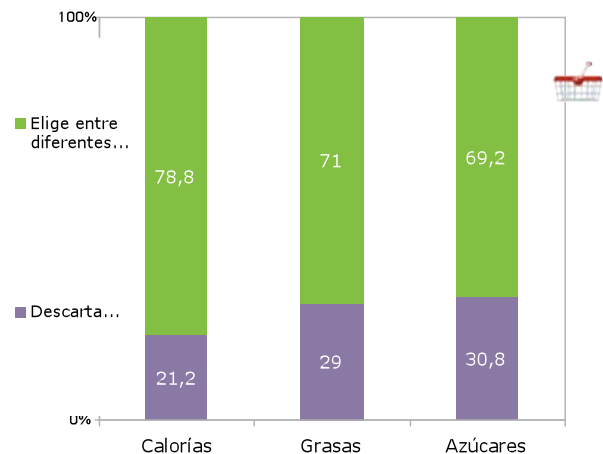
La composición nutricional de los alimentos afecta a los hábitos de compra de los consumidores. La mayoría de ellos, una vez interpreta la información, elige entre distintos productos, los que contengan los nutrientes que considere más adecuados para su dieta.



- Elige entre diferentes marcas de aquel producto que contenga menos calorías / grasas / azúcares / sodio o más proteínas / fibra
- Descarta la compra de productos que contengan demasiadas calorías / grasas / azúcares / sodio o pocas proteínas / fibra

No obstante, un 26% descarta la compra de aquellos productos que contienen demasiadas grasas, calorías, azúcares o sodio para su dieta.

Este porcentaje asciende al 21% en el caso de las calorías, el 29% en el caso de las grasas y hasta el 30% en el caso de los azúcares.



### 3.ACERCA DE EL CENTRO DE REFERENCIA CDO/GDA

El Centro de Referencia CDO/GDA es una plataforma multidisciplinar que aglutina expertos y organismos profesionales del ámbito de la salud y nutrición y una veintena de empresas de alimentación y bebidas que tiene por objeto dar respuesta a las necesidades sociales en materia de información nutricional e impulsar la implantación del sistema de etiquetado CDO/GDA en nuestro país.

Para ello, su misión pasa por comunicar las propiedades específicas de este sistema entre autoridades, asociaciones de consumidores, líderes de opinión, sociedades científicas y de profesionales, comunidad médica y medios de comunicación y formar e informar a los consumidores acerca del sistema CDO/GDA.

Más información:

[www.fundacionalimentum.org/centrodereferencia](http://www.fundacionalimentum.org/centrodereferencia)  
[informacion@centrodereferencia.org](mailto:informacion@centrodereferencia.org)

#### GABINETE DE PREENSA

Marta Frau. [marta.frau@cic-rp.com](mailto:marta.frau@cic-rp.com)  
Angel Andreo. [angel.andreo@cic-rp.com](mailto:angel.andreo@cic-rp.com)  
Tel. 00 34. 91 577 92 72

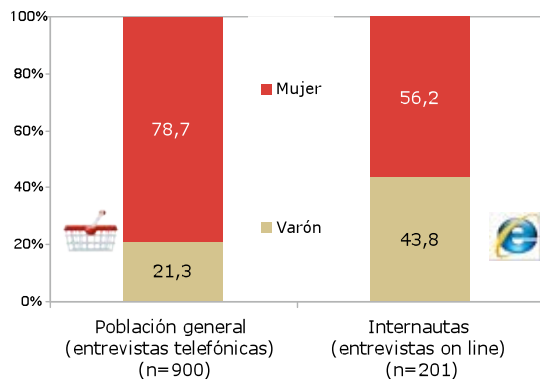
#### CENTRO DE REFERENCIA

Eugenia Garrido. [comunicacion@fundacionalimentum.org](mailto:comunicacion@fundacionalimentum.org)  
Tel. 00 34. 91 745 37 80

## ANEXO

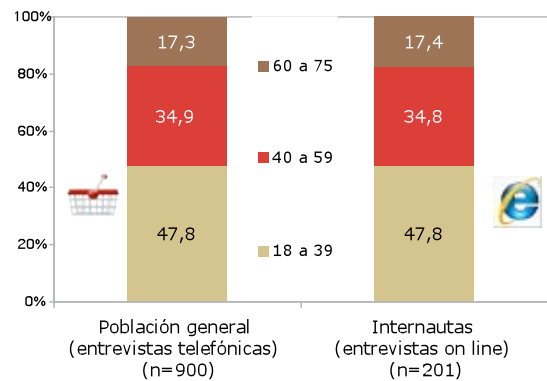
### DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

#### Sexo del entrevistado



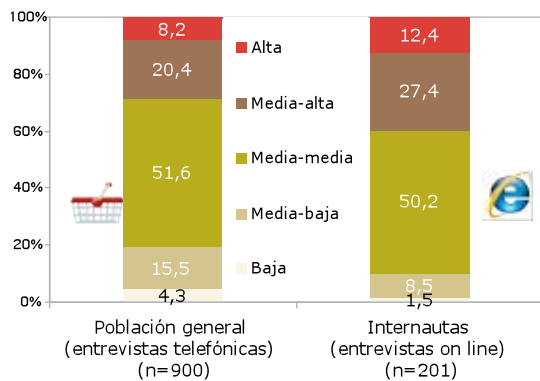
Resulta significativo que la mayoría de los responsables de compra en el hogar sean mujeres. Cerca del 80% entre la población general y algo menos entre internautas 56,2%

#### Edad del entrevistado



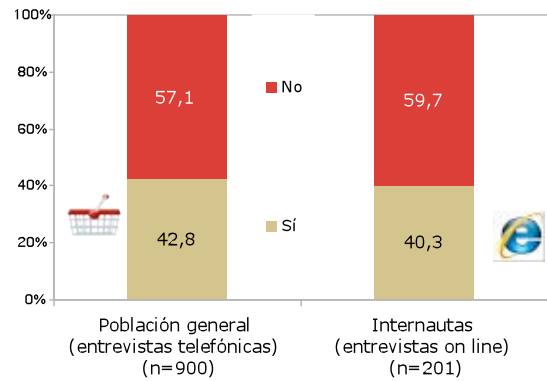
En cuanto a la edad, casi la mitad de la muestra está compuesta por personas de entre 18 y 39 años. Y uno de cada tres tiene entre 40 y 59 años

#### Clase Social



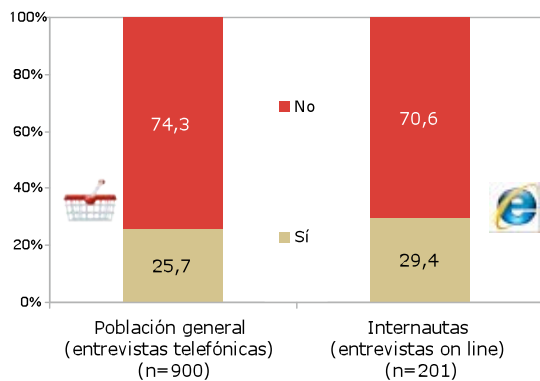
En alrededor de dos de cada cinco hogares consultados, en ambas muestras, hay menores.

#### Menores en el hogar



Algo más de la mitad de los hogares de ambas muestras es de clase media. Los hogares de clase media alta están algo más representados entre los internautas (40% vs. 29%).

#### Miembros en el hogar con dieta especial



Algo más de uno de cada cuatro hogares cuenta con algún miembro que debe llevar una dieta especial.



Encuesta telefónica



Encuesta online

## FICHA TÉCNICA

**Realización del estudio:** RANDOM

**Universo:** Responsables de la compra de alimentos en el hogar (entre 18 y 75 años)

**Ámbito:** Nacional

**Muestra:** 900 entrevistas

**Tipo de entrevista:** Entrevista telefónica asistidas por ordenador (CATI)

**Diseño muestral:** Muestra estratificada por Comunidades Autónomas y tamaño de municipio. Selección aleatoria de hogares y cuotas de sexo y edad.

**Error de muestreo:** El error de muestreo más alto (con seguridad del 95,5 %) es de  $\pm 3,3$ .

**Fechas del trabajo de campo:** Del 2 al 16 de marzo de 2010.

**Realización del estudio:** RANDOM

**Universo:** Internautas, responsables de la compra de alimentos en el hogar.

**Ámbito:** Nacional

**Muestra:** 201 entrevistas

**Tipo de entrevista:** Entrevista telefónica asistidas por ordenador (CATI)

**Diseño muestral:** Muestra estratificada por Comunidades Autónomas y tamaño de municipio. Selección aleatoria entre internautas panelistas. Participación mediante invitación personal.

**Error de muestreo:** El error de muestreo más alto (con seguridad del 95,5 %) es de  $\pm 7,05$ .

**Fechas del trabajo de campo:** Del 2 al 16 de marzo de 2010.