



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN  
Y MEDIO AMBIENTE



# “EVOLUCIÓN DE LA CARACTERIZACIÓN DE LA TIPOLOGÍA Y PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL CONSUMIDOR DE ALIMENTOS ECOLÓGICOS EN ESPAÑA”

Septiembre 2014





Aviso Legal: los contenidos de esta publicación podrán ser reutilizados, citando la fuente y la fecha, en su caso, de la última actualización

**Coordinación:** Subdirección General de Calidad Diferenciada y Agricultura Ecológica

**Con la Colaboración de GfK**



**MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE**

**Edita:**

© Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente  
Secretaría General Técnica  
Centro de Publicaciones

Catálogo de Publicaciones de la Administración General del Estado:

<http://publicacionesoficiales.boe.es/>

**NIPO: 280-14-172-0**



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN  
Y MEDIO AMBIENTE



- ✓ El estudio ha sido realizado por la empresa de investigación GfK y ha sido supervisado por Tomás Camarero Arribas.



# 1. Objetivos



# Objetivos Principales

En el año 2011 GfK realizó una investigación cuantitativa para el Ministerio de Medio Ambiente con el principal objetivo de conocer la tipología y perfil sociodemográfico del consumidor de alimentos ecológicos en España.

En el año 2014 se ha desarrollado de nuevo la investigación siguiendo la misma metodología de cara a conseguir los siguientes objetivos principales:

- **Conocer el grado de conocimiento sobre productos ecológicos y su nivel consumo, tanto en la actualidad como en comparación con el año 2011**
- **Caracterizar y comparar con la obtenida en 2011 la tipología, perfil sociodemográfico y geográfico de los consumidores de productos ecológicos**
- **Determinar los principales motivos y barreras en el consumo de productos ecológicos**
- **Determinar el peso, caracterización y evolución de las tipologías de consumidores según los distintos estilos de vida y actitudes hacia lo ecológico y salud.**



## 2. Metodología



# Metodología: Ficha técnica del estudio cuantitativo

|                            |   |
|----------------------------|---|
| <b>Tipo de Entrevista:</b> | Entrevista Online auto-administrada, utilizando panel GfK con un cuestionario semi-estructurado de una duración aproximada de 10 min.   |
| <b>Universo:</b>           | Población general española entre 18 y 69 años representativa de la población española en cuanto a sexo, edad, hábitat y zona geográfica (Padrón 2013)   |
| <b>Muestra:</b>            | n=1431<br>n=454 es la muestra de consumidores de ecológicos   |
| <b>Error muestral:</b>     | Con un nivel de confianza del 95% y bajo la hipótesis de p=q=50%, el error muestral a que está sujeta la muestra es:<br>N=1431 -> $\pm 2.6\%$ / N=454 -> $\pm 4.6\%$                              |
| <b>Ponderación:</b>        | Muestra ponderada según las principales características sociodemográficas: Sexo, edad, clase social, tamaño de hábitat para garantizar una muestra representativa de la actual población española |
| <b>Ámbito:</b>             | Nacional  |
| <b>Trabajo de Campo:</b>   | Julio 2014  |

**En 2011** se realizó el mismo tipo de entrevista y metodología. Representativa de la población española de 2011. Trabajo de campo: Noviembre 2011. n=455 / n=1556

# Consideraciones para la lectura del informe

- ✓ En tablas y gráficos se especifica la unidad en la que se muestran los resultados: Medias, porcentajes etc. así como la base sobre la que están calculadas
- ✓ Las **diferencias significativas** se han realizado con el estadístico *t de Student* a un 95% de nivel de confianza.
  - Las diferencias significativas sobre el total muestra o total de consumidores de ecológicos en cada periodo **se marca en azul** el dato que es significativamente superior al total y **en rojo** si es significativamente inferior.
  - Las diferencias significativas entre los periodos (2011-2014) se representan con un triángulo verde ▲ si el dato es significativamente superior y uno rojo ▼ si es significativamente inferior al periodo anterior.



**3.** ¿Cuántos identifican y consumen los productos de alimentación ecológicos?

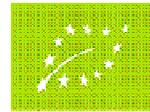


# Identificación del consumidor ecológico

Filtros en el cuestionario para llegar a saber el porcentaje de consumidores ecológicos:

- Identifica la etiqueta oficial, y la correlaciona correctamente con los productos objeto de estudio
- Es capaz de identificar (a partir de una lista cerrada de alternativas) los criterios que definen a este tipo de productos
- Consume “Alimentos Ecológicos” al menos una vez al mes

# Consumidor de productos ecológicos: ¿cuántos lo identifican y lo consumen?: Criterios de Selección



|   |      |         |         |                 |       |                   |       |
|---|------|---------|---------|-----------------|-------|-------------------|-------|
| ¿Ha consumido en alguna ocasión algún producto de alimentación con esta etiqueta? | 2014 | ▲ 38,2% | ▲ 16,2% | ▲ 46%           | ▲ 27% | ▲ 17,8%           | 45,1% |
|   | 2011 | 33,1%   | 11,7%   | 40,1%           | 18,8% | 13,3%             | 44,2% |
| ¿A qué tipo de producto lo relaciona usted?<br><b>ECOLOGICO</b>                   | 2014 | ▲ 36,3% | 4,7%    | 35,2%           | 1,9%  | 0,6%              | 7,7%  |
|   | 2011 | 29,7%   | 3,7%    | 34,9%           | 1,1%  | 0,4%              | 5,1%  |
|   |      |         |         | <b>POSIBLES</b> |       | <b>RECHAZADOS</b> |       |

POSIBLES – RECHAZADOS = 41,1% 38,3%

¿cuál de las siguientes definiciones corresponde a un alimento ecológico? (Se mostraban 3 opciones, 2 erróneas y una correcta):

Ha sido producido sin usar pesticidas y fertilizantes sintéticos y evita todo tipo de alteración transgénica

Elige la opción correcta:

37,4%  
35,3%

91%  
92,2%

¿Con que frecuencia consume algún producto de alimentación ecológico?

Al menos 1 vez al mes:

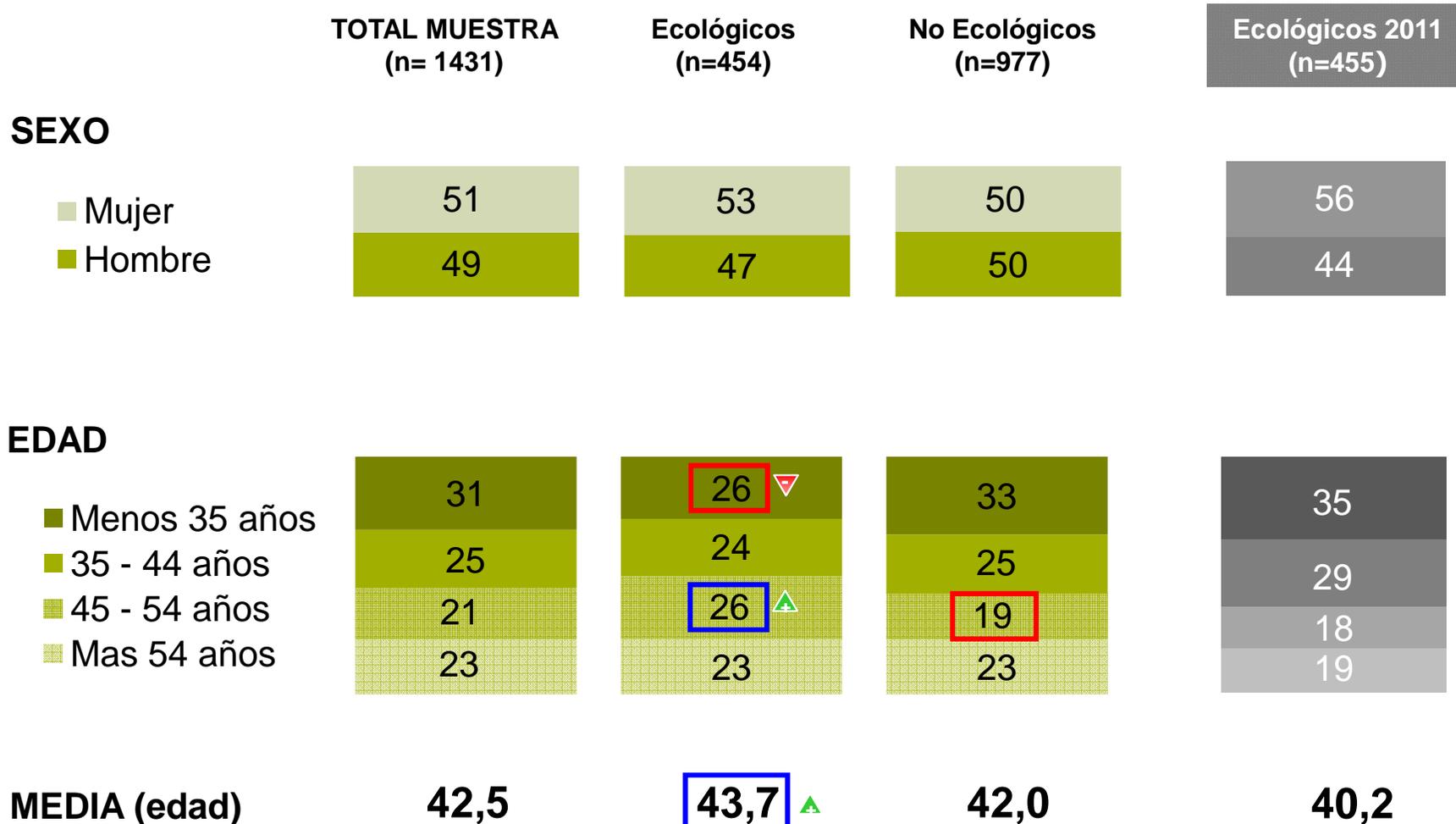
29,3%  
26,1%

78,0% ▲  
74,0%

# 4. Perfil del consumidor de productos ecológicos



Los consumidores de productos ecológicos son menos jóvenes y con una proporción más parecida entre hombres y mujeres que desde 2011. Sobre todo, aparece destacado el grupo de 45 a 54 años.

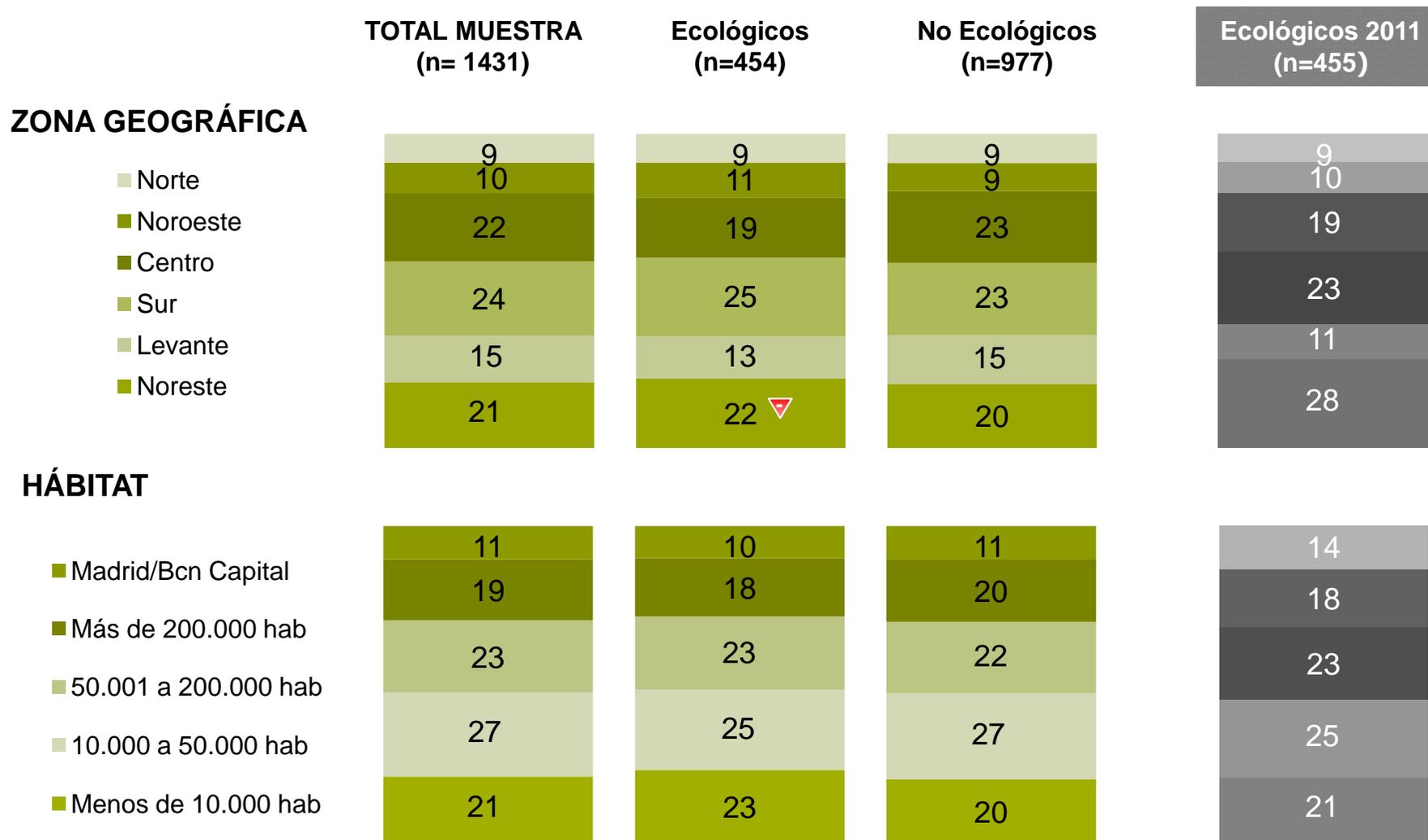


C1. Sexo // C2. ¿Sería Vd. Tan amable de indicarme su edad?

Unidad: Porcentajes verticales



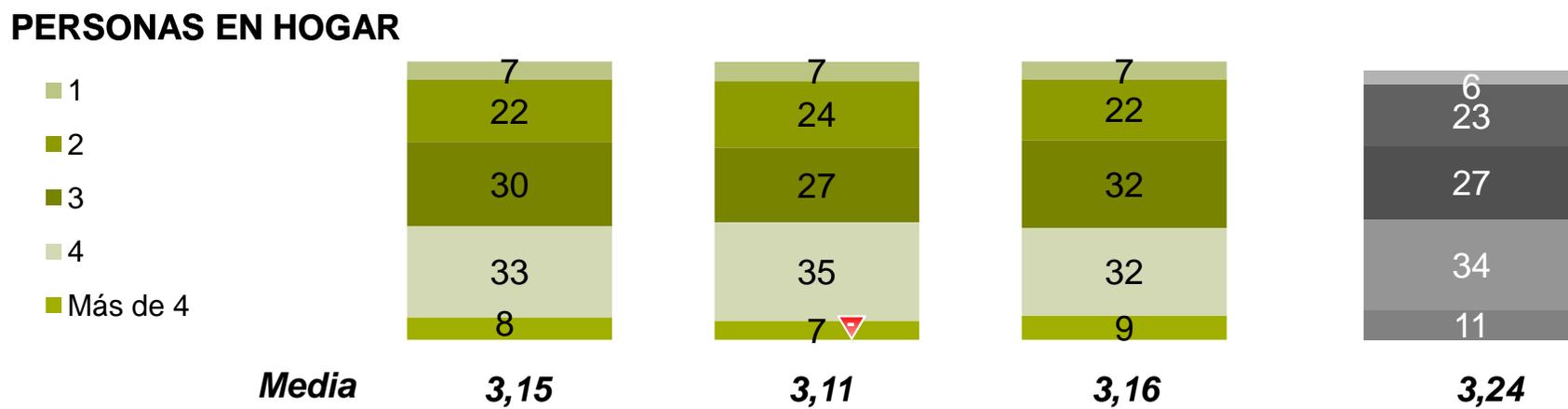
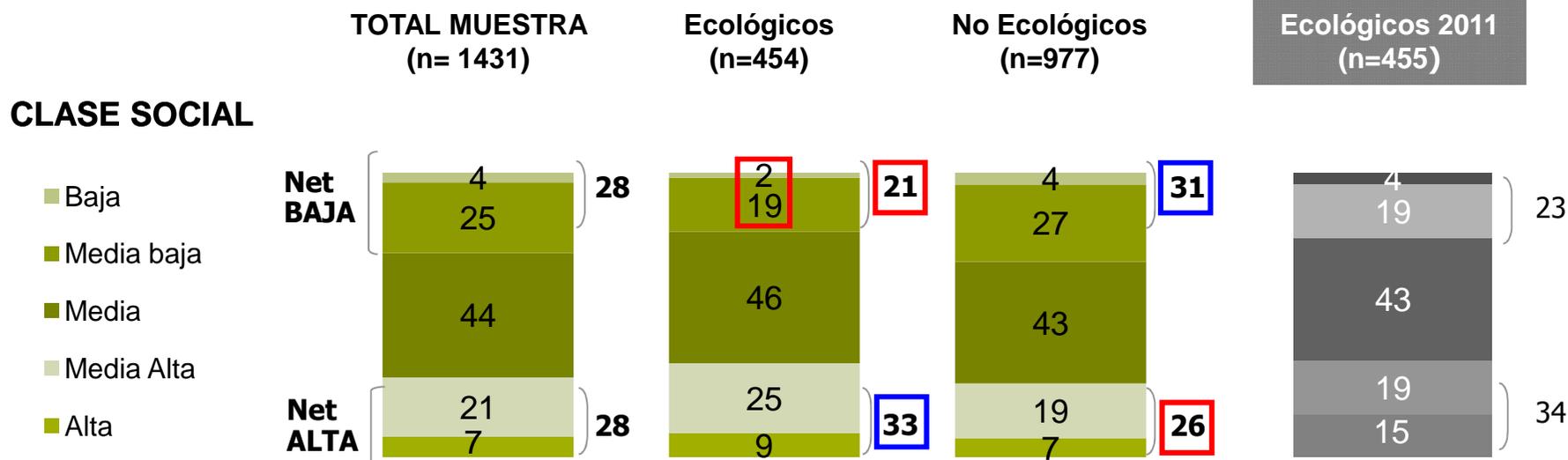
Se distribuyen por toda la geografía, sin diferencias significativas por zona o hábitat. En 2011 el peso del Noreste era relevante pero en la actualidad el nivel de consumo es similar a otras zonas.



C3. Zona geográfica en la que vive habitualmente // C4. Hábitat

Unidad: Porcentajes verticales

# Sigue existiendo una mayor proporción de clase media-alta y alta entre los consumidores de ecológicos



**Clase social** realizada a través del Nivel educativo / Ocupación y actividad del cabeza de familia  
**Unidad:** Porcentajes verticales

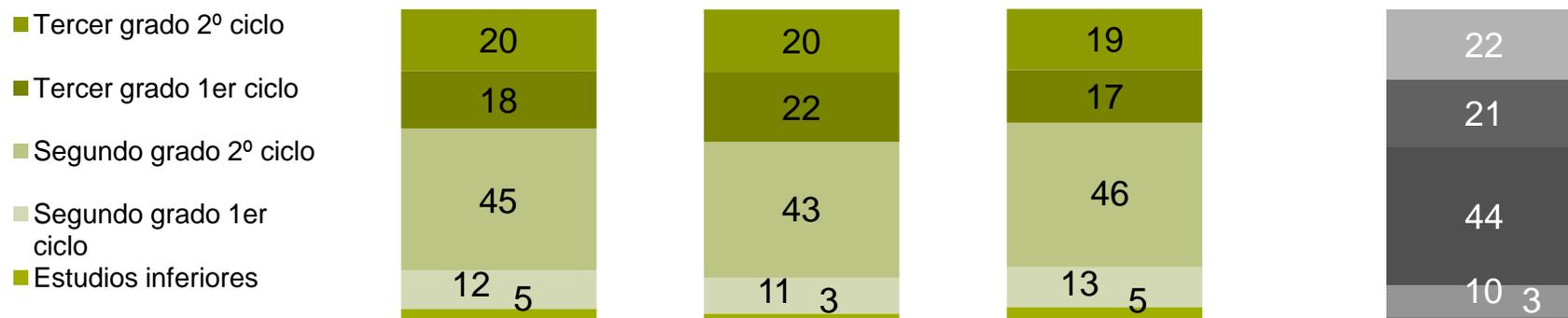


# El nivel de formación y de actividad de los consumidores es similar al conjunto de la población. En 2011 era algo superior el nivel de estudios y el peso de la población ocupada

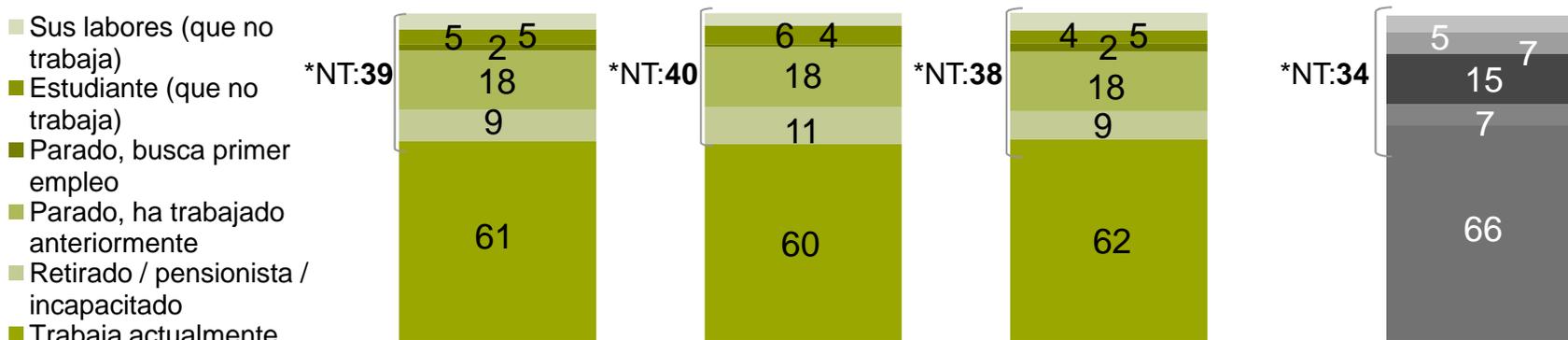


TOTAL MUESTRA (n= 1431)      Ecológicos (n=454)      No Ecológicos (n=977)      Ecológicos 2011 (n=455)

## ESTUDIOS



## ACTIVIDAD



D5. Nivel de estudios entrevistado // D6. Actividad entrevistado

Unidad: Porcentajes verticales

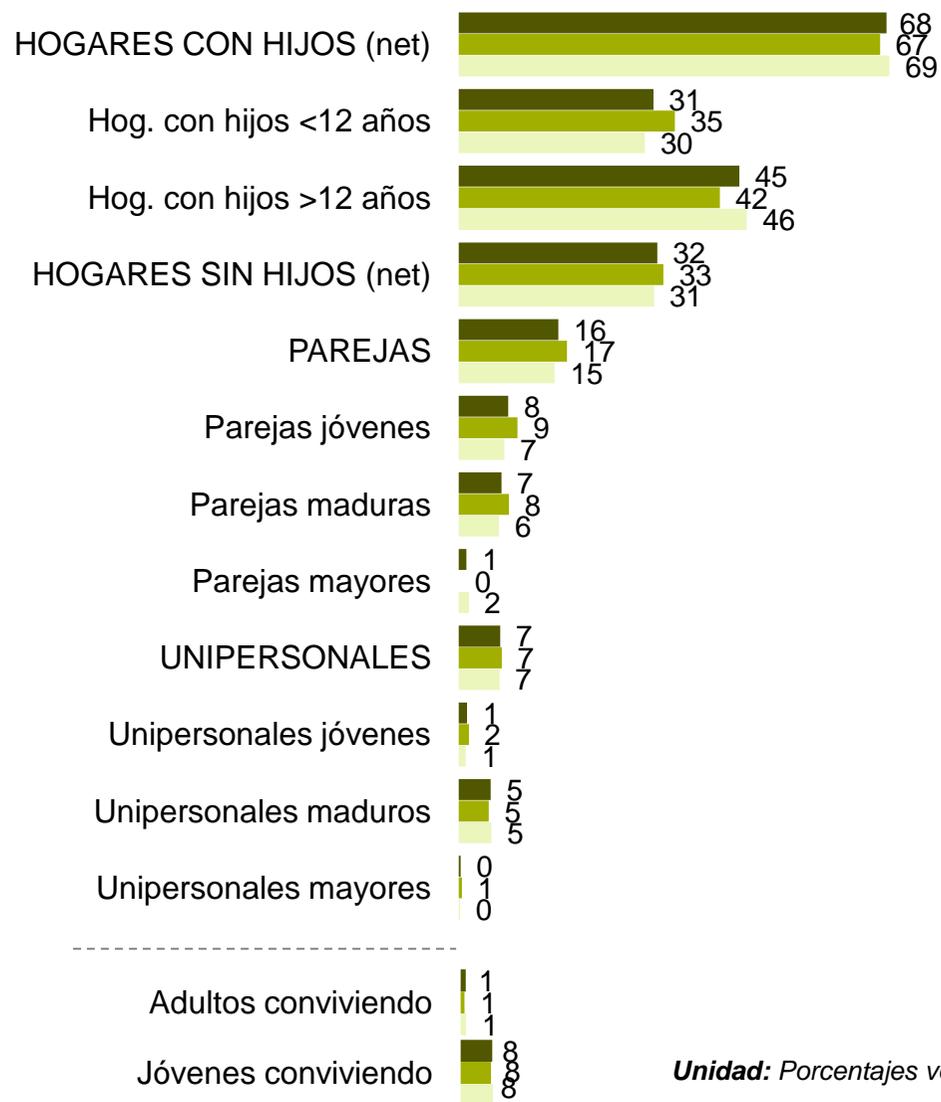
\*NT: Net no trabaja

# En cuanto a la composición del hogar, la distribución es bastante similar al total de la población



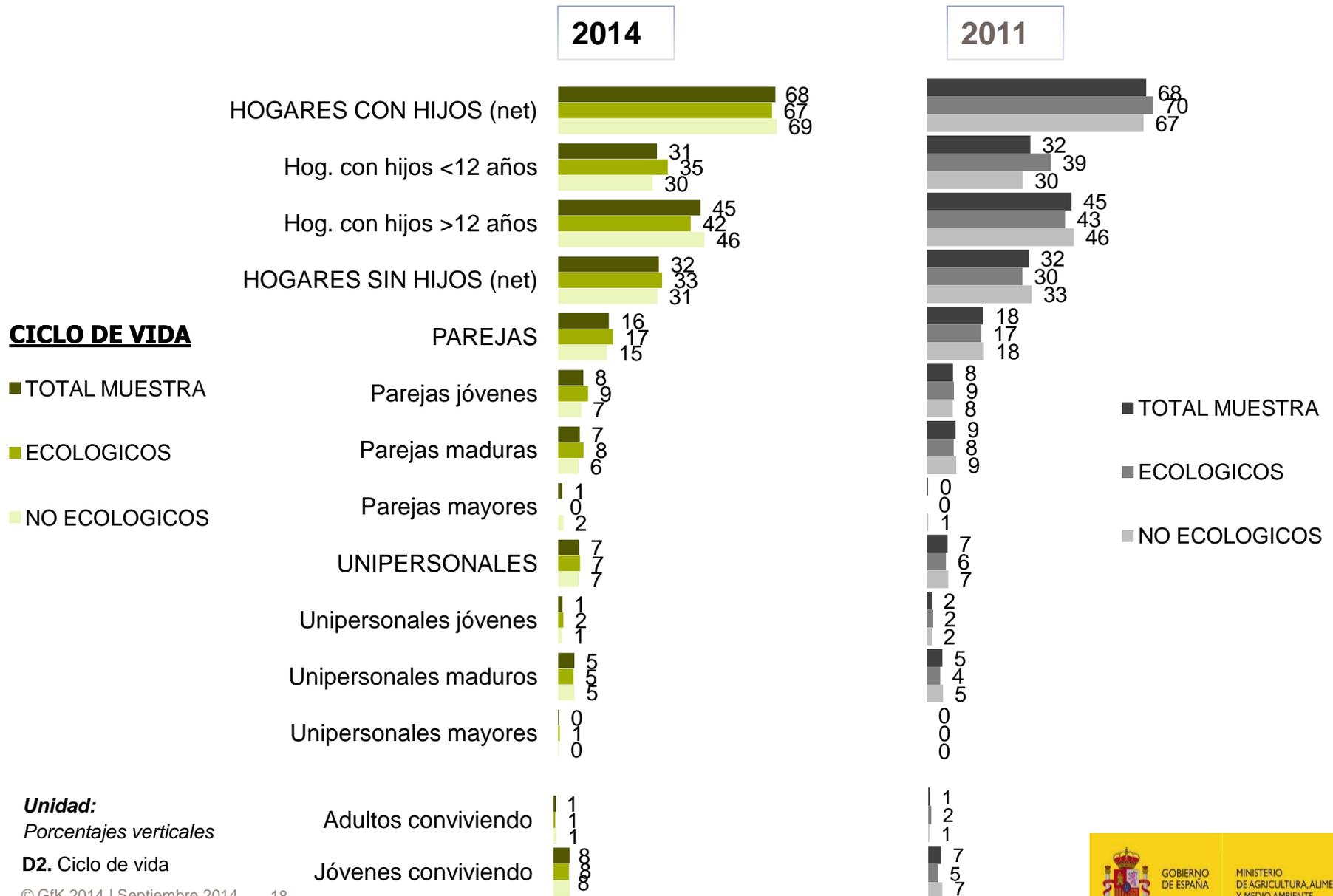
## CICLO DE VIDA

- TOTAL MUESTRA
- ECOLOGICOS
- NO ECOLOGICOS



Unidad: Porcentajes verticales

# El ciclo de vida de los consumidores actuales de ecológicos no presenta diferencias significativas respecto a 2011



Unidad:  
Porcentajes verticales

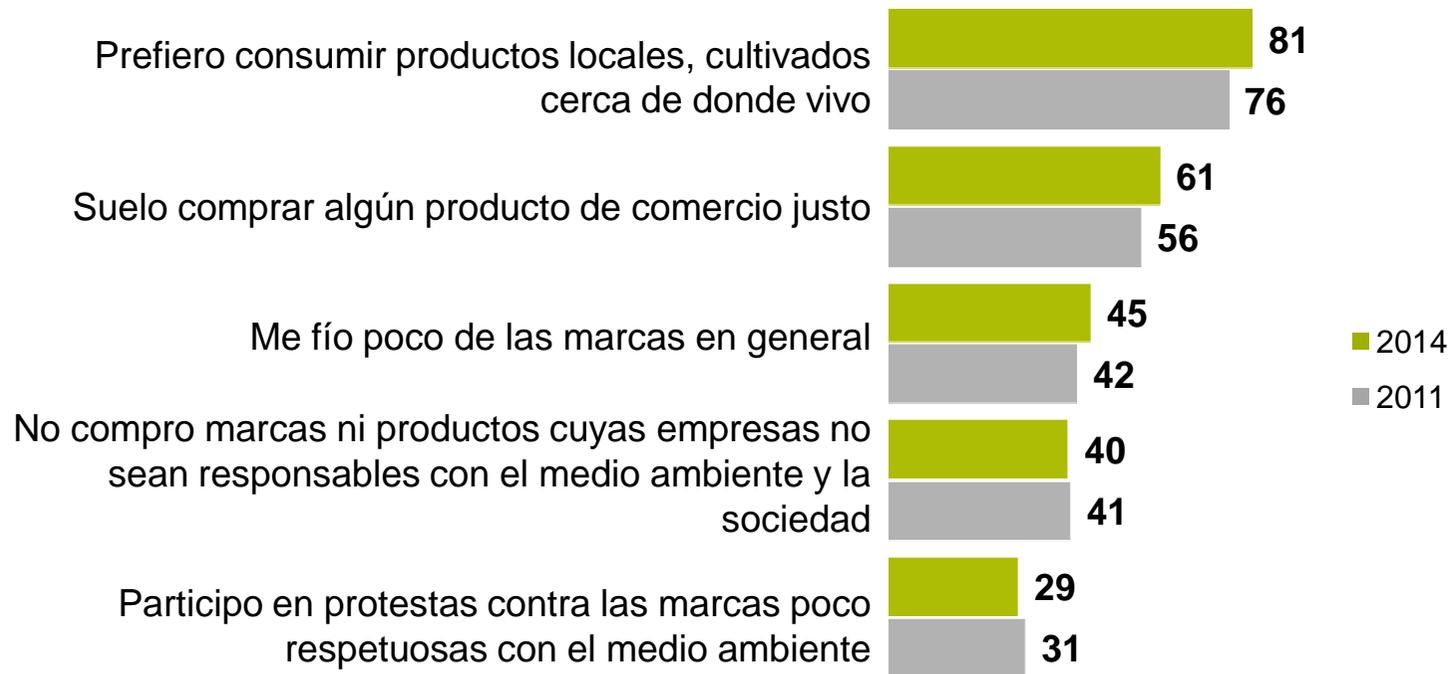
D2. Ciclo de vida



# 4. Actitudes y comportamientos del consumidor ecológico

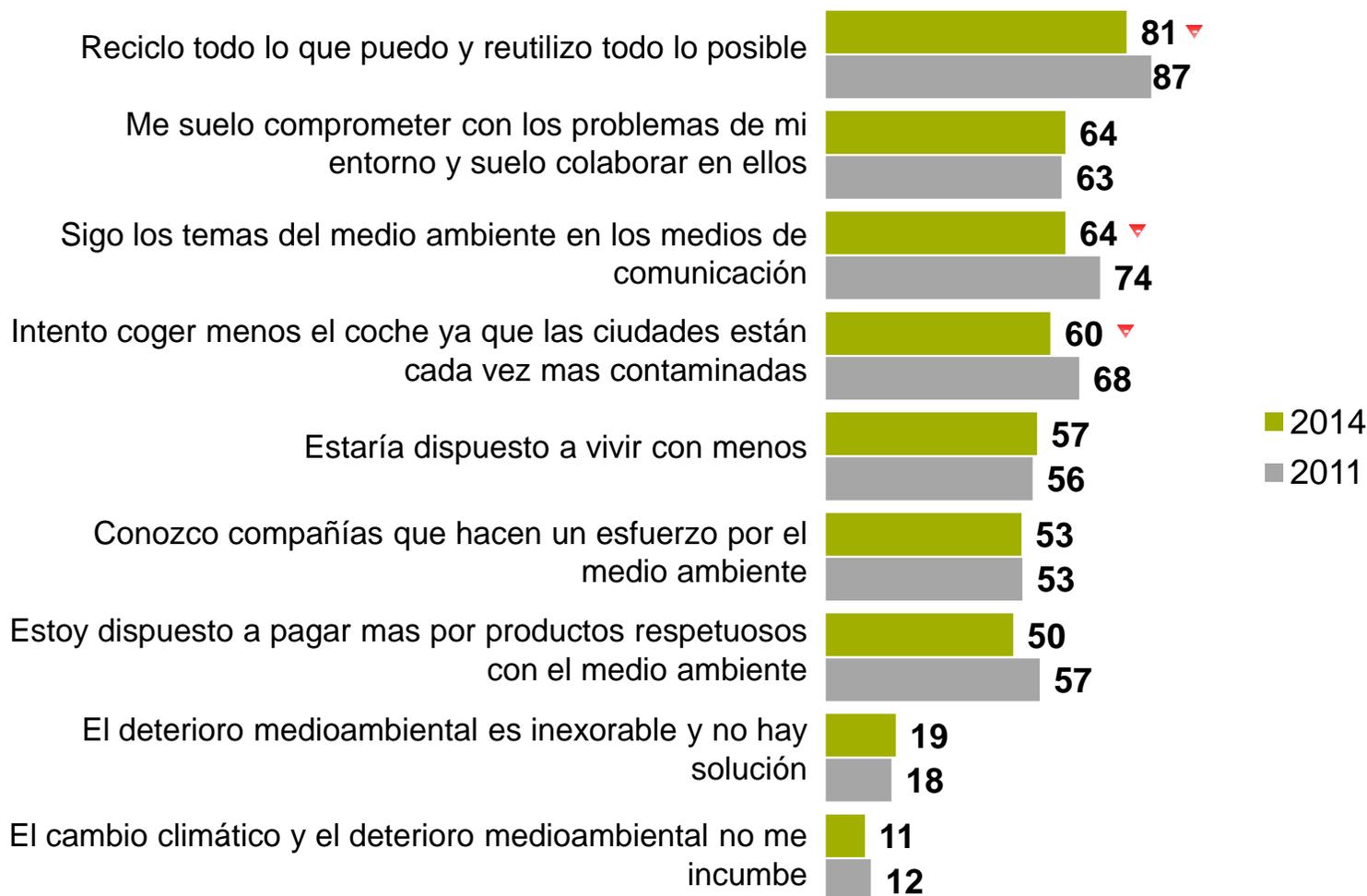


# Como en 2011 prefieren consumir productos próximos a su entorno y de comercio justo, sin dar relevancia a las marcas



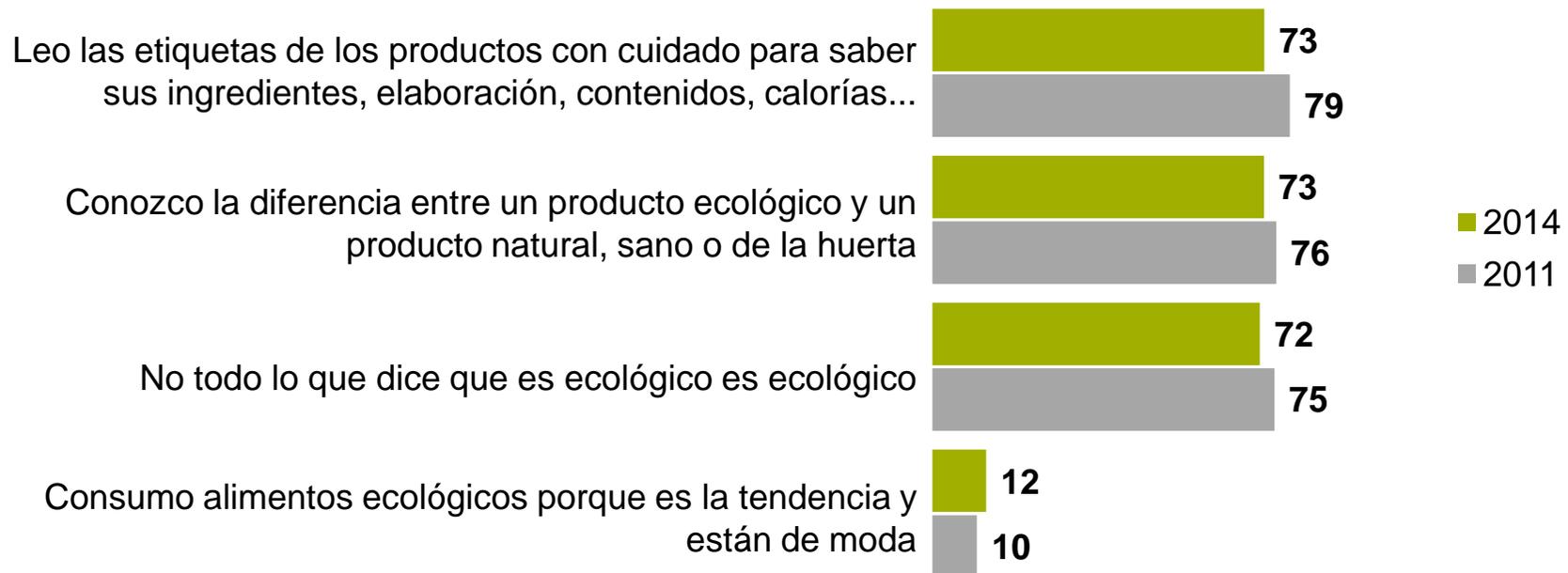
Unidad: Porcentajes (Totalmente de acuerdo + Algo de acuerdo)  
Base: Consumidor de alimentos ecológicos (2014 n=454; 2011 n=455)

# Son personas comprometidas con la sostenibilidad y el medio ambiente, aunque algo menos que en 2011



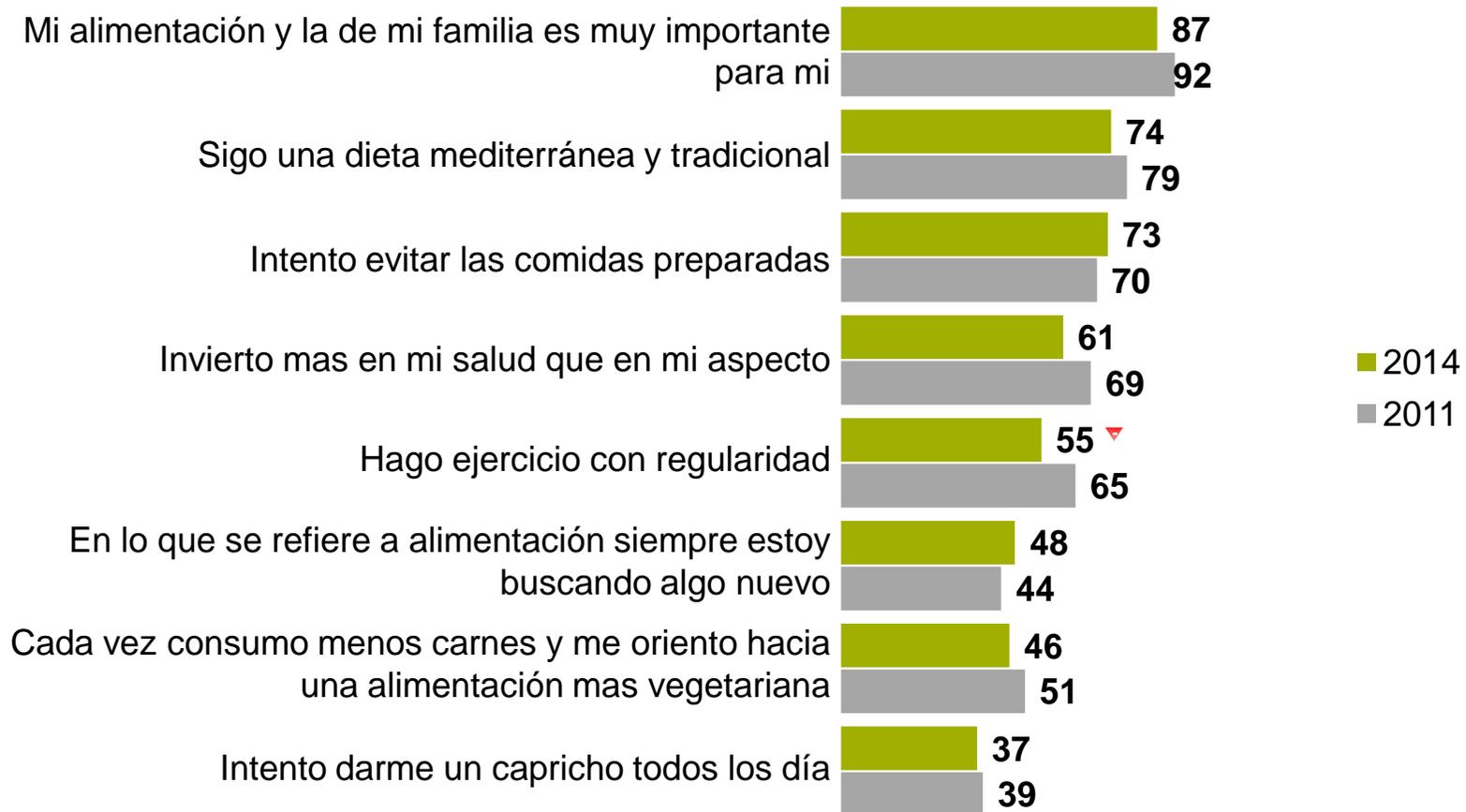
Unidad: Porcentajes (Totalmente de acuerdo + Algo de acuerdo)  
 Base: Consumidor de alimentos ecológicos (2014 n=454; 2011 n=455)

# Son consumidores bien informados, que leen las etiquetas de los productos que compran y saben identificar el auténtico producto ecológico.



Unidad: Porcentajes (Totalmente de acuerdo + Algo de acuerdo)  
Base: Consumidor de alimentos ecológicos (2014 n=454; 2011 n=455)

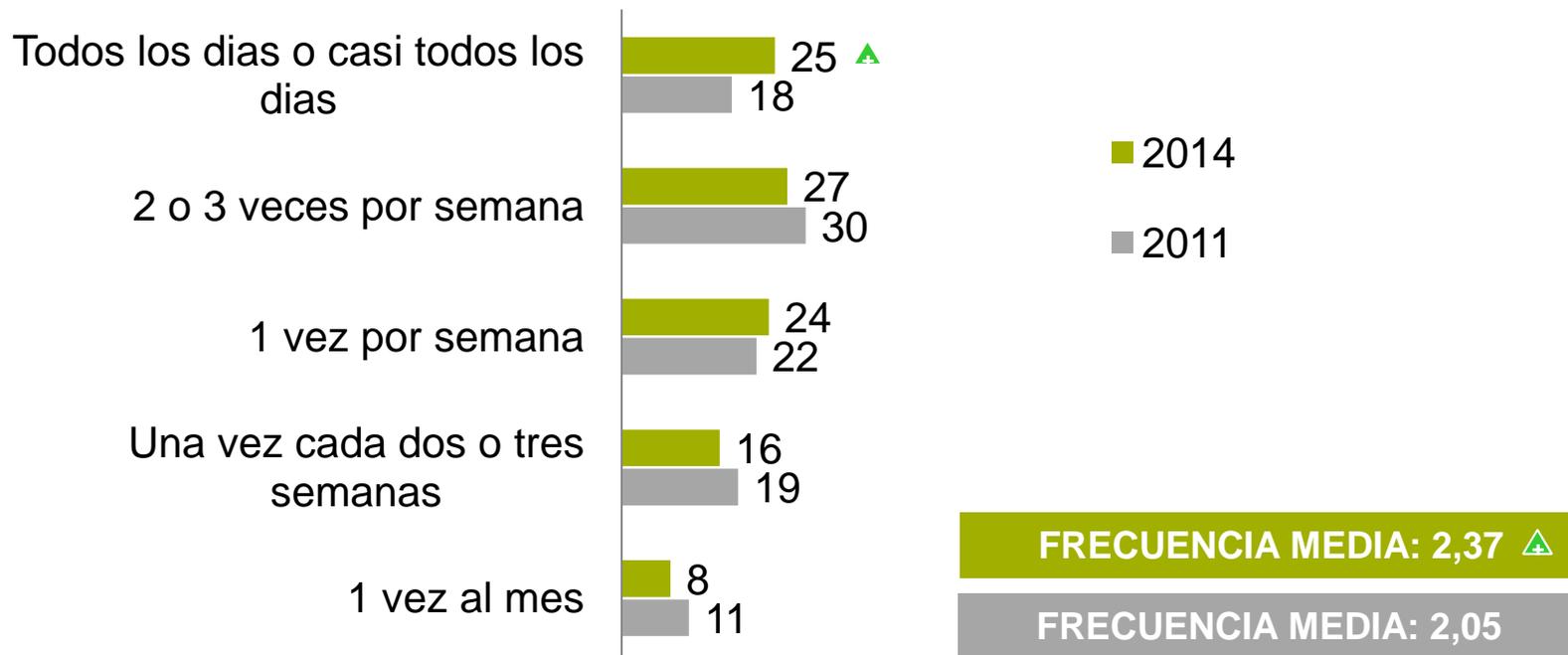
# La preocupación por la salud y la nutrición es un aspecto que comparten la gran mayoría de estos consumidores



Unidad: Porcentajes (Totalmente de acuerdo + Algo de acuerdo)  
 Base: Consumidor de alimentos ecológicos (2014 n=454; 2011 n=455)



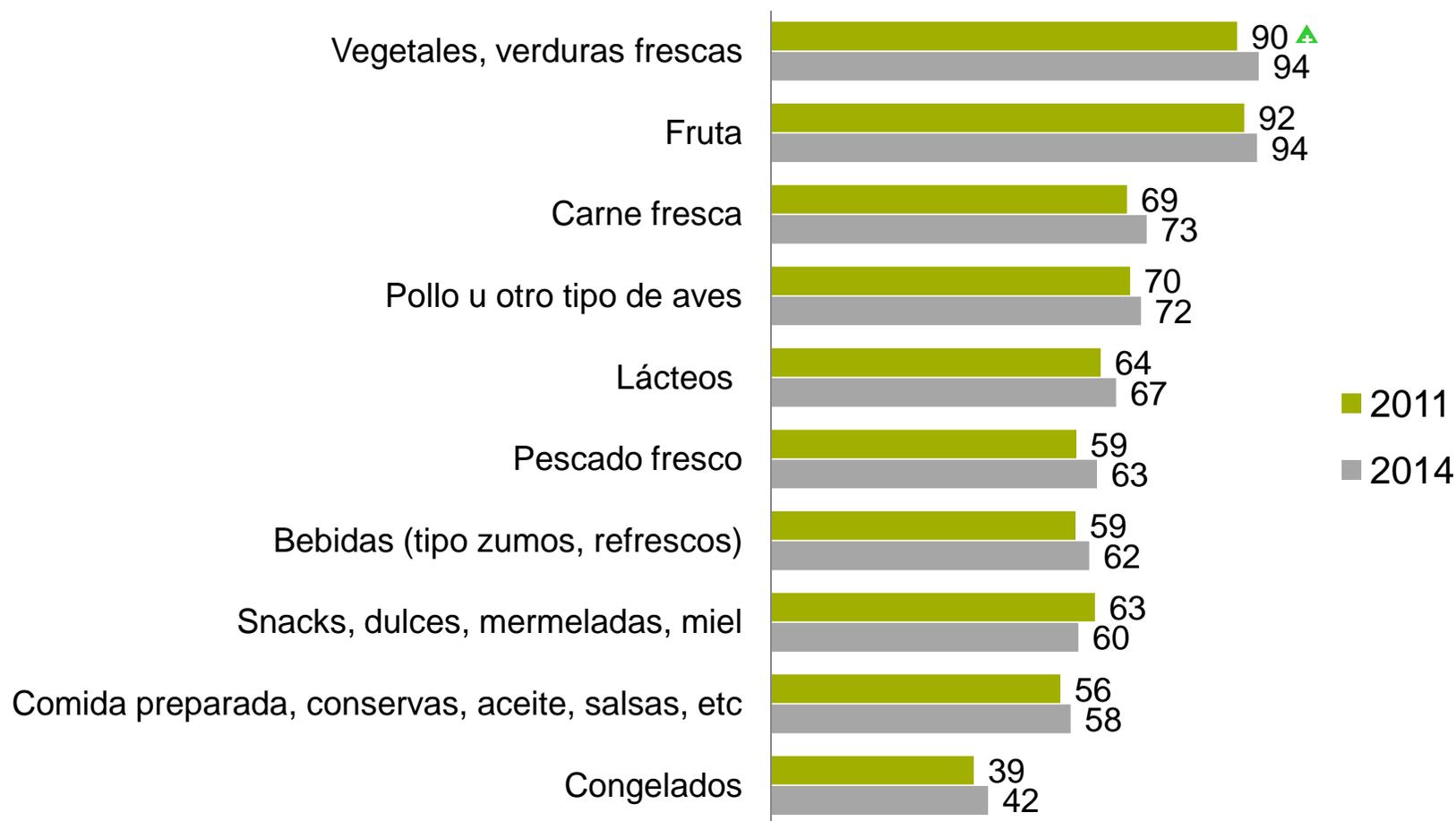
**La frecuencia media de consumo de productos ecológicos es de más de 2 veces por semana. Ha aumentado el porcentaje de los que lo consumen prácticamente a diario.**



**Unidad:** Porcentajes verticales

**Base:** Consumidor de alimentación ecológica (2014 n=454; 2011 n=455)

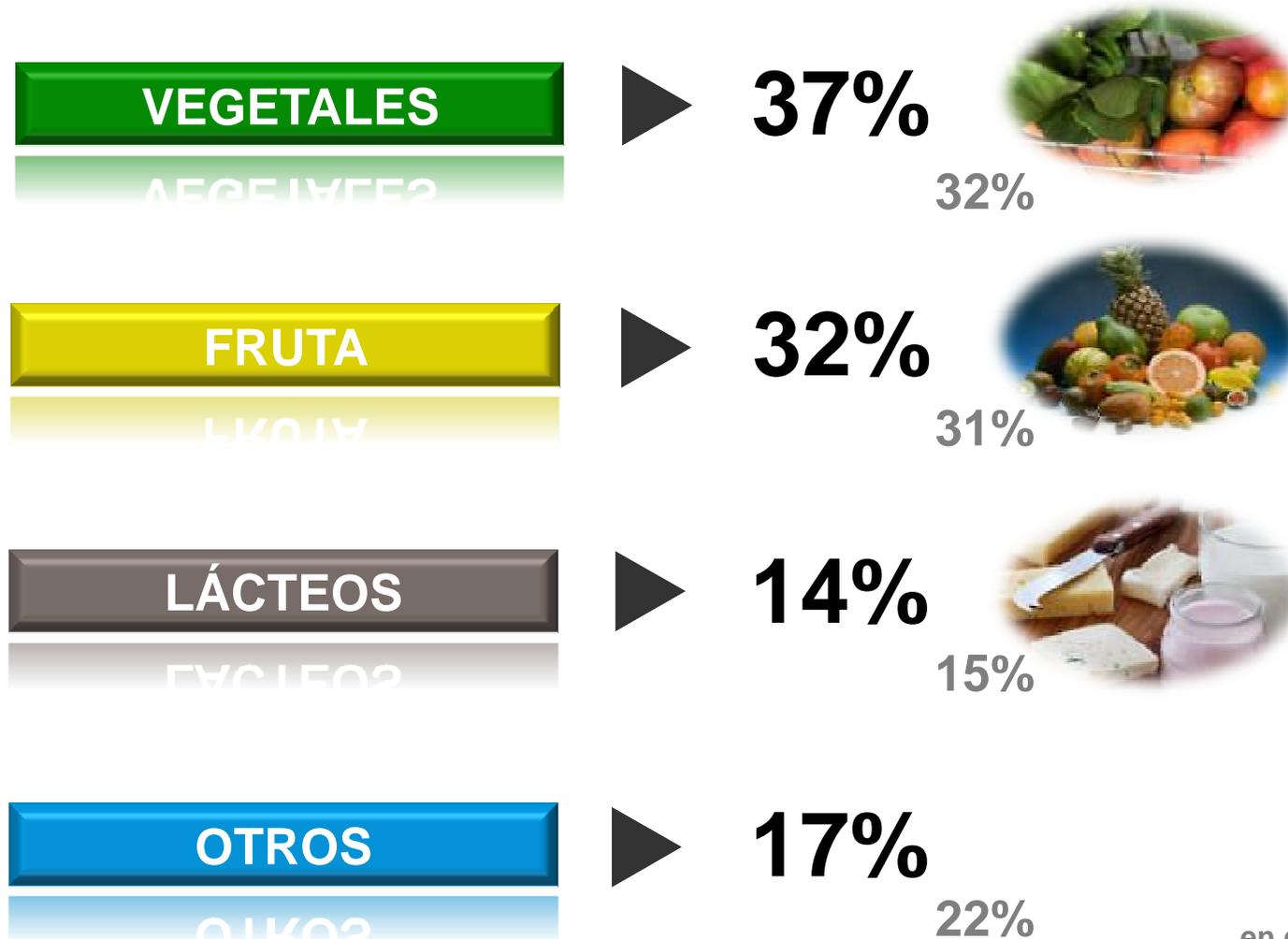
**Los vegetales y la fruta son los productos ecológicos más consumidos. Ha aumentado significativamente el consumo de vegetales y verduras frescas entre los consumidores de ecológicos.**



**Unidad:** Porcentajes verticales > 30%

**Base:** Consumidor de alimentación ecológica (2014 n=454; 2011 n=455)

**Fruta y verdura son también los alimentos ecológicos por los que la mayoría inician el consumo de este tipo de productos**



en gris: datos 2011

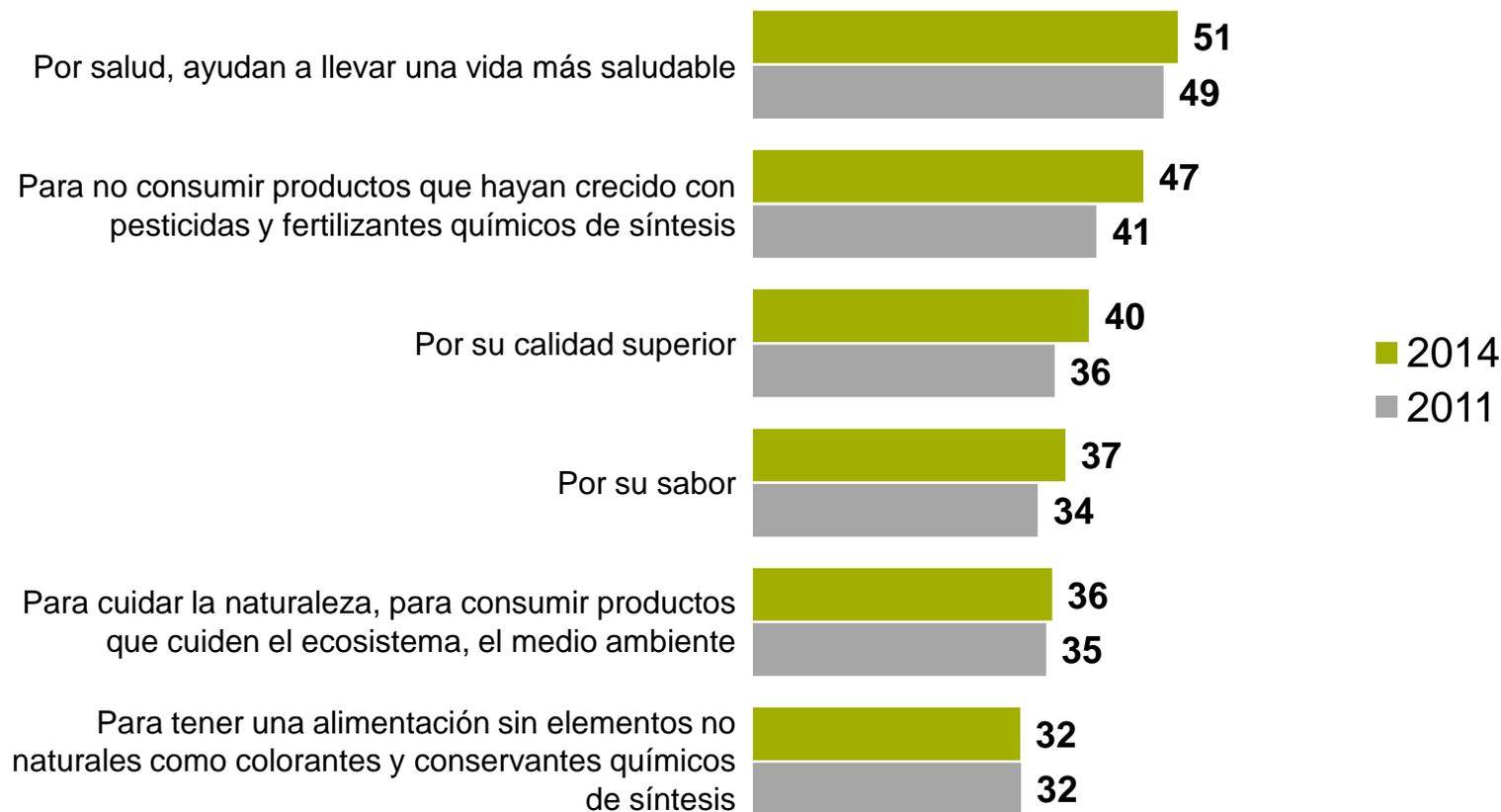
**La preocupación por la *salud* es el primer motivo, tanto para iniciarse en el consumo de alimentos ecológicos, como para continuar con el mismo. Son productos que se perciben *más naturales y de calidad superior*.**



Unidad: Porcentajes verticales > 6%

Base: Consumidor de alimentos ecológicos (n= 454)

**Apenas se han producido cambios en los principales motivos para consumir productos ecológicos respecto a hace 3 años: por salud así como por la calidad superior de estos alimentos y su crecimiento sin pesticidas o químicos.**



Unidad: Porcentajes verticales

Base: Consumidor de alimentos ecológicos (2014 n=454; 2011 n=455)

© GfK 2014 | Septiembre 2014 - 28

Unidad: Porcentajes



El consumidor de alimentos ecológicos, lleva una media de *más de 8 años consumiendo* este tipo de productos, en 2011 era de 6 años.



**Unidad:** Porcentajes verticales  
**Base:** Consumidor de alimentación ecológica  
(2014 n=454; 2011 n=455)

**El precio y la baja disponibilidad son los motivos principales por los que no se consumen algunas categorías en su variedad ecológica. El precio ha cobrado especial relevancia respecto a 2011**



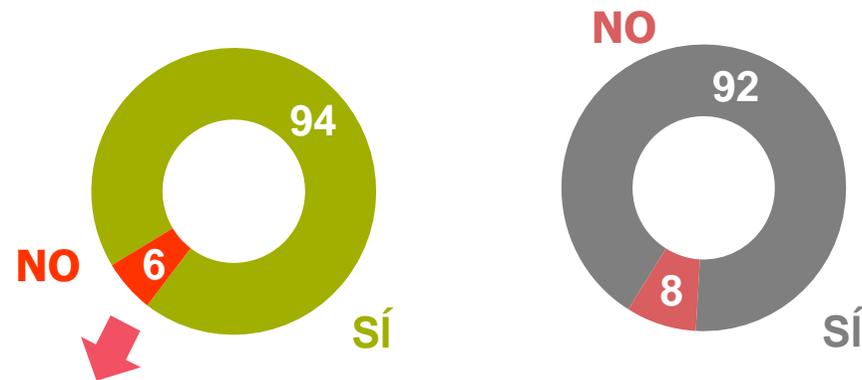
Los productos ecológicos representan el 28% de los alimentos adquiridos por estos consumidores, que además están interesados en aumentar este porcentaje. El *alto precio* y la *baja disponibilidad* son los motivos por los que no se incrementa el consumo.



**% Productos ecológicos consume**



**¿Le gustaría aumentar ese porcentaje?**



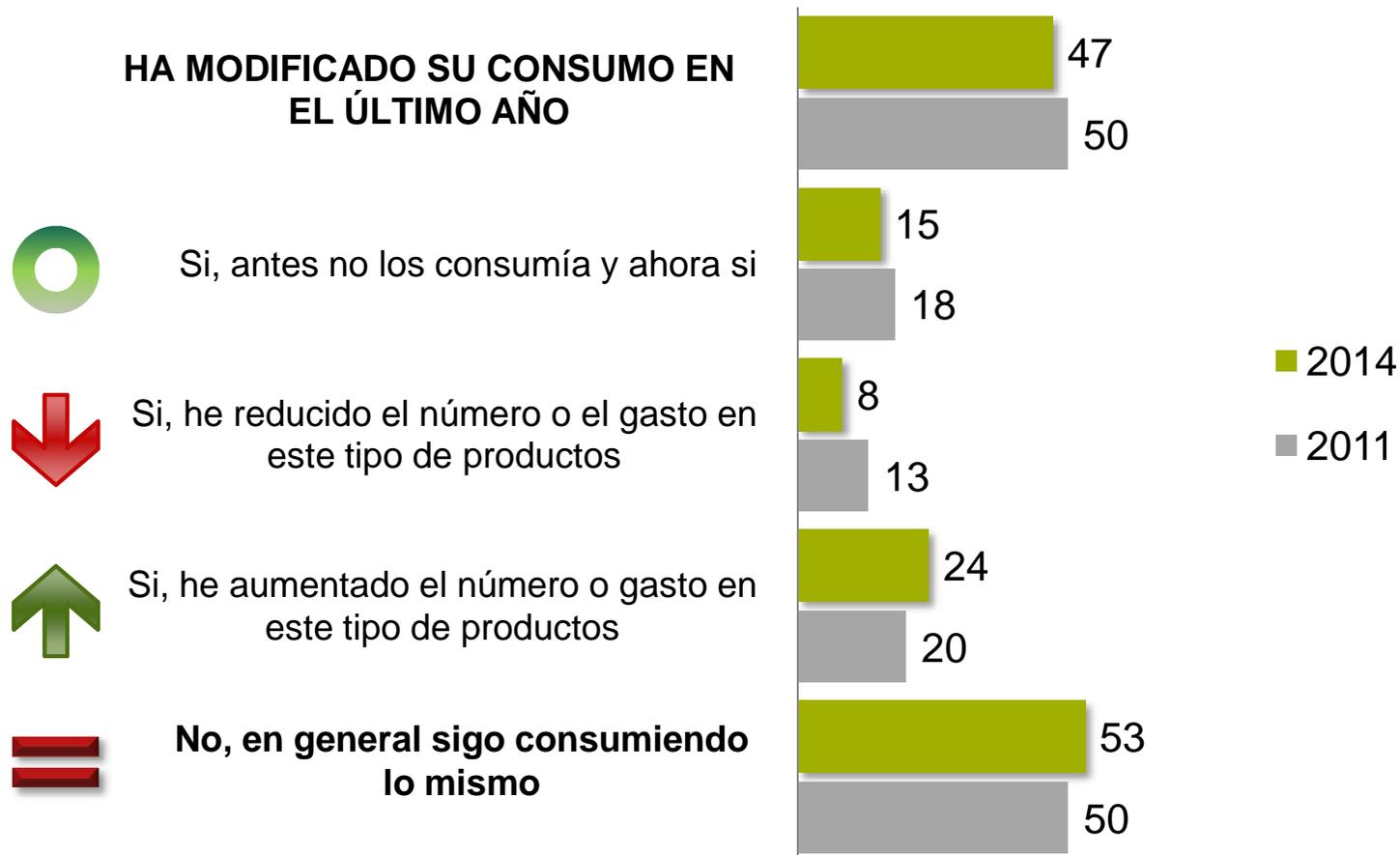
**¿Por qué motivos no aumenta?**



**Base:** Consumidor de alimentación ecológica  
(2014 n=454; 2011 n=455)

Unidad: Porcentajes

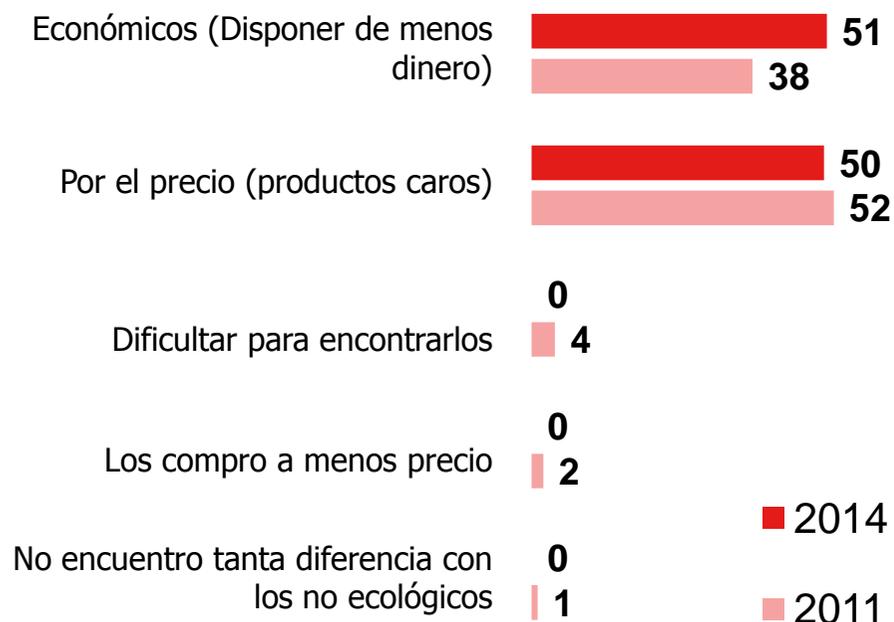
**Un 47% han modificado su consumo en el último año, la mitad porque ha aumentado el gasto o aumentado el número de productos.**  
**El porcentaje de los que han comenzado a consumirlos durante el último año es similar al 2011.**



La *salud* es el motivo primordial para aumentar el consumo de ecológicos. Por el contrario, el *precio* se ha convertido en el único motivo por el que se reduce su consumo

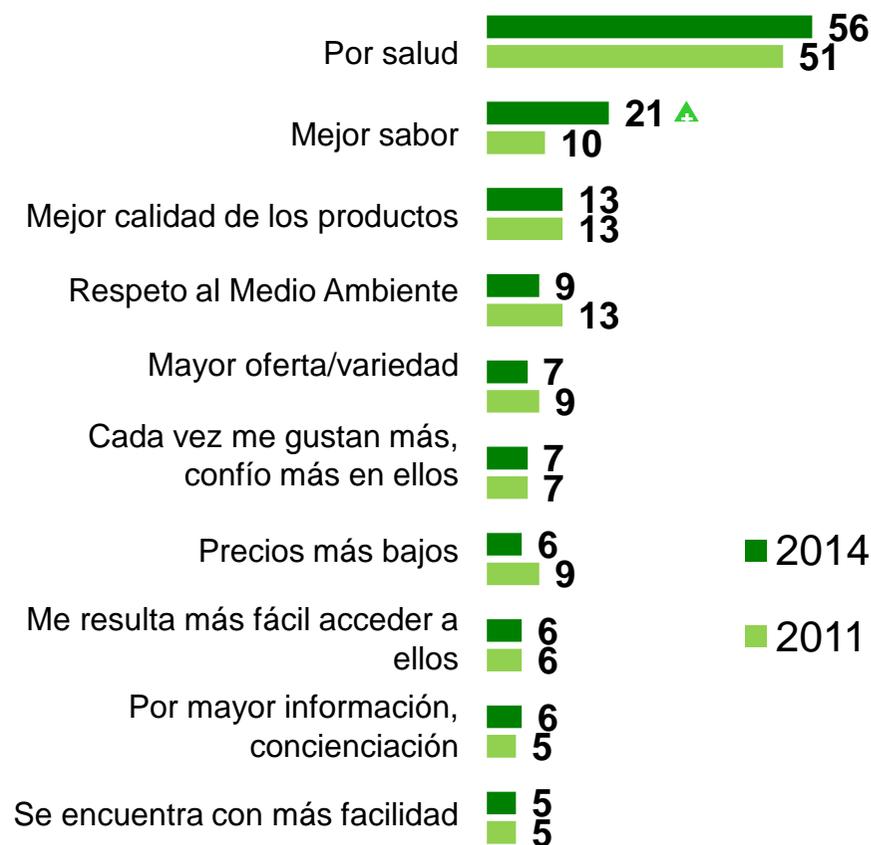


### MOTIVOS PARA REDUCIR GASTO/PRODUCTOS



Base: Consumidores que han reducido el consumo de productos ecológicos (2014 n=33 ;2011 n=51) ij BASE PEQUEÑAij

### MOTIVOS PARA AUMENTAR GASTO/PRODUCTOS



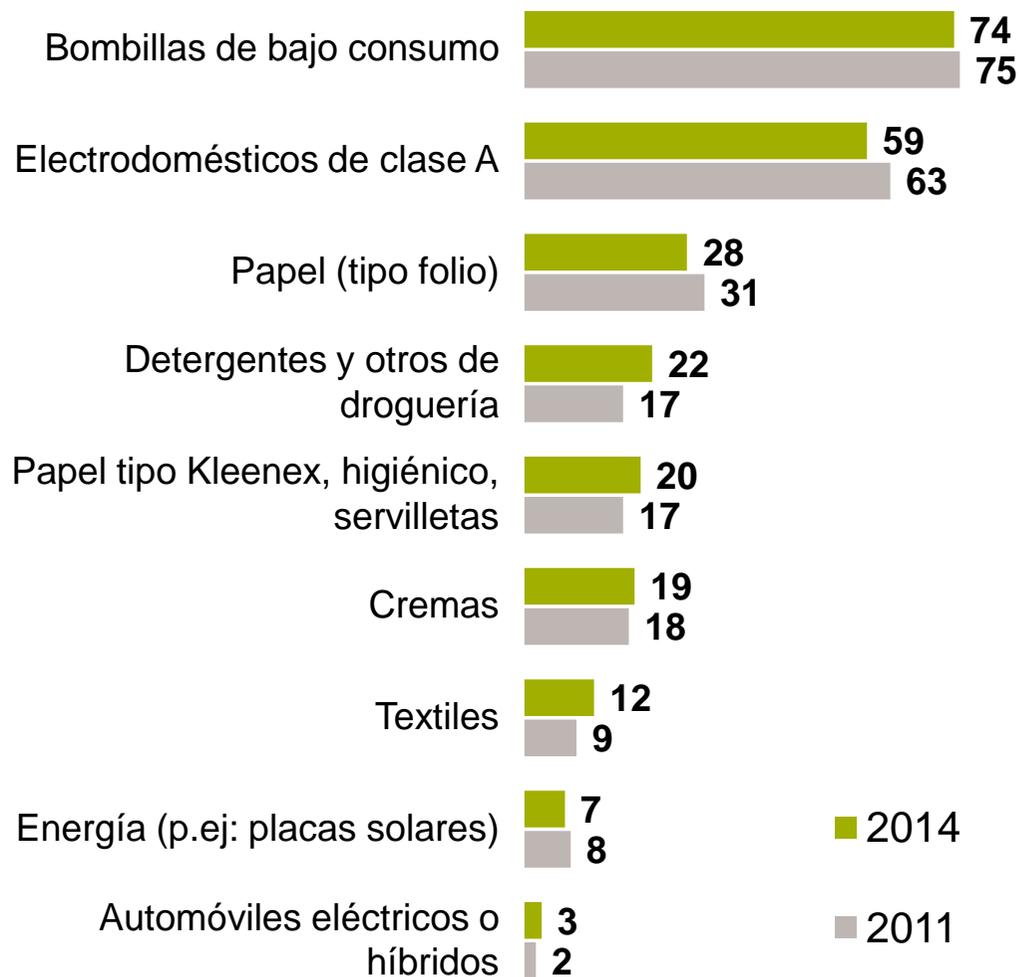
Base: Consumidores que han aumentado su consumo de ecológicos (2014n=100;2011n=80)



**El Hipermercado sigue siendo el canal más utilizado por los consumidores pero crece la adquisición de productos directamente al agricultor.**



Los consumidores de alimentos ecológicos, consumen también productos ecológicos en otras categorías *distintas de los alimentos*, especialmente en las relacionadas con *el ahorro de energía*.



Media de Productos 2014



Media de productos 2011





**5.** Segmentación  
de consumidores

Entre los consumidores de ecológicos, según sus actitudes se han identificado los mismos grupos que en 2011 y similar distribución



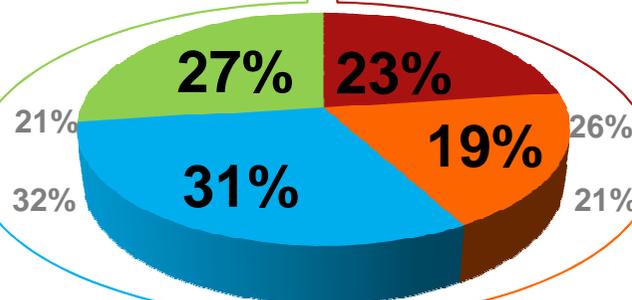
### ECOLOGISTA

*“La conservación del Medio Ambiente empieza por gestos cotidianos”*



### DESIMPLICADO

*“Consumo Productos Ecológicos porque está de moda” (efecto mimético)*



*“Practico y reivindico una alimentación natural y hábitos de vida respetuosos con el medio ambiente” (militantes)*



*“Los Productos Ecológicos ayudan a cuidar mi salud y la de los míos”*



### CONVENCIDO

### PREOCUPADOS POR LA SALUD

## Principales tendencias de cada grupo:



27%

### “ECOLOGISTAS”

- Muestra **preocupación por el medio ambiente** y traduce esa preocupación en **hábitos de vida y de consumo responsables**: recicla, consume productos locales cultivados cerca de donde vive
- Respecto a 2011 destaca por un **incremento de la compra directa al agricultor**
- Conoce mejor que la media aquellas compañías que hacen un mayor esfuerzo por la sostenibilidad

Respecto a 2011...  
Parece que un  
mayor número de  
hombres se han  
incorporado al  
“sentir” ecológico

- Encontramos a un mayor número de hombres
- Edad similar al total de consumidores de ecológicos (un año más jóvenes que la media)
- Perfil muy similar en el resto de características demográficas y hábitos de consumo que el conjunto de consumidores de ecológicos

# Principales tendencias de cada grupo



23%

## “DESIMPLICADOS”

- Su consumo de ecológicos viene determinado por ser **tendencia o moda** (en mayor proporción que el resto de grupos) como sucedía en 2011. Parece ser su principal vía de entrada al consumo de alimentos ecológicos, que se ha producido más recientemente.
- También son los menos preocupados por mantener estilos de vida saludables.
- Como en 2011, este grupo se caracteriza por **una actitud claudicante hacia el cambio climático**: es un proceso inexorable sobre el que se puede hacer poco
- 4 de cada diez incluso afirman que **el cambio y deterioro medioambiental no les incumbe**

Respecto a 2011...  
Se ha reducido la proporción de personas de clase baja /media-baja, teniendo ahora una distribución similar al total de consumidores

- Más jóvenes que el resto (3 años)
- Les gustaría aumentar su consumo de ecológicos pero encuentran menos razones para consumirlos; compran estos productos en menos establecimientos, concentrando sus compras en supermercados e hipermercados

# Principales tendencias de cada grupo



31%

## “CONVENCIDOS”

- Continúa siendo el grupo abanderado de la causa ecológica. No solo se muestran convencidos de la necesidad de cuidar el medio ambiente y de consumir productos libres de pesticidas y fertilizantes, sino que intentan llevarlo a cabo en su día a día
- Como se observaba en 2011, su defensa de la alimentación ecológica se basa tanto en su carácter saludable como en la garantía de un desarrollo sostenible, que sea respetuoso con el medio ambiente
- Múltiples motivos para seguir consumiendo ecológicos y van incrementando su consumo (como el resto, es el precio principalmente por lo que no lo aumentan aún más,)

### Respecto a 2011...

...encontramos un mayor número de mujeres entre los abanderados de una vida saludable que cuide el medio ambiente

- Más mayores que el resto (3 años)
- Menor proporción de clase social baja
- Larga trayectoria consumiendo ecológicos y mayor consumo
- Compra en distintos canales, sobre todo tienda especializadas (también al agricultor, herboristerías...)

# Principales tendencias de cada grupo



19%

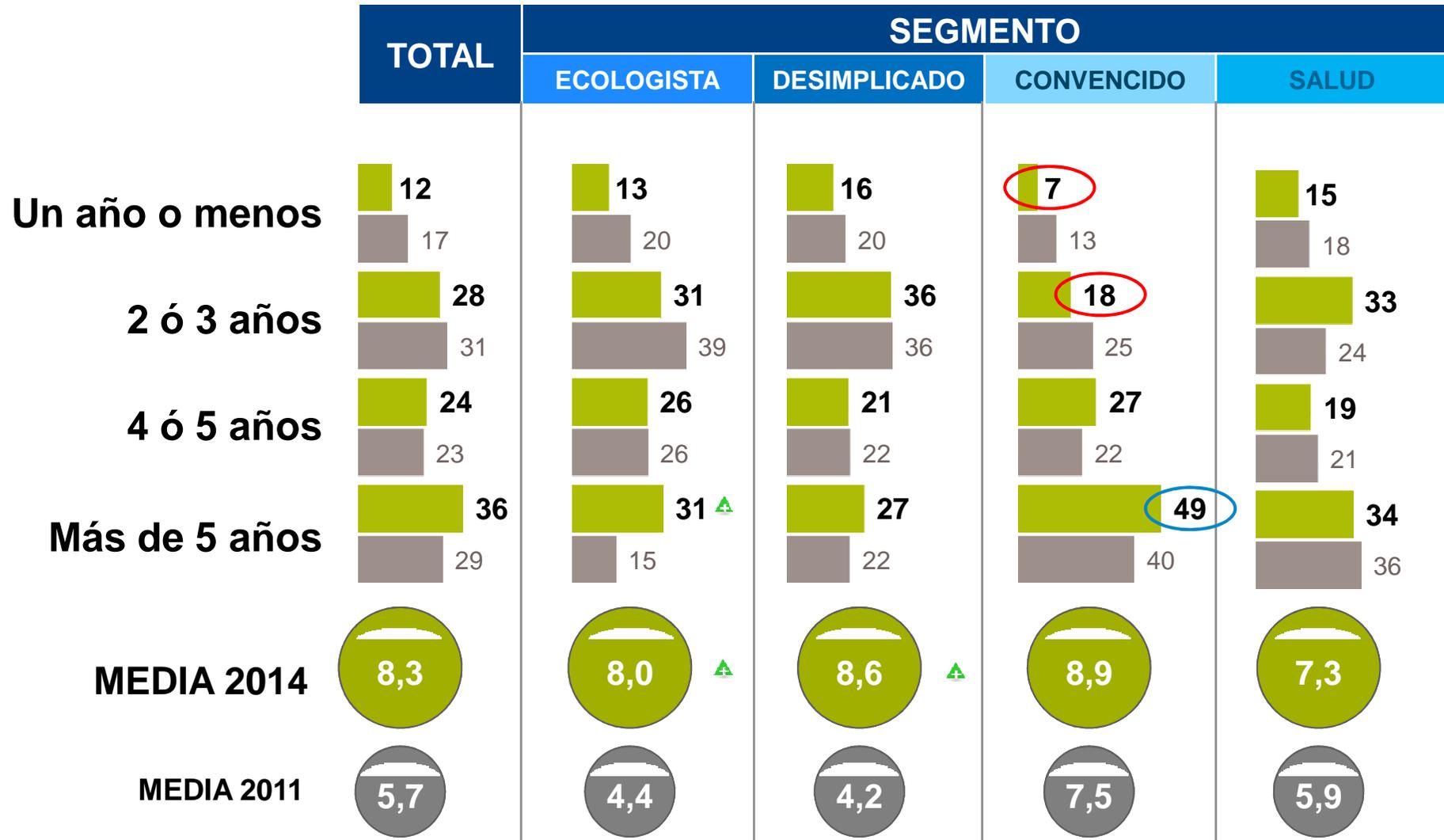
## “PREOCUPADOS POR LA SALUD”

- Como hace 3 años, este sigue siendo un grupo con un nivel bajo de implicación medio-ambiental.
- No es que crea que no hay solución en el deterioro medioambiental o que no le incumba, sino que no participa o se interesa menos por acciones que puedan ayudar a mejorarlo
- Su interés se centra en la alimentación y en la salud. Intentar que ellos y su familia lleve una vida más saludable sigue siendo su principal motivo de consumo y clave de entrada en la categoría de ecológicos. Alimentación saludable que combinan con la práctica de ejercicio físico.

**Respecto a 2011...**  
Se observa una distribución más similar entre hombres y mujeres, porque ha habido un incremento de hombres cuyo principal objetivo es llevar una alimentación saludable

- Proporción similar de mujeres y hombres que en el total de consumidores de ecológicos. También en el resto de variables sociodemográficas presentan un perfil similar
- Como en 2011 algo mayor presencia en el Levante

Los “Convencidos” siguen siendo los consumidores con una trayectoria más larga en el consumo ecológico. Destaca positivamente el incremento en el tiempo consumiendo ecológicos del grupo menos implicado.

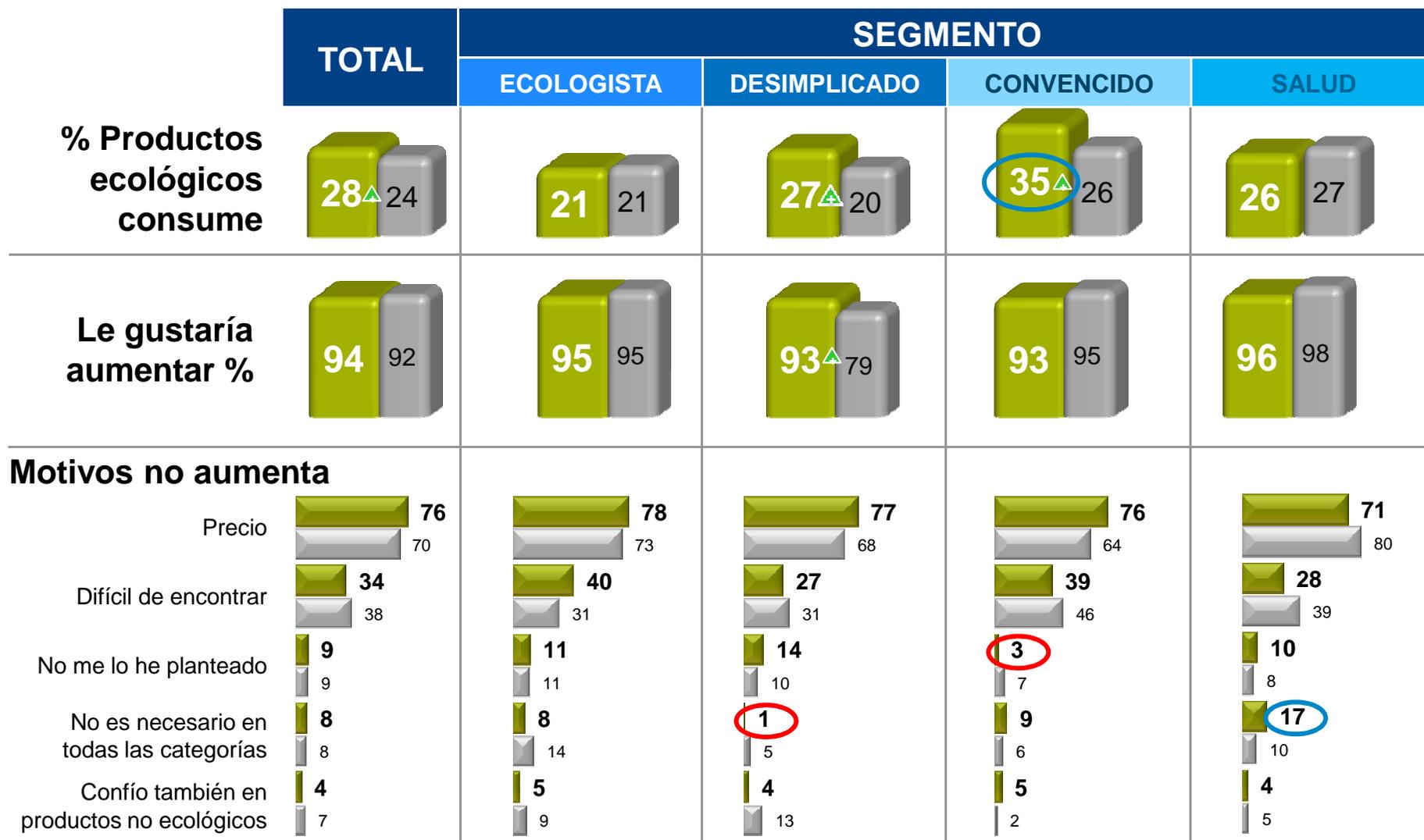


Base: Consumidor de alimentación ecológica  
(2014 n=454; 2011 n=455)

Unidad: Porcentajes y medias



El grupo de “Convencidos” son los que mayor porcentaje de ecológicos consume. Los “Desimplicados” están más dispuestos a aumentar su consumo que en 2011, el principal freno es el precio. Motivo que ha cobrado importancia en todos los grupos.

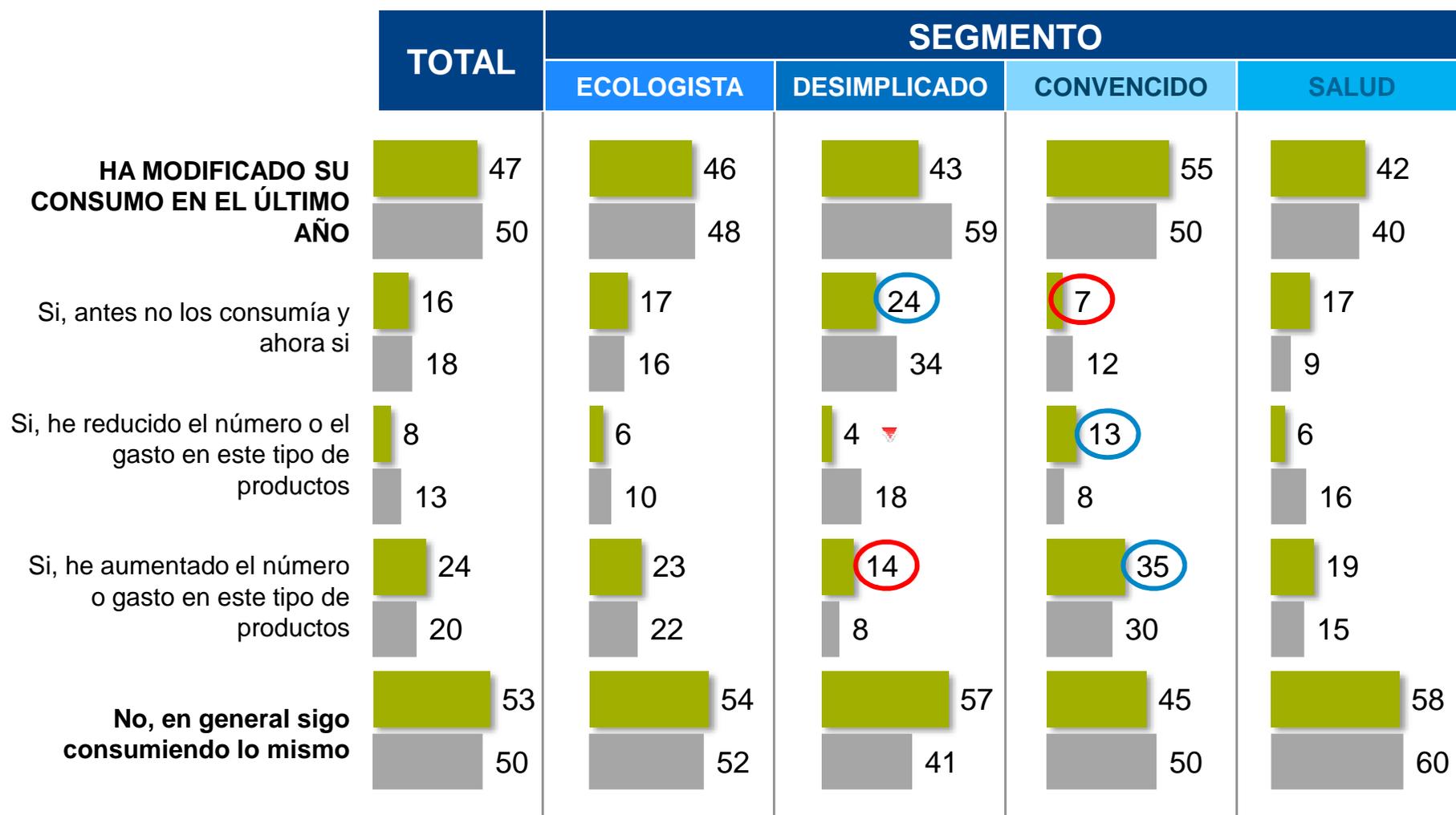


Base: Consumidor de alimentación ecológica (2014 n=454; 2011 n=455)

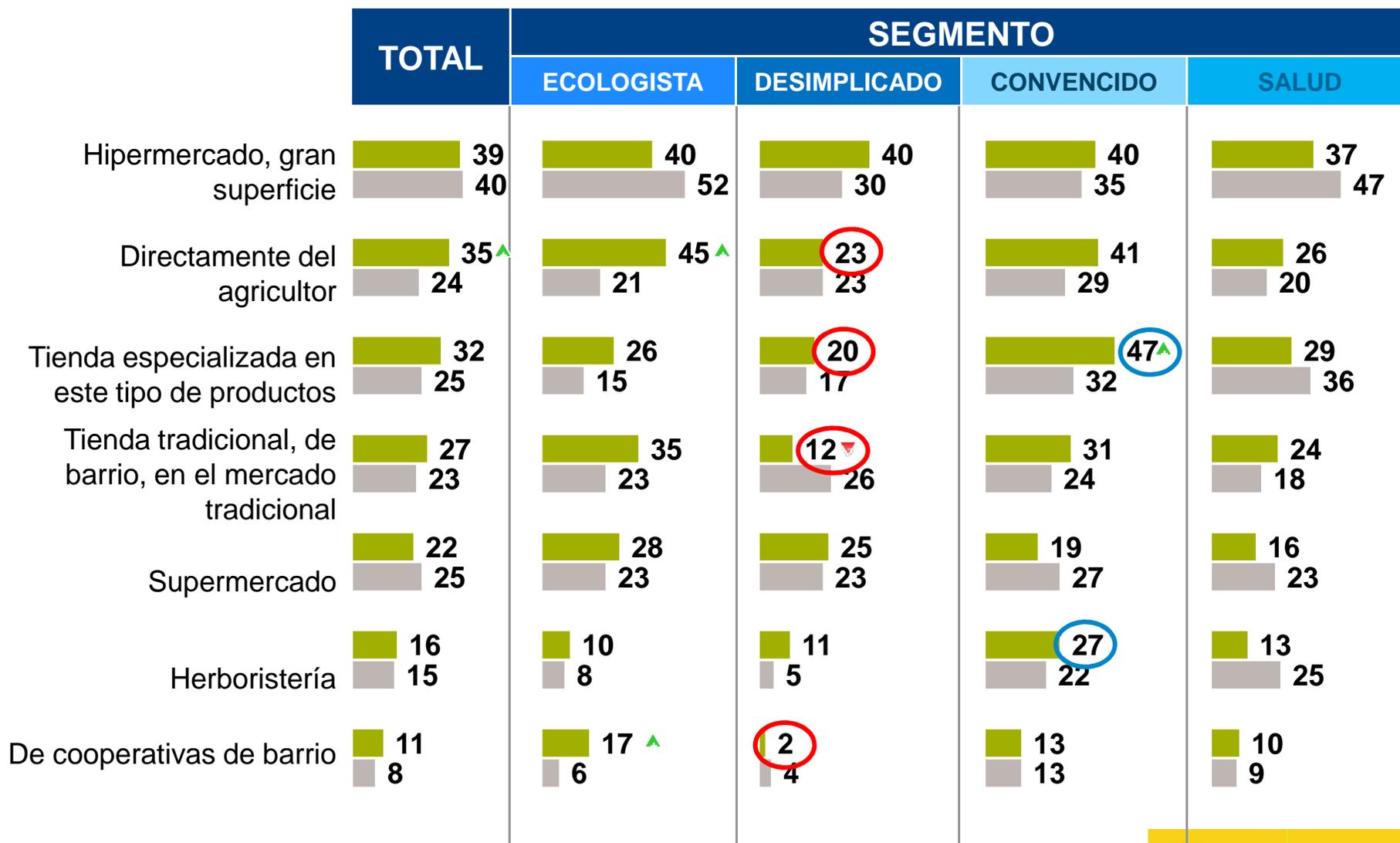
Unidad: Porcentajes



Como en 2011, encontramos un mayor número de nuevos consumidores entre los “Desimplicados”. Los “Convencidos” destacan por haber aumentado su consumo.



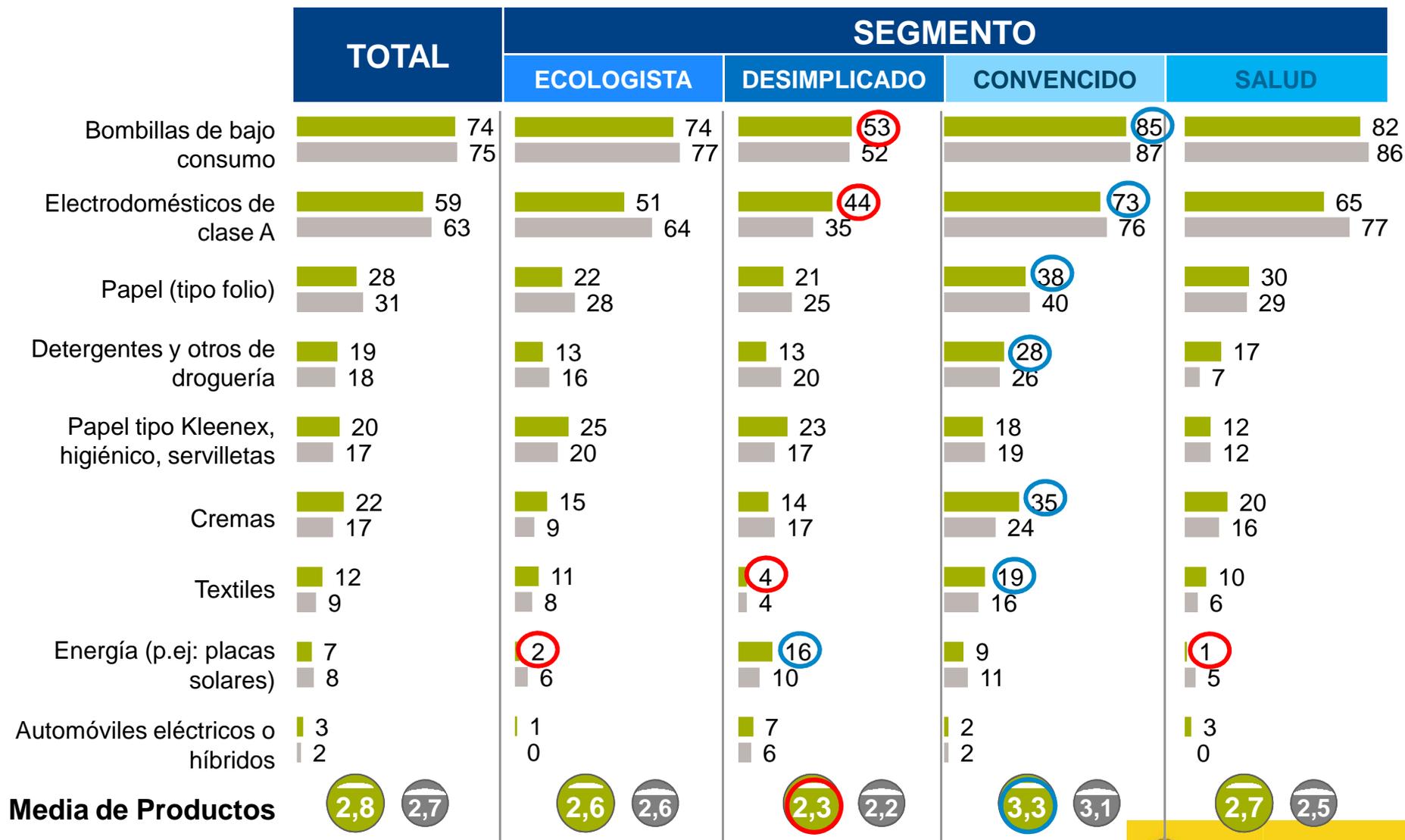
Las tiendas especializadas se han convertido en el principal lugar de compra de los convencidos. En el caso de los “ecologistas” han aumentado los que adquieren los productos directamente al agricultor. Los “desimplicados” son los que utilizan menos puntos de venta distintos al hiper y super.



Base: Consumidor de alimentación ecológica (2014 n=454; 2011 n=455)

Unidad: Porcentajes

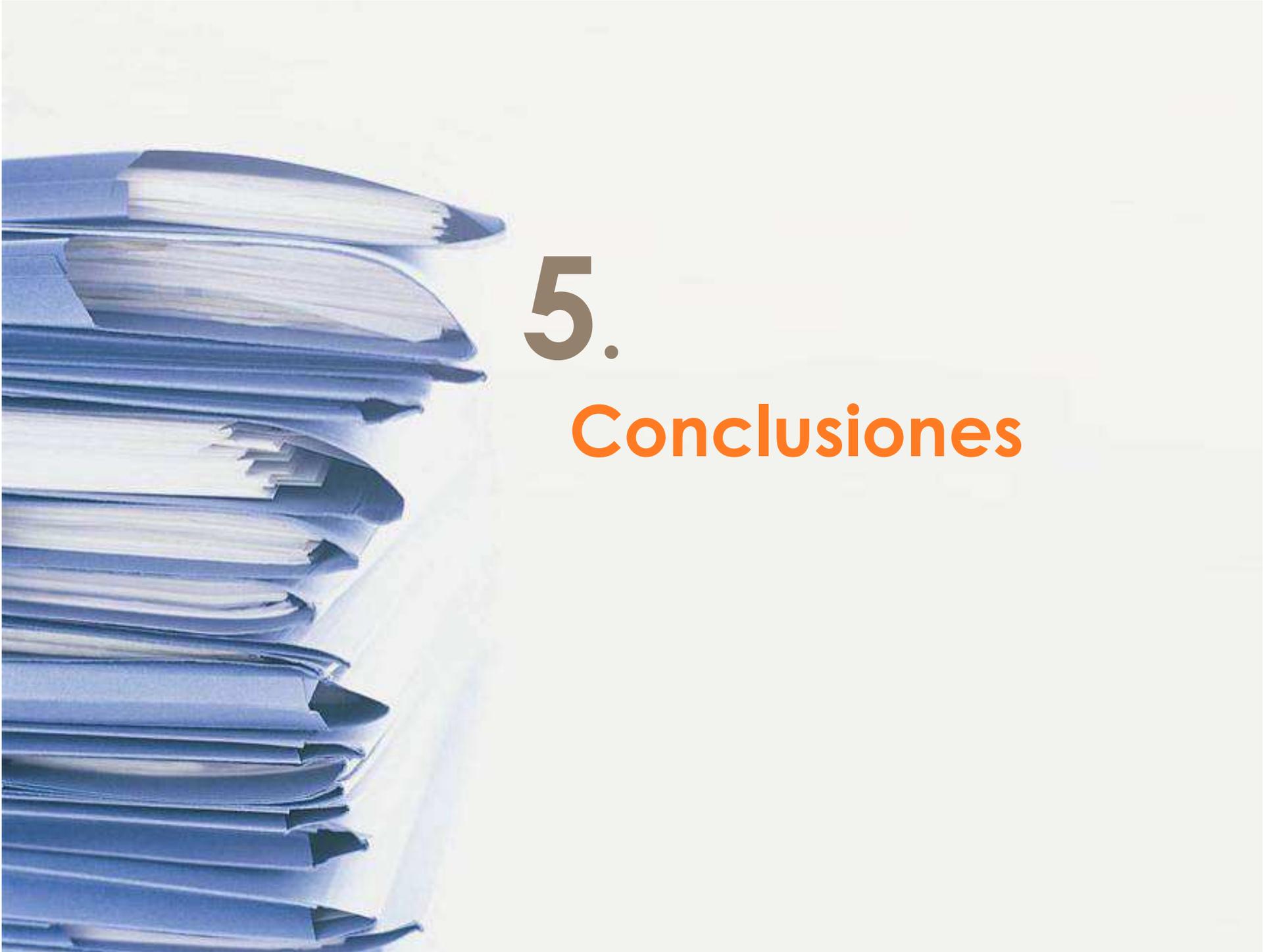
Los “Convencidos” siguen siendo los que consumen un mayor número de productos ecológicos en otras categorías distintas a la alimentación. Al contrario de lo que sucede con los “Desimplicados”.



Base: Consumidor de alimentación ecológica (2014 n=454; 2011 n=455)

Unidad: Porcentajes





**5.**

**Conclusiones**

# Han aumentado respecto a 2011 ...



...los consumidores de productos ecológicos en España: **29%** (vs. 26%)



...la **edad** de los consumidores



...la **frecuencia de consumo** (25% los consume a diario)



...el **peso de estos productos** en la cesta de la compra



...la importancia del **precio como barrera** para incrementar aún más su consumo



... la compra directa al agricultor y los **canales de venta alternativos** al hiper/súper con menos intermediarios



# Se mantienen respecto a 2011 ...



... la identificación correcta de **etiquetas oficiales**



... los principales motivos para iniciar o consumir **productos ecológicos**:

- Salud, llevar una vida más saludable.
- Evitar procesos de producción artificiales.



y las categorías de inicio:

- Vegetales
- Fruta



... los cuatro grupos de consumidores:

- 01 **Ecologistas** (27%)
- 02 **Desimplicados** (23%)
- 03 **Convencidos** (31%)
- 04 **Preocupados por la salud** (19%)





**Anexo.**  
**Resultados**  
**detallados**

# Actitudes hacia el medio ambiente y las marcas



2014

| T2B (Totalmente+Bastante de acuerdo)  | TOTAL | SEGMENTO |    |      |       |
|---|-------|----------|----|------|-------|
|   |       | ECO      | DI | CONV | SALUD |
| <i>Unidad: Porcentajes verticales</i> <i>Base:</i>  | 419   | 114      | 94 | 130  | 81    |
| Prefiero consumir productos locales, cultivados cerca de donde vivo                                   | 81    | 90       | 55 | 94   | 80    |
| Suelo comprar algún producto de comercio justo  | 61    | 60       | 44 | 83   | 45    |
| Me fío poco de las marcas en general  | 45    | 43       | 37 | 70   | 17    |
| No compro marcas ni productos cuyas empresas no sean responsables con el medio ambiente y la sociedad | 40    | 20       | 44 | 70   | 15    |
| Participo en boicots contra las marcas poco respetuosas con el medio ambiente                         | 29    | 12       | 34 | 57   | 1     |
| Reciclo todo lo que puedo y reutilizo todo lo posible   | 81    | 89       | 56 | 95   | 75    |
| Sigo los temas del medio ambiente en los medios de comunicación                                       | 64    | 73       | 44 | 85   | 42    |
| Intento coger menos el coche ya que las ciudades estan cada vez mas contaminadas                      | 60    | 59       | 38 | 88   | 44    |
| Me suelo comprometer con los problemas de mi entorno y suelo colaborar en ellos                       | 64    | 67       | 46 | 87   | 46    |
| Estoy dispuesto a pagar mas por productos respetuosos con el medio ambiente                           | 50    | 57       | 32 | 68   | 33    |
| Estaría dispuesto a vivir con menos   | 57    | 51       | 45 | 79   | 41    |
| Conozco compañías que hacen un esfuerzo por el medio ambiente   | 53    | 65       | 47 | 66   | 19    |
| El deterioro medioambiental es inexorable y no hay solución   | 19    | 28       | 35 | 6    | 8     |
| El cambio climático y el deterioro medioambiental no me incumbe                                       | 11    | 0        | 39 | 0    | 8     |

**P.10.** Ahora va a ver algunas afirmaciones y me gustaría que me dijera hasta que punto está usted de acuerdo o en desacuerdo, lo que nos interesa en conocer su opinión no hay respuestas correctas o incorrectas. Utilice por favor la escala: Totalmente de acuerdo, Algo de acuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, Algo en desacuerdo, Totalmente en desacuerdo.



# Actitudes hacia la ecología y la salud



2014

| T2B (Totalmente+Bastante de acuerdo)   | TOTAL        | SEGMENTO |     |      |       |    |
|--|--------------|----------|-----|------|-------|----|
|  |              | ECO      | DI  | CONV | SALUD |    |
| <i>Unidad: Porcentajes verticales</i>  | <i>Base:</i> | 454      | 114 | 94   | 130   | 81 |
| Leo las etiquetas de los productos con cuidado para saber sus ingredientes, elaboración, contenidos, calorías... | 73           | 71       | 44  | 88   | 86    |    |
| Conozco la diferencia entre un producto ecológico y un producto natural, sano o de la huerta                     | 73           | 78       | 49  | 86   | 72    |    |
| No todo lo que dice que es ecológico es ecológico  | 72           | 74       | 55  | 75   | 85    |    |
| Consumo alimentos ecológicos porque es la tendencia y están de moda  | 12           | 7        | 36  | 4    | 3     |    |
| Invierto mas en mi salud que en mi aspecto   | 61           | 52       | 42  | 76   | 72    |    |
| Mi alimentación y la de mi familia es muy importante para mi   | 87           | 94       | 56  | 97   | 95    |    |
| Intento darme un capricho todos los día  | 37           | 45       | 36  | 37   | 30    |    |
| Intento evitar las comidas preparadas  | 73           | 65       | 51  | 87   | 90    |    |
| En lo que se refiere a alimentación siempre estoy buscando algo nuevo  | 48           | 47       | 45  | 46   | 55    |    |
| Sigo una dieta mediterránea y tradicional  | 74           | 75       | 45  | 84   | 92    |    |
| Hago ejercicio con regularidad   | 55           | 49       | 42  | 57   | 77    |    |
| Cada vez consumo menos carnes y me oriento hacia una alimentación mas vegetariana                                | 46           | 18       | 44  | 68   | 56    |    |

**P.10.** Ahora va a ver algunas afirmaciones y me gustaría que me dijera hasta que punto está usted de acuerdo o en desacuerdo, lo que nos interesa en conocer su opinión no hay respuestas correctas o incorrectas. Utilice por favor la escala: Totalmente de acuerdo, Algo de acuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, Algo en desacuerdo, Totalmente en desacuerdo.

# Perfil Socio-demográfico



2014

|                     | TOTAL | SEGMENTO |      |      |       |
|---------------------|-------|----------|------|------|-------|
|                     |       | ECO      | DI   | CONV | SALUD |
| Base:               | 454   | 114      | 94   | 130  | 81    |
| <b>SEXO</b>         |       |          |      |      |       |
| Hombre              | 47    | 58       | 52   | 35   | 47    |
| Mujer               | 53    | 42       | 48   | 65   | 53    |
| <b>EDAD</b>         |       |          |      |      |       |
| 18 - 24 años        | 4     | 7        | 4    | 1    | 6     |
| 25 - 29 años        | 9     | 8        | 13   | 6    | 8     |
| 30 - 34 años        | 13    | 15       | 15   | 11   | 13    |
| 35 - 39 años        | 12    | 9        | 15   | 10   | 16    |
| 40 - 44 años        | 12    | 13       | 11   | 14   | 11    |
| 45 - 54 años        | 26    | 27       | 26   | 27   | 24    |
| 55 - 69 años        | 23    | 20       | 16   | 31   | 24    |
| MEDIA               | 43,7  | 42,6     | 41,0 | 47,0 | 43,2  |
| <b>CLASE SOCIAL</b> |       |          |      |      |       |
| Alta / Media-alta   | 33    | 30       | 27   | 39   | 36    |
| Media-media         | 46    | 41       | 51   | 48   | 47    |
| Baja / Media-baja   | 21    | 29       | 23   | 14   | 18    |

# Perfil Socio-demográfico



2014

|                        | TOTAL | SEGMENTO |    |      |       |
|------------------------|-------|----------|----|------|-------|
|                        |       | ECO      | DI | CONV | SALUD |
| <i>Base:</i>           | 454   | 114      | 94 | 130  | 81    |
| <b>ZONA GEOGRÁFICA</b> |       |          |    |      |       |
| Noreste                | 22    | 27       | 15 | 23   | 23    |
| Levante                | 13    | 9        | 8  | 13   | 25    |
| Sur                    | 25    | 32       | 27 | 20   | 23    |
| Centro                 | 19    | 17       | 24 | 16   | 23    |
| Noroeste               | 11    | 11       | 14 | 12   | 6     |
| Norte                  | 9     | 5        | 11 | 16   | 1     |
| <b>HÁBITAT</b>         |       |          |    |      |       |
| Menos de 10.000 hab    | 23    | 21       | 28 | 19   | 27    |
| 10.000 a 50.000 hab    | 25    | 28       | 22 | 25   | 25    |
| 50.001 a 200.000 hab   | 23    | 25       | 26 | 20   | 22    |
| Más de 200.000 hab     | 18    | 17       | 18 | 24   | 11    |
| Madrid Capital         | 5     | 3        | 4  | 4    | 9     |
| Barcelona Capital      | 6     | 6        | 2  | 8    | 6     |

# Perfil Socio-demográfico



2014

|                                   | TOTAL | SEGMENTO |    |      |       |
|-----------------------------------|-------|----------|----|------|-------|
|                                   |       | ECO      | DI | CONV | SALUD |
| <i>Base:</i>                      | 454   | 114      | 94 | 130  | 81    |
| <b>CICLO DE VIDA</b>              |       |          |    |      |       |
| <b>NET: HOGARES CON HIJOS</b>     | 67    | 64       | 75 | 63   | 70    |
| - <i>Hijos hasta 12 años</i>      | 35    | 29       | 37 | 35   | 39    |
| - <i>Hijos mayores de 12 años</i> | 42    | 46       | 44 | 38   | 40    |
| <b>NET: HOGARES SIN HIJOS</b>     | 33    | 36       | 25 | 37   | 30    |
| Jóvenes conviviendo               | 1     | 1        | 1  | 2    | 0     |
| Adultos conviviendo               | 8     | 11       | 6  | 6    | 7     |
| <b>UNIPERSONALES</b>              | 7     | 10       | 3  | 8    | 6     |
| Unipersonales jóvenes             | 2     | 3        | 2  | 1    | 0     |
| Unipersonales maduros             | 5     | 6        | 1  | 6    | 6     |
| <b>PAREJAS</b>                    | 17    | 14       | 15 | 21   | 18    |
| Parejas jóvenes                   | 9     | 8        | 9  | 10   | 11    |
| Parejas maduras                   | 8     | 5        | 6  | 12   | 8     |

# Perfil Socio-demográfico



2014

|                             | TOTAL | SEGMENTO |    |      |       |
|-----------------------------|-------|----------|----|------|-------|
|                             |       | ECO      | DI | CONV | SALUD |
| <i>Base:</i>                | 454   | 114      | 94 | 130  | 81    |
| <b>PERSONAS EN EL HOGAR</b> |       |          |    |      |       |
| 1                           | 7     | 10       | 3  | 8    | 6     |
| 2                           | 24    | 24       | 20 | 26   | 25    |
| 3                           | 27    | 26       | 29 | 30   | 22    |
| 4                           | 35    | 32       | 40 | 30   | 43    |
| 5 o más                     | 7     | 8        | 8  | 7    | 4     |
| <b>ESTUDIOS</b>             |       |          |    |      |       |
| Sin estudios                | 3     | 2        | 3  | 2    | 4     |
| Primer grado                | 6     | 8        | 4  | 4    | 9     |
| Segundo grado 1er ciclo     | 14    | 22       | 12 | 8    | 14    |
| Segundo grado 2º ciclo      | 40    | 32       | 55 | 39   | 35    |
| Tercer grado 1er ciclo      | 18    | 13       | 12 | 25   | 19    |
| Tercer grado 2º ciclo       | 20    | 21       | 14 | 23   | 19    |

# Perfil Socio-demográfico



2014

|                                       | TOTAL | SEGMENTO |    |      |       |
|---------------------------------------|-------|----------|----|------|-------|
|                                       |       | ECO      | DI | CONV | SALUD |
| <i>Base:</i>                          | 454   | 114      | 94 | 130  | 81    |
| <b>ACTIVIDAD</b>                      |       |          |    |      |       |
| Trabaja actualmente                   | 60    | 60       | 64 | 64   | 50    |
| <b>Net no trabaja</b>                 | 40    | 41       | 36 | 36   | 50    |
| Retirado / pensionista / incapacitado | 11    | 13       | 7  | 9    | 19    |
| Parado, ha trabajado anteriormente    | 18    | 16       | 17 | 23   | 16    |
| Parado, busca primer empleo           | 1     | 2        | 0  | 0    | 2     |
| Estudiante (que no trabaja)           | 6     | 8        | 8  | 3    | 5     |
| Sus labores (que no trabaja)          | 4     | 2        | 5  | 1    | 9     |

# Perfil Socio-demográfico



2014

|   | TOTAL | SEGMENTO |    |      |       |
|---|-------|----------|----|------|-------|
|   |       | ECO      | DI | CONV | SALUD |
| <i>Base:</i>  | 454   | 114      | 94 | 130  | 81    |
| <b>OCUPACION</b>  |       |          |    |      |       |
| <b>NET CUENTA PROPIA</b>  | 13    | 10       | 16 | 14   | 13    |
| Profesionales/tecnicos cuenta propia (médicos, etc.)  | 5     | 5        | 3  | 6    | 5     |
| Trabajadores manuales/artesanos cuenta propia   | 3     | 2        | 2  | 2    | 5     |
| Empresarios/comerciantes sin empleados  | 3     | 2        | 3  | 3    | 1     |
| Empresarios/comerciantes con 1 a 5 empleados  | 2     | 1        | 1  | 3    | 2     |
| Miembros de cooperativas agrarias   | 1     | 0        | 3  | 0    | 0     |
| Propietarios agrícolas sin empleados  | 1     | 0        | 2  | 0    | 0     |
| Empresarios agrarios con 1 a 5 empleados  | 0     | 0        | 1  | 0    | 0     |
| <b>NET CUENTA AJENA</b>   | 78    | 82       | 79 | 74   | 80    |
| Administrativos   | 24    | 19       | 23 | 24   | 31    |
| Mandos intermedios/empleados nivel medio de empresas, admón. publica y oficiales ejercito   | 13    | 20       | 7  | 14   | 11    |
| Obreros especializados, números Guardia Civil y Policía                                     | 10    | 7        | 6  | 11   | 17    |
| Empleados subalternos (conserjes, etc.)   | 7     | 8        | 7  | 9    | 2     |
| Obreros sin especializar, peones, servicio domestico  | 5     | 6        | 13 | 3    | 0     |
| Vendedores, dependientes  | 5     | 7        | 7  | 3    | 4     |
| Capataces, encargados, suboficiales ejercito  | 5     | 2        | 7  | 5    | 6     |
| Agentes comerciales, representantes   | 3     | 4        | 4  | 2    | 5     |
| Mandos superiores/empleados nivel superior de empresas, admón. publica y oficiales ejercito | 3     | 3        | 2  | 3    | 4     |
| Otro personal no cualificado  | 2     | 4        | 2  | 0    | 0     |
| Jornaleros del campo  | 1     | 3        | 0  | 0    | 0     |
| Direc. empresas publicas y privadas, menos de 25 trab.                                      | 1     | 0        | 1  | 0    | 1     |

# Primer alimento ecológico



2014

| PRODUCTO DE INICIACIÓN EN LA ALIMENTACIÓN ECOLÓGICA | TOTAL      | SEGMENTO   |            |            |            |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|
|   |            | ECO        | DI         | CONV.      | SALUD      |
| Base:   | 454        | 114        | 94         | 130        | 81         |
| Vegetales   | 37         | 35         | 35         | 43         | 34         |
| Fruta   | 32         | 39         | 26         | 28         | 37         |
| Leche   | 10         | 9          | 15         | 9          | 6          |
| Otros derivados lácteos                             | 4          | 5          | 1          | 3          | 9          |
| Dulces: Mermelada, miel, etc.                       | 4          | 4          | 1          | 5          | 5          |
| Carne   | 4          | 2          | 10         | 2          | 1          |
| Pollo u otras aves                                  | 2          | 1          | 5          | 2          | 2          |
| Cereales  | 2          | -          | 1          | 4          | 4          |
| Otros   | 2          | -          | -          | 4          | 2          |
| Bebidas   | 1          | -          | 2          | 2          | -          |
| Alimentación infantil (compra)                      | 1          | 0          | 3          | 0          | -          |
| Huevos  | 1          | 2          | -          | 1          | 2          |
| Conservas, platos preparados o similares            | 0          | 0          | 1          | 1          | 0          |
| Bebidas   | 0          | 2          | -          | -          | -          |
| Aceite  | 0          | 1          | -          | -          | -          |
| Pan   | 0          | 0          | -          | 1          | -          |
| Tofu  | 0          | -          | -          | 0          | -          |
| <b>AÑOS LLEVA CONSUMIENDO PRODUCTOS ECOLÓGICOS</b>  | <b>8,3</b> | <b>8,0</b> | <b>8,6</b> | <b>8,9</b> | <b>7,3</b> |

Unidad: Medias y Porcentajes

**P.3.** ¿Cuál fue el primer producto con el que comenzó el consumo de estos alimentos ecológicos? // **P4.** ¿Hace cuanto tiempo comenzó a consumir este tipo de productos?



# Motivos para el consumo



2014

|  | MOTIVO INICIO |          |    |       |       | TOTAL MOTIVOS (INICIO+CONITNUA) |          |    |       |       |
|--|---------------|----------|----|-------|-------|---------------------------------|----------|----|-------|-------|
|  | TOTAL         | SEGMENTO |    |       |       | TOTAL                           | SEGMENTO |    |       |       |
|  |               | ECO      | DI | CONV. | SALUD |                                 | ECO      | DI | CONV. | SALUD |
| <i>Base:</i>   | 454           | 114      | 94 | 130   | 81    | 454                             | 114      | 94 | 130   | 81    |
| Por salud, ayudan a llevar una vida más saludable  | 21            | 14       | 21 | 24    | 26    | 51                              | 48       | 35 | 59    | 60    |
| Para no consumir productos que hayan crecido con pesticidas y fertilizantes químicos de síntesis           | 20            | 26       | 9  | 25    | 18    | 47                              | 54       | 24 | 57    | 45    |
| Por su calidad superior  | 12            | 17       | 14 | 8     | 8     | 40                              | 44       | 32 | 50    | 28    |
| Para cuidar la naturaleza, para consumir productos que cuiden el ecosistema, el medio ambiente             | 9             | 11       | 5  | 12    | 6     | 36                              | 37       | 15 | 60    | 19    |
| Por su sabor   | 7             | 8        | 4  | 6     | 11    | 37                              | 43       | 30 | 41    | 32    |
| Para tener una alimentación sin elementos no naturales como colorantes y conservantes químicos de síntesis | 5             | 5        | 3  | 7     | 5     | 32                              | 31       | 16 | 45    | 30    |
| Solo por probar, sin motivo en concreto  | 5             | 6        | 10 | 1     | 7     | 7                               | 9        | 11 | 2     | 8     |
| Porque vienen directamente del campo   | 5             | 3        | 9  | 2     | 6     | 21                              | 25       | 24 | 16    | 19    |
| Propia elaboración/elaboración por familiares  | 4             | 3        | 3  | 6     | 2     | 5                               | 5        | 5  | 6     | 4     |
| Porque tienen más nutrientes y alimentan más   | 3             | 2        | 7  | 3     | 0     | 17                              | 17       | 16 | 22    | 11    |
| Para tener garantía que los animales se han criado con productos naturales                                 | 3             | 1        | 8  | 1     | 1     | 24                              | 17       | 18 | 37    | 19    |
| Los compra mi pareja/mis padres, porque están en casa  | 2             | 1        | 1  | 2     | 6     | 5                               | 5        | 9  | 3     | 6     |
| Por recomendación  | 2             | 2        | 3  | 1     | 1     | 7                               | 10       | 10 | 2     | 5     |
| Como Delicatessen  | 1             | 1        | 0  | 0     | 1     | 2                               | 3        | 0  | 0     | 4     |
| Estaban promocionado / en ocasiones están de oferta  | 1             | 2        | 0  | 0     | 0     | 1                               | 2        | 0  | 1     | 0     |
| Por cuestiones de enfermedad   | 0             | 0        | 1  | 1     | 0     | 2                               | 1        | 1  | 5     | 3     |
| Otros  | 1             | 0        | 1  | 0     | 4     | 2                               | 0        | 1  | 1     | 8     |

# Frenos al consumo



2014

## MOTIVOS PARA NO COMPRAR ALGUNA CATEGORÍA

|   | TOTAL       | SEGMENTO    |             |            |             |
|---|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|
|   |             | ECO         | DI          | CONV.      | SALUD       |
| <i>Base: No consume alguna categoría</i>                          | 324         | 86          | 45          | 98         | 66          |
| Precio, sale muy caro, no puede permitirme comprar todo ecológico | 42          | 45          | 49          | 38         | 37          |
| No lo encuentro fácilmente, no hay dónde compro                   | 34          | 31          | 41          | 35         | 32          |
| No consumo estas categorías (tampoco no ecológico)                | 19          | 9           | 16          | 26         | 26          |
| No sabía que existiesen productos ecológicos de ese tipo          | 18          | 29          | 11          | 9          | 22          |
| Ya no se necesita comer en casa(hijos mayores)                    | 2           | 0           | 0           | 4          | 4           |
| Poca fiabilidad de que realmente sea ecológico                    | 2           | 0           | 0           | 4          | 1           |
| Otros   | 2           | 1           | 0           | 3          | 1           |
| No entran en mi dieta / considero suficiente con lo que compro    | 1           | 1           | 0           | 3          | 0           |
| <b>MEDIA DE MENCIONES</b>   | <b>1,19</b> | <b>1,16</b> | <b>1,17</b> | <b>1,2</b> | <b>1,24</b> |

Unidad: Medias y Porcentajes

P.6. ¿Y por qué motivos nunca consume ...?

# Hábitos de consumo de productos ecológicos



2014

| <b>CAMBIOS EN HÁBITOS DE CONSUMO (ULTIMO AÑO)</b>              | <b>TOTAL</b> | <b>SEGMENTO</b> |           |              |              |
|--|--------------|-----------------|-----------|--------------|--------------|
|  |              | <b>ECO</b>      | <b>DI</b> | <b>CONV.</b> | <b>SALUD</b> |
| <i>Base:</i>   | 454          | 114             | 94        | 130          | 81           |
| NET SI   | 47           | 46              | 43        | 55           | 42           |
| Si, antes no los consumía y ahora si                           | 16           | 17              | 24        | 7            | 17           |
| Si, he reducido el número o el gasto en este tipo de productos | 8            | 6               | 4         | 13           | 6            |
| Si, he aumentado el número o gasto en este tipo de productos   | 24           | 23              | 14        | 35           | 19           |
| No, en general sigo consumiendo lo mismo                       | 53           | 54              | 57        | 45           | 58           |



| <b>MOTIVOS PARA AUMENTAR GASTO/PRODUCTOS</b> | <b>TOTAL</b> | <b>SEGMENTO</b> |           |              |              |
|--|--------------|-----------------|-----------|--------------|--------------|
|  |              | <b>ECO</b>      | <b>DI</b> | <b>CONV.</b> | <b>SALUD</b> |
| <i>Base: Ha aumentado el gasto</i>           | 394          | 109             | 87        | 121          | 78           |
| Por salud/es más sano/natural                | 56           | 60              | 27        | 58           | 71           |
| Mejor sabor                                  | 21           | 16              | 33        | 22           | 14           |
| Mejor calidad de los productos               | 13           | 12              | 22        | 12           | 9            |
| Respeto al Medio Ambiente                    | 9            | 19              | 4         | 4            | 8            |
| Mayor oferta/variedad                        | 7            | 9               | 3         | 5            | 14           |
| Cada vez me gustan más, confío más en ellos  | 7            | 5               | 7         | 10           | 0            |
| Me resulta más fácil acceder a ellos         | 6            | 3               | 0         | 0            | 35           |
| Precios más bajos                            | 6            | 12              | 0         | 1            | 14           |
| Se encuentra con más facilidad               | 6            | 2               | 0         | 8            | 11           |
| Por mayor información, concienciación        | 5            | 0               | 0         | 9            | 5            |

Unidad: Medias y Porcentajes

**P.6A.** De todos los productos que consume ¿qué porcentaje aproximadamente son productos ecológicos? // **P6b.** ¿Le gustaría aumentar este porcentaje? // **P6c.** ¿Por qué no le gustaría aumentarlo? / ¿Por qué no aumenta este porcentaje?

# Lugar de compra



2014

|  | TOTAL | SEGMENTO |     |       |       |
|--|-------|----------|-----|-------|-------|
|  |       | ECO      | DI  | CONV. | SALUD |
| <i>Base:</i>   | 455   | 96       | 117 | 148   | 94    |
| Hipermercado, gran superficie                            | 39    | 40       | 40  | 40    | 37    |
| Directamente del agricultor                              | 35    | 45       | 23  | 41    | 26    |
| Tienda especializada en este tipo de productos           | 32    | 26       | 20  | 47    | 29    |
| Tienda tradicional, de barrio, en el mercado tradicional | 27    | 35       | 12  | 31    | 24    |
| Supermercado   | 22    | 28       | 25  | 19    | 16    |
| Herboristería  | 16    | 10       | 11  | 27    | 13    |
| De cooperativas de barrio                                | 11    | 17       | 2   | 13    | 10    |
| Cultivo propio/familiar                                  | 5     | 4        | 4   | 5     | 9     |
| Tienda gourmet, delicatessen o similar                   | 5     | 5        | 3   | 6     | 6     |
| Internet   | 5     | 3        | 2   | 8     | 4     |
| Otros  | 1     | 0        | 0   | 2     | 0     |
| <b>MEDIA DE MENCIONES</b>                                | 2,0   | 2,1      | 1,4 | 2,4   | 1,7   |

Unidad: Medias y Porcentajes

**P7.** ¿Dónde suelen comprar los productos de alimentación ecológicos que consume?

The background of the slide is a grayscale, halftone-style image of a questionnaire form. A pen is positioned diagonally across the form. Several checkboxes are visible, with the words 'Yes', 'No', and 'I don't know' printed next to them. The text 'Anexo. Cuestionario' is overlaid on this background.

# Anexo. Cuestionario

Cuestionario nº:

**C.1. Estamos buscando a personas que trabajen en ciertas actividades. ¿Podría decirme si trabaja Vd. o cualquier miembro de su familia o amigos cercanos, en alguna de las siguientes actividades?**

- Publicidad/Promoción de ventas/diseño..... 1  → Fin de entrevista. Anote contacto
- Fabricación o venta de productos de alimentación ..... 2  → Fin de entrevista. Anote contacto
- Mayorista de alimentación..... 3  → Fin de entrevista. Anote contacto
- Periodismo..... 4  → Fin de entrevista. Anote contacto
- Marketing/Investigación de mercados..... 5  → Fin de entrevista. Anote contacto
- Desarrollo de nuevos productos..... 6  → Fin de entrevista. Anote contacto
- Relaciones públicas..... 7  → Fin de entrevista. Anote contacto
- Supermercados o tiendas de alimentación..... 8  → Fin de entrevista. Anote contacto
- Televisión, radio o prensa..... 9  → Fin de entrevista. Anote contacto
- Ninguna de estas..... 15  → Continuar entrevista

**C1. Sexo**

- Hombre..... 1
- Mujer..... 2  CONTROL DE CUOTAS

**C2. ¿Sería Vd. Tan amable de indicarme su edad?**   (19-22)

PROGRAMADOR Codificar en Intervalos

**Edad:**

- 18 - 24 años..... 1
- 25 - 29 años..... 2
- 30 - 34 años..... 3
- 35 - 39 años..... 4  CONTROL DE CUOTAS
- 40 - 44 años..... 5
- 45 - 54 años..... 6
- Más de 54 años..... 7

PROG. Menor de 18 años o si tiene 70 años o más -> Fin de entrevista

**C2b. ¿Tiene hijos menores de 14 años viviendo con usted?**

- sí..... 1
- no..... 2

PROG. PREGUNTA DE PROVINCIA Y POBLACIÓN PARA OBTENER ZONA GEOGRÁFICA Y HABITAT.

**C3. Zona geográfica en la que vive habitualmente**

- Noroeste..... 1
- Norte..... 2
- Noreste..... 3
- Este..... 4  CONTROL DE CUOTAS
- Sur y Canarias..... 5
- Centro..... 6

**C4. Hábitat**

- Menos de 10.000 hab..... 1
- 10.000 a 50.000 hab..... 2
- 50.001 a 200.000 hab..... 3
- Más de 200.000 hab..... 4  CONTROL DE CUOTAS
- Madrid Capital..... 5
- Barcelona Capital..... 6

**Vamos a mostrarle una serie de etiquetas que identifican determinados tipos de productos. Para cada una de ellas me gustaría saber si ha consumido productos con esta etiqueta y si sabe qué tipo de producto identifica.**

Programador: Mostrar etiquetas una a una y realizar para cada una de ellas C5 y c5b. Rotar las etiquetas

1 2 3 4 5 6



**C5. ¿Ha consumido en alguna ocasión algún producto de alimentación con esta etiqueta?**

Sí  -> Hacer c5b

No

**C5b. ¿A qué tipo de producto lo relaciona usted?**

PROG. Aleatorizar respuestas

- Alimento ecológico..... 1
- Alimento dietético..... 2
- Alimento sin gluten..... 3
- Alimento con certificado europeo de calidad..... 4
- Alimento con denominación de origen..... 5
- Otros (especificar)..... 6

PROG. Si no consume productos con las etiquetas 1/2/3 en C5 -> Ir a ULTIMOS DATOS DE CLASIFICACIÓN (PAG 7).

PROG. Si consume todos los productos en C5 -> Ir a ULTIMOS DATOS DE CLASIFICACIÓN (PAG 7).

PROG. Si no menciona producto ecológico (código 1) en alguna de las etiquetas 1/2/3 -> Ir a ULTIMOS DATOS DE CLASIFICACIÓN (PAG 7).

PROG. Si menciona producto ecológico (código 1) en alguna de las etiquetas 4/5/6 -> Ir a ULTIMOS DATOS DE CLASIFICACIÓN (PAG 7).

**C5c. Por favor, dígame en su opinión ¿cuál de las siguientes definiciones corresponde a un alimento ecológico?**

PROG. ROTAR

- Alimento ecológico es aquel que ha sido producido sin usar pesticidas y fertilizantes sintéticos sino solamente naturales y evita todo tipo de alteración transgénica respetando el sistema natural o ecosistema donde se desarrolla ese producto..... 1
- Alimento ecológico es aquel producto que ha sido producido de una forma natural y no contiene productos perjudiciales para la salud..... 2
- Alimento ecológico es aquel que ha sido cultivado de forma tradicional con las técnicas de toda la vida y es integral..... 3

Programador: Si no cita cód. 1 en C5c -> Ir a ULTIMOS DATOS DE CLASIFICACIÓN (PAG 7).

**C7. ¿Con qué frecuencia consume algún producto de alimentación ecológico?**

- Todo los días o casi todos los días..... 1
- 2 o 3 veces por semana..... 2
- 1 vez por semana..... 3
- Una vez cada dos o tres semanas..... 4
- 1 vez al mes..... 5
- Con menor frecuencia..... 6  -> Ir a ULTIMOS DATOS DE CLASIFICACIÓN (PAG 7).

Ha Indicado que consume productos ecológicos de alimentación al menos una vez al mes.

P1. En concreto, ¿Qué tipo de **PRODUCTOS ECOLÓGICOS** de los que le muestro a continuación suele consumir y con qué frecuencia?

|   | Nunca                      | Menos de 1 vez al mes      | 1 o 2 veces al mes         | 1 vez por semana           | Con mayor frecuencia       |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Fruta   | 9 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| Vegetales, verduras frescas   | 9 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| Lácteos (leche y sus derivados tipo queso o yogur)  | 9 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| Bebidas (tipo zumos, refrescos...)  | 9 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| Carne fresca  | 9 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| Pescado fresco  | 9 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| Pollo u otro tipo de aves   | 9 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| Snacks, dulces, mermeladas, miel y postres no lácteos   | 9 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| Otro tipo de comidas envasadas tipo comida preparada, conservas, aceite, salsas, etc.                                     | 9 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| Congelados  | 9 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| Alimentación infantil (no consumo personal, consumo de su hijo) (solo contestan a este ítem los que tengan cód. 1 en c2b) | 9 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| Otros (especificar) _____   | 9 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |

Filtro: Si todo "nunca" o todas las categorías con "nunca" excepto 1 con "al menos una vez al mes" -> Ir a ÚLTIMOS DATOS DE CLASIFICACIÓN (PAG 7). Si solo tiene "nunca" pero al menos 2 categorías con "al menos una vez al mes" seguirá.

P.2. ¿Cuál es su principal motivo que le llevó a empezar a consumir productos ecológicos?  
P.2b. ¿Además, tiene otros motivos para seguir consumiendo este tipo de productos?

|  | Motivo Inicial              | Otros                       |
|--|-----------------------------|-----------------------------|
| • Para cuidar la naturaleza, para consumir productos que cuiden el ecosistema, el medio ambiente               | 1 <input type="checkbox"/>  | 1 <input type="checkbox"/>  |
| • Para no consumir productos que hayan crecido con pesticidas y fertilizantes (químicos de síntesis)           | 2 <input type="checkbox"/>  | 2 <input type="checkbox"/>  |
| • Para tener una alimentación sin elementos no naturales como colorantes y conservantes (químicos de síntesis) | 3 <input type="checkbox"/>  | 3 <input type="checkbox"/>  |
| • Para tener garantía que los animales se han criado con productos naturales                                   | 4 <input type="checkbox"/>  | 4 <input type="checkbox"/>  |
| • Por salud, ayudan a llevar una vida más saludable  | 5 <input type="checkbox"/>  | 5 <input type="checkbox"/>  |
| • Por su sabor   | 6 <input type="checkbox"/>  | 6 <input type="checkbox"/>  |
| • Los compra mi pareja/mis padres, porque están en casa  | 7 <input type="checkbox"/>  | 7 <input type="checkbox"/>  |
| • Por recomendación  | 8 <input type="checkbox"/>  | 8 <input type="checkbox"/>  |
| • Solo por probar, sin motivo en concreto  | 9 <input type="checkbox"/>  | 9 <input type="checkbox"/>  |
| • Como <b>Delicatessen</b>   | 10 <input type="checkbox"/> | 10 <input type="checkbox"/> |
| • Por cuestiones de enfermedad   | 11 <input type="checkbox"/> | 11 <input type="checkbox"/> |
| • Porque vienen directamente del campo   | 12 <input type="checkbox"/> | 12 <input type="checkbox"/> |
| • Por su calidad superior  | 13 <input type="checkbox"/> | 13 <input type="checkbox"/> |
| • Porque tienen más nutrientes y alimentan más   | 14 <input type="checkbox"/> | 14 <input type="checkbox"/> |
| • Ninguno más  |                             | 90 <input type="checkbox"/> |
| • Otros (especificar) _____  |                             |                             |

P3. ¿Cuál fue el primer producto con el que comenzó el consumo de alimentos ecológicos?

|  |                             |
|--|-----------------------------|
| • Leche                                    | 1 <input type="checkbox"/>  |
| • Otros derivados lácteos                  | 2 <input type="checkbox"/>  |
| • Dulces: Mermelada, miel, etc.            | 3 <input type="checkbox"/>  |
| • Fruta                                    | 4 <input type="checkbox"/>  |
| • Bebidas                                  | 5 <input type="checkbox"/>  |
| • Vegetales                                | 6 <input type="checkbox"/>  |
| • Carne                                    | 7 <input type="checkbox"/>  |
| • Pollo u otras aves                       | 8 <input type="checkbox"/>  |
| • Conservas, platos preparados o similares | 9 <input type="checkbox"/>  |
| • Bebidas                                  | 10 <input type="checkbox"/> |
| • Alimentación infantil (compra)           | 11 <input type="checkbox"/> |
| • Otros                                    | 12 <input type="checkbox"/> |

P4. ¿Hace cuánto tiempo comenzó a consumir este tipo de productos?  años

(Nota: si hace menos de año anote "0")

P5. ¿Ha cambiado sus hábitos de consumo de productos de alimentación ecológicos durante el último año?

|  |                            |                               |
|--|----------------------------|-------------------------------|
| • Sí, antes no los consumía y ahora sí                           | 1 <input type="checkbox"/> | -> P5a. Por qué motivos _____ |
| • Sí, he reducido el número o el gasto en este tipo de productos | 2 <input type="checkbox"/> | -> P5a. Por qué motivos _____ |
| • Sí, he aumentado el número o gasto en este tipo de productos   | 3 <input type="checkbox"/> | -> P5a. Por qué motivos _____ |
| • No, en general sigo consumiendo lo mismo                       | 4 <input type="checkbox"/> |                               |

P6. ¿Y por qué motivos nunca consume ..... (programador: mostrar categorías citadas como "nunca")?

|   |                            |
|---|----------------------------|
| • Precio, sale muy caro, no puedo permitirme comprar todo ecológico | 1 <input type="checkbox"/> |
| • No lo encuentro fácilmente, no hay dónde comprarlo                | 2 <input type="checkbox"/> |
| • No consumo estas categorías (tampoco no ecológico)                | 3 <input type="checkbox"/> |
| • No sabía que existiesen productos ecológicos de ese tipo          | 4 <input type="checkbox"/> |
| • Otros (especificar) _____   |                            |

P6a. De todos los productos que consume ¿qué porcentaje aproximadamente son productos ecológicos?     %

P6b. ¿Le gustaría aumentar este porcentaje?

|      |                            |
|------|----------------------------|
| • Sí | 1 <input type="checkbox"/> |
| • No | 2 <input type="checkbox"/> |

P6c. ¿Por qué no le gustaría aumentarlo? / ¿Por qué no aumenta este porcentaje?

|  |                            |
|--|----------------------------|
| • Precio, salen caros  | 1 <input type="checkbox"/> |
| • No es fácil encontrarlos, no los venden en mi tienda         | 2 <input type="checkbox"/> |
| • Tengo total confianza en el resto de productos no ecológicos | 3 <input type="checkbox"/> |
| • Ningún motivo en especial, no me lo he planteado             | 4 <input type="checkbox"/> |
| • No tengo decisión en la compra                               | 5 <input type="checkbox"/> |
| • En algunas categorías no creo que sea necesario              | 6 <input type="checkbox"/> |
| • Ya es suficiente con los que consumo                         | 7 <input type="checkbox"/> |
| • Otros (especificar) _____                                    |                            |

**P7. ¿Dónde suelen comprar los productos de alimentación ecológicos que consume?**  
 PROG. Respuesta múltiple

- Hipermercado, gran superficie..... 1
- Supermercado..... 2
- Tienda tradicional, de barrio, en el mercado tradicional..... 3
- Tienda especializada en este tipo de productos..... 4
- Tienda gourmet, delicatessen o similar..... 5
- Herboristería..... 6
- Internet..... 7
- Directamente del agricultor..... 8
- De cooperativas..... 9
- Otros (especificar)..... (.....)

**P8. Además de productos de alimentación ecológicos, consume o compra usted productos ecológicos de otro tipo ¿En qué otras categorías consume productos ecológicos?**

- Automóviles eléctricos o híbridos..... 1
- Energía (ej.: placas solares)..... 2
- Textiles..... 3
- Bombillas de bajo consumo..... 4
- Electrodomésticos de clase A..... 5
- Papel (tipo folio)..... 6
- Papel tipo Clínox, higiénico, servilletas..... 7
- Cremas..... 8
- Detergentes y otros de droguería..... 9
- Otros (especificar)..... (.....)
- Ninguno..... 99

**P.10. Ahora va a ver algunas afirmaciones y me gustaría que me dijera hasta que punto está usted de acuerdo o en desacuerdo, lo que nos interesa en conocer su opinión no hay respuestas correctas o incorrectas. Utilice por favor la escala: Totalmente de acuerdo, Algo de acuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, Algo en desacuerdo, Totalmente en desacuerdo.** Programador: Rotar atributos

|  | Totalmente de acuerdo      | Algo de acuerdo            | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | Algo en desacuerdo         | Totalmente desacuerdo      |
|--|----------------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| No compro marcas ni productos cuyas empresas no sean responsables con el medio ambiente y la sociedad            | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Participo en boicots contra las marcas poco respetuosas con el medio ambiente                                    | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Me fio poco de las marcas en general   | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Prefero consumir productos locales, cultivados cerca de donde vivo   | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Suelo comprar algún producto de comercio justo   | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| El cambio climático y el deterioro medioambiental no me incumbe  | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| El deterioro medioambiental es inexorable y no hay solución  | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Intento coger menos el coche ya que las ciudades están cada vez más contaminadas                                 | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Estaría dispuesto a vivir con menos  | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Me suelo comprometer con los problemas de mi entorno y suelo colaborar en ello                                   | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Conozco compañías que hacen un esfuerzo por el medio ambiente  | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Sigo los temas del medio ambiente en los medios de comunicación  | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Reciclo todo lo que puedo y reutilizo todo lo posible  | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Estoy dispuesto a pagar más por productos respetuosos con el medio ambiente                                      | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Conozco la diferencia entre un producto ecológico y un producto natural, sano o de la huerta                     | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| No todo lo que dice que es ecológico es ecológico  | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Consumo alimentos ecológicos porque es la tendencia y están de moda  | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Leo las etiquetas de los productos con cuidado para saber sus ingredientes, elaboración, contenidos, calorías... | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Invierto más en mi salud que en mi aspecto   | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Mi alimentación y la de mi familia es muy importante para mí   | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Intento darme un capricho todos los días   | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Intento evitar las comidas preparadas  | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| En lo que se refiere a alimentación siempre estoy buscando algo nuevo  | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Sigo una dieta mediterránea y tradicional  | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Hago ejercicio con regularidad   | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Cada vez consumo menos carnes y me oriento hacia una alimentación más vegetariana                                | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/>     | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |

## DATOS DE CLASIFICACIÓN

A.3. ¿CUÁL ES EL NÚMERO DE PERSONAS DE SU HOGAR, INCLUYÉNDOSE USTED MISMO?

(Pasar a C.6 si A.3=1)

A.4. DÍGAME LA EDAD, EL SEXO, LA RELACIÓN DE CONVIVENCIA QUE TIENEN CON VD. CADA UNO DE LOS MIEMBROS QUE VIVEN EN SU HOGAR. EMPEZAREMOS POR EL MÁS MAYOR Y SEGUIMOS POR EL SIGUIENTE MIEMBRO DE MÁS EDAD. (SI A.3=2, 3, 4, 5, 6 O MÁS).

|            | SEXO |        | RELACIÓN CON ENTREVISTADO |        |        |           |             |               |                  |
|------------|------|--------|---------------------------|--------|--------|-----------|-------------|---------------|------------------|
|            | EDAD | HOMBRE | MUJER                     | PAREJA | HIJO/A | HERMANO/A | PADRE/MADRE | OTRO FAMILIAR | OTRO NO FAMILIAR |
| Miembro 1  |      |        |                           |        |        |           |             |               |                  |
| Miembro 2  |      |        |                           |        |        |           |             |               |                  |
| Miembro 3  |      |        |                           |        |        |           |             |               |                  |
| Miembro 4  |      |        |                           |        |        |           |             |               |                  |
| Miembro 5  |      |        |                           |        |        |           |             |               |                  |
| Miembro 6  |      |        |                           |        |        |           |             |               |                  |
| Miembro 7  |      |        |                           |        |        |           |             |               |                  |
| Miembro 8  |      |        |                           |        |        |           |             |               |                  |
| Miembro 9  |      |        |                           |        |        |           |             |               |                  |
| Miembro 10 |      |        |                           |        |        |           |             |               |                  |

C.6. ¿Me podría indicar su estado civil?

- Soltero/a.....1  (15)
- Casado/a.....2
- Conviviendo en pareja.....3
- Divorciado/a o Separado/a.....4
- Viudo/a.....5
- No/No.....6

C.7. ¿Cuál es su posición dentro del hogar?

- Vd. es el principal sustentador (el que más ingresos aporta al hogar).....1  (x)
- Es otra persona el principal sustentador.....2
- Vd. con otra persona ingresan más o menos por igual.....3

C.14.A. Dígame por favor los estudios de más alto nivel que haya finalizado Vd.

C.14.B. ¿Y el sustentador principal o cabeza de familia?

(BVT.: Si C.7 código 1 ó 3 anotar la misma en C14B y C14A)

|  | C1C14A. ENT.                    | C14B. SUST.                     |
|--|---------------------------------|---------------------------------|
| No sabe leer ni escribir   | 1 <input type="checkbox"/> (25) | 1 <input type="checkbox"/> (36) |
| Sin estudios (Estudios primarios sin terminar)   | 2 <input type="checkbox"/>      | 2 <input type="checkbox"/>      |
| Primer grado (Certificado escolar, EGB 1ª etapa, más o menos 10 años)  | 3 <input type="checkbox"/>      | 3 <input type="checkbox"/>      |
| Segundo grado 1er ddo (Graduado escolar, EGB 2ª etapa, 1ª y 2ª ESO, hasta 14 años)   | 4 <input type="checkbox"/>      | 4 <input type="checkbox"/>      |
| Segundo grado 2º ddo (FP 1ª y 2ª, Bachiller superior, BUP, 3ª y 4ª ESO, COU, PREU, 1ª y 2ª Bachillerato, hasta los 18 años)  | 5 <input type="checkbox"/>      | 5 <input type="checkbox"/>      |
| Tercer grado 1er ddo (Ingeniero técnico, escuelas Universitarias, arquitectos técnicos, peritos, magisterio, ATS, diplomados, graduados sociales, asistentes sociales, etc.) | 6 <input type="checkbox"/>      | 6 <input type="checkbox"/>      |
| Tercer grado 2º ddo (Universitarios, licenciado superior, facultades, escuelas técnicas superiores, doctorados, etc.)  | 7 <input type="checkbox"/>      | 7 <input type="checkbox"/>      |

C.15.A. ¿Cuál es su actual actividad?

C.15.B. ¿Y la del sustentador principal o cabeza de familia?

(BVT.: Si C.7 código 1 ó 3 anotar la misma en C15B y C15A)

|                                       | C15A. ENTREV                    | C15B. SUST. PRIN                |
|---------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| Trabaja actualmente                   | 1 <input type="checkbox"/> (27) | 1 <input type="checkbox"/> (38) |
| Retirado / pensionista / incapacitado | 2 <input type="checkbox"/>      | 2 <input type="checkbox"/>      |
| Parado, ha trabajado anteriormente    | 3 <input type="checkbox"/>      | 3 <input type="checkbox"/>      |
| Parado, busca primer empleo           | 4 <input type="checkbox"/>      | 4 <input type="checkbox"/>      |
| Estudiante (que no trabaje)           | 5 <input type="checkbox"/>      | 5 <input type="checkbox"/>      |
| Sus labores (que no trabaje)          | 6 <input type="checkbox"/>      | 6 <input type="checkbox"/>      |

Entrevistador: si trabaje actualmente preguntar ocupación y anotar en el cuadro siguiente. En el caso de jubilado o parado preguntar por la última ocupación que tuvo y anotar en el cuadro siguiente.

C.16.A. ¿Cuál es su actual ocupación?

C.16.B. ¿Y la del sustentador principal o cabeza de familia?

(BVT.: Si C.7 código 1 ó 3 anotar la misma en C16B y C16A)

|   | C16A. ENTREV                    | C16B. SUST. PRIN                |
|---|---------------------------------|---------------------------------|
| <b>TRABAJA POR CUENTA PROPIA</b>  |                                 |                                 |
| Empresarios agrarios con 6 y más empleados  | 1 <input type="checkbox"/> (29) | 1 <input type="checkbox"/> (40) |
| Empresarios agrarios con 1 a 5 empleados  | 2 <input type="checkbox"/>      | 2 <input type="checkbox"/>      |
| Propietarios agrícolas sin empleados  | 3 <input type="checkbox"/>      | 3 <input type="checkbox"/>      |
| Miembros de cooperativas agrarias   | 4 <input type="checkbox"/>      | 4 <input type="checkbox"/>      |
| Empresarios/comerciantes con 6 y más empleados  | 5 <input type="checkbox"/>      | 5 <input type="checkbox"/>      |
| Empresarios/comerciantes con 1 a 5 empleados  | 6 <input type="checkbox"/>      | 6 <input type="checkbox"/>      |
| Empresarios/comerciantes sin empleados  | 7 <input type="checkbox"/>      | 7 <input type="checkbox"/>      |
| Profesionales/técnicos cuenta propia (médicos, etc.)  | 8 <input type="checkbox"/>      | 8 <input type="checkbox"/>      |
| Trabajadores manuales/artesanos cuenta propia   | 9 <input type="checkbox"/>      | 9 <input type="checkbox"/>      |
| <b>TRABAJA POR CUENTA AJENA</b>   |                                 |                                 |
| Dircc. Empresas públicas y privadas 25 y + trab.  | 0 <input type="checkbox"/> (30) | 0 <input type="checkbox"/> (41) |
| Dircc. Empresas públicas y privadas, menos de 25 trab.                                      | 1 <input type="checkbox"/>      | 1 <input type="checkbox"/>      |
| Mandos superiores/empleados nivel superior de empresas, Admop. pública y oficiales ejército | 2 <input type="checkbox"/>      | 2 <input type="checkbox"/>      |
| Mandos intermedios/empleados nivel medio de empresas, Admop. pública y oficiales ejército   | 3 <input type="checkbox"/>      | 3 <input type="checkbox"/>      |
| Capitces, encargados, suboficiales ejército   | 4 <input type="checkbox"/>      | 4 <input type="checkbox"/>      |
| Agentes comerciales, representantes   | 5 <input type="checkbox"/>      | 5 <input type="checkbox"/>      |
| Administrativos   | 6 <input type="checkbox"/>      | 6 <input type="checkbox"/>      |
| Obreros especializados, números Guardia Civil y Policía                                     | 7 <input type="checkbox"/>      | 7 <input type="checkbox"/>      |
| Vendedores, dependientes  | 8 <input type="checkbox"/>      | 8 <input type="checkbox"/>      |
| Empleados subalternos (conserjes, etc.)   | 9 <input type="checkbox"/>      | 9 <input type="checkbox"/>      |
| Obreros sin especializar, peones, servicio doméstico  | 0 <input type="checkbox"/> (31) | 0 <input type="checkbox"/> (42) |
| Jorneleros del campo  | 1 <input type="checkbox"/>      | 1 <input type="checkbox"/>      |
| Otro personal no cualificado  | 2 <input type="checkbox"/>      | 2 <input type="checkbox"/>      |

## Definición A



**Alimento ecológico es aquel que ha sido producido sin usar pesticidas y fertilizantes sintéticos sino solamente naturales y evita todo tipo de alteración transgénica respetando el sistema natural o ecosistema donde se desarrolla ese producto**

## Definición B



**Alimento ecológico es aquel producto que ha sido producido de una forma natural y no contiene productos perjudiciales para la salud**

## Definición C



**Alimento ecológico es aquel que ha sido cultivado de forma tradicional con las técnicas de toda la vida y es integral**

