



Barómetro clima de confianza del sector agroalimentario

Monográfico Etiquetado
(Consumidores)
Tercer Trimestre 2019



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

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

Índice

- **Objetivos** 4
- **Agentes Entrevistados** 5
- **Ficha Técnica**..... 8
- **Conclusiones** 16
- **Resultados Monográfico Etiquetado - Tercer Trimestre 2019**..... 18
 - ¿Ud lee el etiquetado de los alimentos? 19
 - Información obligatoria Vs. No obligatoria 20
 - Fechas de caducidad y consumo preferente..... 21
 - Importancia de diferentes aspectos en el etiquetado 22
 - Facilidad/dificultad para encontrar la información en el etiquetado 24
 - Facilidad/dificultad para entender la información en el etiquetado 25
 - Lista de ingredientes completa Vs. Lista con los principales ingredientes 26
 - Importancia del etiquetado nutricional..... 27
 - Elementos del etiquetado nutricional en los que más se fija 28
 - ¿Deja de comprar algún producto por tener algún ingrediente? 29
 - Origen de los alimentos..... 30
 - Alimentos en los que se fija si el origen es español 31

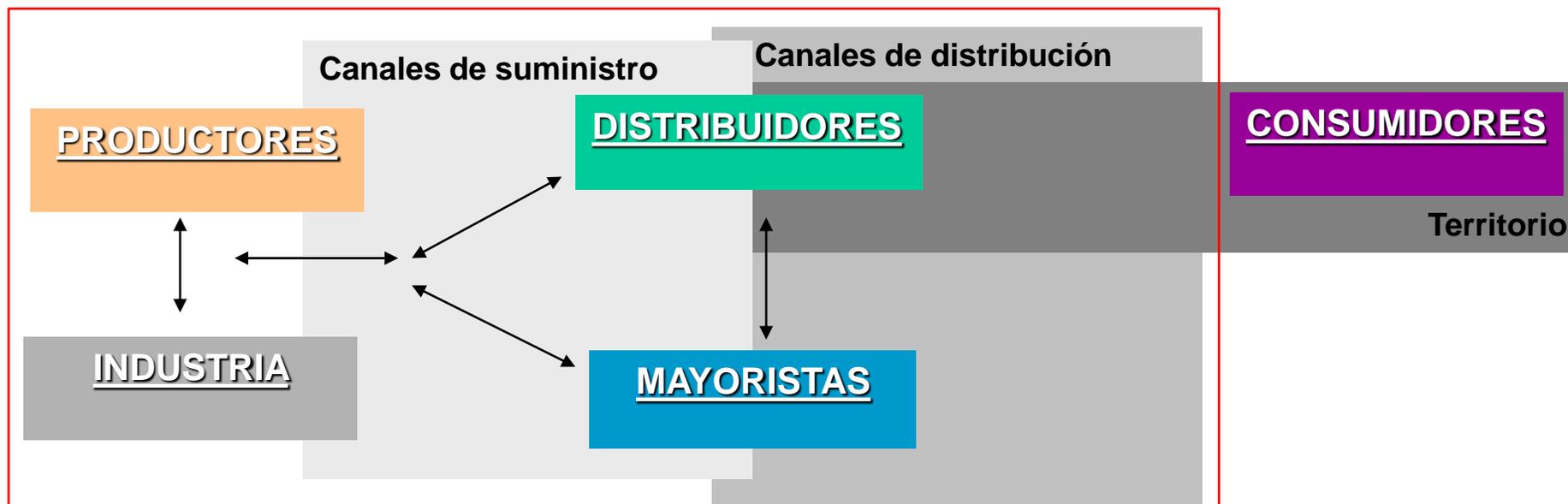
Objetivos

- EL BARÓMETRO DEL CLIMA DE CONFIANZA AGROLIMENTARIO ES UNA ESTADÍSTICA OFICIAL PERTENECIENTE AL PLAN ESTADÍSTICO NACIONAL, QUE SE LLEVA REALIZANDO DESDE EL AÑO 2003. A PARTIR DE ENTREVISTAS A TODOS LOS AGENTES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO (PRODUCTORES, INDUSTRIAS, MAYORISTAS, DISTRIBUIDORES Y CONSUMIDORES) SE OBTIENE UN ÍNDICE DE CONFIANZA, UN INFORME SOBRE ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO Y MONOGRÁFICOS DE INTERÉS, TODO ELLO CON UNA PERIODICIDAD TRIMESTRAL.

Agentes Entrevistados

- Se entrevista a los **principales participantes** en el proceso de la comercialización agroalimentaria: **Productores, Industria, Mayoristas, Distribuidores y Consumidores**. Se realizan **entrevistas telefónicas** mediante el **sistema CATI** (Computer Assisted Telephone Interviewing) a una **muestra aleatoria** de cada uno de los agentes de la cadena.

Estructura general del sistema agroalimentario español



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

Agentes Entrevistados

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

PRODUCTORES

- Hortalizas
- Frutas
- Cítricos
- Grasas y aceites
- Vitivinícola
- Porcino
- Aves + huevos
- Resto cárnico
- Lácteo
- Pesca marítima
- Acuicultura
- Cereales

INDUSTRIA

- Cárnico
- Pesca
- Aceite
- Lácteo
- Hortofrutícola
- Vitivinícola
- Otros
 - Pan y galletas
 - Azúcar
 - Chocolate
 - Bebidas no alcoh.

MAYORISTAS

- Cárnico
- Pesca
- Hortofrutícola

DISTRIBUIDORES

- Tienda tradicional
- Mercados
- Auto/superservicio
- Tienda descuento
- Super 400-999 m2
- Super 1.000-2.499 m2
- Hipermercado

Agentes Entrevistados

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

• Número de entrevistas por trimestre = 4.200



Ficha Técnica

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

PRODUCTORES

- Se ha fijado una cantidad mínima de entrevistas para cada subsector con el objetivo de obtener datos estadísticamente representativos para cada uno de ellos. Para analizar el conjunto del sector, los datos se reequilibran mediante factores de ponderación, en función de la facturación de cada uno de los subsectores económicos.

	Hortalizas	Frutas	Cítricos	Grasas y Aceites	Vitivinícola	Porcino	Aves + Huevos	Resto cárnico	Lácteo	Pesca marítima	Acuicultura	Cereales	Total
Andalucía	34	4	13	68	10	8	4	6	10	21	0	13	191
Aragón	1	6	0	6	7	25	7	4	3	0	0	12	71
Asturias (Principado de)	0	0	0	0	0	0	0	1	11	4	0	0	16
Baleares (Illes)	0	0	0	0	1	0	0	1	1	5	0	1	9
Canarias	2	4	0	0	3	0	2	0	0	11	0	0	22
Cantabria	0	0	0	0	0	0	0	1	9	2	0	0	12
Castilla y León	3	1	0	1	13	13	10	7	17	0	0	35	100
Castilla-La Mancha	10	1	0	28	51	6	16	5	5	0	0	19	141
Cataluña	2	8	1	10	10	26	5	2	14	11	1	9	99
Comunidad Valenciana	4	4	22	14	13	4	5	1	1	8	0	2	78
Extremadura	8	3	0	15	8	4	2	7	1	0	1	6	55
Galicia	3	3	0	0	15	4	3	2	52	63	18	1	164
Madrid (Comunidad de)	0	0	0	2	3	0	1	0	1	0	0	1	8
Murcia (Región de)	10	4	4	4	4	7	1	1	1	2	0	1	39
Navarra (C. Foral de)	2	1	0	1	3	2	2	1	5	0	0	4	21
País Vasco	0	0	0	0	2	0	2	1	4	3	0	0	12
Rioja (La)	1	1	0	1	7	1	0	0	0	0	0	1	12
Muestra Trimestral	80	40	40	150	150	100	60	40	135	130	20	105	1.050

Ficha Técnica

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

INDUSTRIA

- Se ha fijado una cantidad mínima de entrevistas para cada subsector con el objetivo de obtener datos estadísticamente representativos para cada uno de ellos. Para analizar el conjunto del sector, los datos se re-equilibran mediante factores de ponderación, en función de la facturación de cada uno de los subsectores económicos.

	Industria Cárnica	Transf. Pescado	Frutas y Hortalizas	Grasas y Aceites	Industrias Lácteas	Vitivinícola	Pan. Pastelería y Galletas	Azúcar, Chocolate y Confitería	Bebidas Alcohol. (exc. Vinos)	Aguas y Resto de Bebidas	Total
Andalucía	15	11	25	47	10	5	23	8	4	5	153
Aragón	4	2	3	4	3	4	3	1	0	1	25
Asturias (Principado de)	2	3	0	0	6	0	2	1	6	1	21
Baleares (Illes)	2	0	1	1	3	2	2	0	1	2	14
Canarias	1	2	3	0	8	5	4	1	1	2	27
Cantabria	1	10	1	0	3	0	2	0	0	0	17
Castilla y León	20	2	6	2	10	15	10	3	2	3	73
Castilla-La Mancha	7	2	5	11	10	10	9	2	2	4	62
Cataluña	16	9	8	11	10	21	7	5	3	4	94
Comunidad Valenciana	6	9	11	8	5	5	7	4	2	3	60
Extremadura	6	1	8	6	6	2	5	1	0	1	36
Galicia	4	28	2	1	7	10	11	2	4	3	72
Madrid (Comunidad de)	6	6	4	4	4	1	5	2	1	2	35
Murcia (Región de)	3	3	11	2	3	2	4	2	1	1	32
Navarra (C. Foral de)	2	1	6	1	3	3	1	1	1	0	19
País Vasco	3	10	2	0	8	1	4	1	5	1	35
Rioja (La)	2	1	4	2	1	14	1	0	0	0	25
Muestra Trimestral	100	100	100	100	100	100	100	34	33	33	800

Ficha Técnica

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

MAYORISTAS

- La muestra se distribuye proporcionalmente al número de empresas en cada Merca. Para cada Merca, las entrevistas se distribuyen diferenciando entre tres subsectores: cárnico, pesquero y frutas y hortalizas. Por subsector se ha fijado una cantidad mínima de entrevistas (30) con el objetivo de obtener datos estadísticamente representativos para cada uno de ellos.

	Frutas y hortalizas	Pescados	Carnes	TOTAL
MERCALGECIRAS	0	1	0	1
MERCALICANTE	2	0	0	2
MERCASTURIAS	1	0	0	1
MERCABADAJEZ	0	0	0	0
MERCABARNA	12	7	7	26
MERCABILBAO	2	2	0	4
MERCACÓRDOBA	2	1	0	3
MERCAGALICIA	1	0	0	1
MERCAGRANADA	3	2	0	5
MERCAIRUÑA	1	1	0	2
MERCAJEREZ	1	0	0	1
MERCALASPALMAS	14	0	0	14
MERCALEÓN	1	1	0	2
MERCAMADRID	12	15	11	38
MERCAMÁLAGA	4	2	0	6
MERCAMURCIA	4	1	5	10
MERCAPALMA	3	0	2	5
MERCASALAMANCA	1	0	0	1
MERCASANTANDER	1	0	0	1
MERCASEVILLA	6	4	0	10
MERCATENERIFE	3	0	0	3
MERCAVALENCIA	4	2	5	11
MERCAZARAGOZA	2	1	0	3
TOTAL	80	40	30	150

Ficha Técnica

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

DISTRIBUIDORES

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

Muestra Distribución	Nº Entrevistas
Tienda Tradicional	200
Sin asalariados	95
De 1 a 9 asalariados	102
Más de 9 asalariados	3
Mercados de abastos	100
Tiendas Descuento	100
Auto/Superservicios (<400 m ²)	100
Supermercados (400-999 m ²)	100
Supermercados (1.000-2.499 m ²)	60
Hipermercados	40

Ficha Técnica

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

DISTRIBUIDORES

VENTA ORGANIZADA

Muestra Venta Organizada	Hipermercados	Supermercados 1000-2499 m2	Supermercados 400-999 m2	Supermercados hasta 399 m2	Tiendas descuento	Total
Andalucía	7	10	14	24	20	75
Aragón	2	2	3	4	3	14
Asturias (Principado de)	1	2	4	1	2	10
Illes Balears	1	1	4	4	1	11
Canarias	3	3	6	5	1	18
Cantabria	0	1	2	2	1	6
Castilla y León	2	3	6	5	7	23
Castilla-La Mancha	2	2	3	7	5	19
Cataluña	5	9	19	16	17	66
Comunidad Valenciana	4	10	11	5	8	38
Extremadura	1	1	1	7	4	14
Galicia	3	4	9	6	7	29
Madrid (Comunidad de)	5	7	9	5	14	40
Murcia (Región de)	1	2	3	2	3	11
Navarra (Comunidad Foral de)	1	1	1	2	2	7
País Vasco	2	2	5	4	4	17
Rioja (La)	0	0	0	1	1	2
Ceuta y Melilla	0	0	0	0	0	0
Total	40	60	100	100	100	400

TIENDA TRADICIONAL

Universos comercio especializado	Sin Asalariados	1-9 Asalariados	Más de 9 Asalariados	Total
Andalucía	22	18	0	40
Aragón	3	3	0	6
Asturias (Principado de)	2	2	0	4
Balears (Illes)	1	2	0	3
Canarias	2	3	0	5
Cantabria	1	1	0	2
Castilla y León	6	6	0	12
Castilla-La Mancha	5	4	0	9
Cataluña	13	22	1	36
Comunidad Valenciana	10	11	1	22
Extremadura	3	2	0	5
Galicia	6	5	0	11
Madrid (Comunidad de)	10	11	1	22
Murcia (Región de)	2	3	0	5
Navarra (C. Foral de)	1	2	0	3
País Vasco	6	6	0	12
Rioja (La)	1	1	0	2
Ceuta y Melilla	1	0	0	1
Total	95	102	3	200

MERCADOS

Muestra Mercados (Paradas Mercados)	Nº Mercados (Ciudad)
Madrid	31
Barcelona	28
Sevilla	12
Valencia	10
Zaragoza	1
Vigo	3
Bilbao	5
Málaga	10
Total	100

Ficha Técnica

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

CONSUMIDORES

- La muestra se distribuye proporcionalmente teniendo en cuenta la población existente en cada hábitat y Comunidad Autónoma.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	PROVINCIA	De 0 a 10.000	De 10.001 a 50.000	50.001 a 100.000	Más de 100.000	TOTAL
ANDALUCÍA	ALMERÍA	5	5	5	6	21
	CADIZ	3	10	13	15	41
	CORDOBA	7	8	0	10	25
	GRANADA	10	10	2	8	30
	HUELVA	5	7	0	5	17
	JAEN	8	8	2	4	22
	MÁLAGA	6	9	13	22	50
	SEVILLA	10	21	4	26	61
Total		54	78	39	96	267
ARAGÓN	HUESCA	3	2	2	0	7
	TERUEL	3	2	0	0	5
	ZARAGOZA	7	2	0	22	31
Total		13	6	2	22	43
ASTURIAS	ASTURIAS	4	9	4	16	33
Total		4	9	4	16	33
BALLEAR ILLES	BALLEAR ILLES	5	17		13	35
Total		5	17	0	13	35
C DE NAVARRA	NAVARRA	9	5	0	6	20
Total		9	5	0	6	20
C VALENCIANA	ALICANTE	8	20	13	18	59
	CASTELLÓ	5	7	2	6	20
	VALENCIA	15	32	9	25	81
Total		28	59	24	49	160
CANARIAS	LAS PALMAS	2	12	6	15	35
	STA CRUZ TENERIFE	5	13	2	11	31
Total		7	25	8	26	66
CANTABRIA	CANTABRIA	6	5	2	6	19
Total		6	5	2	6	19
CASTILLA Y LEÓN	ÁVILA	3	0	2	0	5
	BURGOS	4	2	0	6	12
	LEÓN	7	3	2	4	16
	PALENCIA	3	0	3	0	6
	SALAMANCA	5	1	0	5	11
	SEGOVIA	3	0	2	0	5
	SORIA	2	1	0	0	3
	VALLADOLID	5	2	0	10	17
	ZAMORA	3	1	2	0	6
Total		35	10	11	25	81

COMUNIDAD AUTÓNOMA	PROVINCIA	De 0 a 10.000	De 10.001 a 50.000	50.001 a 100.000	Más de 100.000	TOTAL
CASTILLA LA MANCHA	ALBACETE	4	4	0	5	13
	CIUDAD REAL	6	7	4	0	17
	CUENCA	5	1	2	0	8
	GUADALAJARA	4	2	3	0	9
	TOLEDO	12	5	5	0	22
Total		31	19	14	5	69
CATALUÑA	BARCELONA	20	42	27	88	177
	GIRONA	9	12	3	0	24
	LLEIDA	8	2	0	4	14
	TARRAGONA	9	10	0	8	27
Total		46	66	30	100	242
EXTREMADURA	BADAJOS	10	5	2	5	22
	CACERES	8	3	3	0	14
Total		18	8	5	5	36
GALICIA	CORUÑA	11	13	5	8	37
	LUGO	6	2	3	0	11
	OURENSE	6	2	0	3	11
	PONTEVEDRA	5	13	3	10	31
Total		28	30	11	21	90
LA RIOJA	LA RIOJA	4	2	0	5	11
Total		4	2	0	5	11
MADRID	MADRID	12	20	23	150	205
Total		12	20	23	150	205
MURCIA	MURCIA	2	19	5	21	47
Total		2	19	5	21	47
PAIS VASCO	ALAVA	2	1	0	8	11
	GUIPÚZCOA	5	10	2	6	23
	VIZCAYA	7	13	2	14	36
Total		14	24	4	28	70
CEUTA Y MELILLA	CEUTA	0	0	3	0	3
	MELILLA	0	0	3	0	3
Total		0	0	6	0	6
Total General		316	402	188	594	1500

Ficha Técnica

ERROR MUESTRAL

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

Agentes	Nº Entrevistas	Error Trimestral	
Productores	1.050	±3,1	±1,9
Industria	800	±3,5	
Mayoristas	150	±8,1	
Distribuidores	700	±3,8	
Total Entrevistas a Empresas		2.700	
Consumidores	1.500	±2,6	
Total Entrevistas (Empresas + Consumidores)		4.200	

Ficha Técnica

TRABAJO DE CAMPO

- La persona entrevistada ha sido seleccionada por su condición de:
 - Productores - Industria - Mayoristas: Gerente, Propietario, Responsable de departamento (marketing, institucional, etc.).
 - Distribuidores:
 - Para grandes superficies: jefes de sección, de Producto, de Compra, Director de Hipermercado.
 - Para medianas superficies: Responsables de Compras, Gerente del establecimiento o similar.
 - Para pequeñas y medianas superficies: Propietario, Gerente o similar.
 - Consumidores: responsable de realizar la compra de productos alimenticios en el hogar.
- Las entrevistas se han realizado por entrevistadores especializados en la técnica de entrevista telefónica.
- El trabajo de campo se realizó entre los días 10 de julio y 30 de septiembre de 2019.
- La revisión, depuración, supervisión y tabulación de los cuestionarios se efectuó entre los días 11 de julio y 30 de septiembre de 2019.

Conclusiones

- La **consulta del etiquetado** en los productos de alimentación es **elevada**. 7 de cada 10 entrevistados afirma leer el etiquetado siempre o casi siempre. Por edad, los entrevistados mayores de 55 años son los que menos leen el etiquetado.
- **7 de cada 10 consumidores saben que existe una parte del etiquetado obligatoria y otra que no lo es**. Resultados homogéneos por sexo. Por edad, el mayor conocimiento lo encontramos entre los entrevistados más jóvenes, entre 25 y 39 años.
- **7 de cada 10 entrevistados se fija en las fechas de caducidad y consumo preferente**. Resultados homogéneos por sexo. Por edad, los entrevistados más jóvenes son los que más se fijan.
- Para el consumidor, los **aspectos más importantes** del etiquetado son: fecha de caducidad/consumo preferente, lista de ingredientes y condiciones de conservación y utilización.
- Los consumidores **no tienen grandes problemas para encontrar la información en los etiquetados**. En una escala de 0 a 10 valoran este aspecto con un 6,2, pero encontramos un 17% al que les resulta muy difícil/difícil la localización en el etiquetado de determinada información.
- La **facilidad/dificultad para entender la información** reflejada en los etiquetados de productos de alimentación es calificada con un **5,7** (escala de 0 - muy difícil a 10 – muy fácil).
- Al consumidor le gusta saber lo que come. Existe una **total preferencia por que el etiquetado refleje un listado de ingredientes completo**. 9 de cada 10 consumidores se decanta por esta opción frente a la lista reducida y 3 de cada 10 deja de comprar algún alimento por tener algún ingrediente.
- La **información nutricional también es fundamental** para los consumidores, el **87,6%** de los entrevistados la considera **importante y útil**. Por sexo, las mujeres dan más importancia a esta información que los hombres. Cuando preguntamos en qué elementos del etiquetado nutricional se fijan más, las grasas, azúcares y calorías son los elementos más importantes. Resultados homogéneos por sexo y edad.
- **7 de cada 10 consumidores se fija en el origen de los alimentos**. Por sexo, las mujeres se fijan más que los hombres. Los alimentos en los que más buscan que el origen sea español son los productos frescos: pescados, frutas, verduras y carnes principalmente.

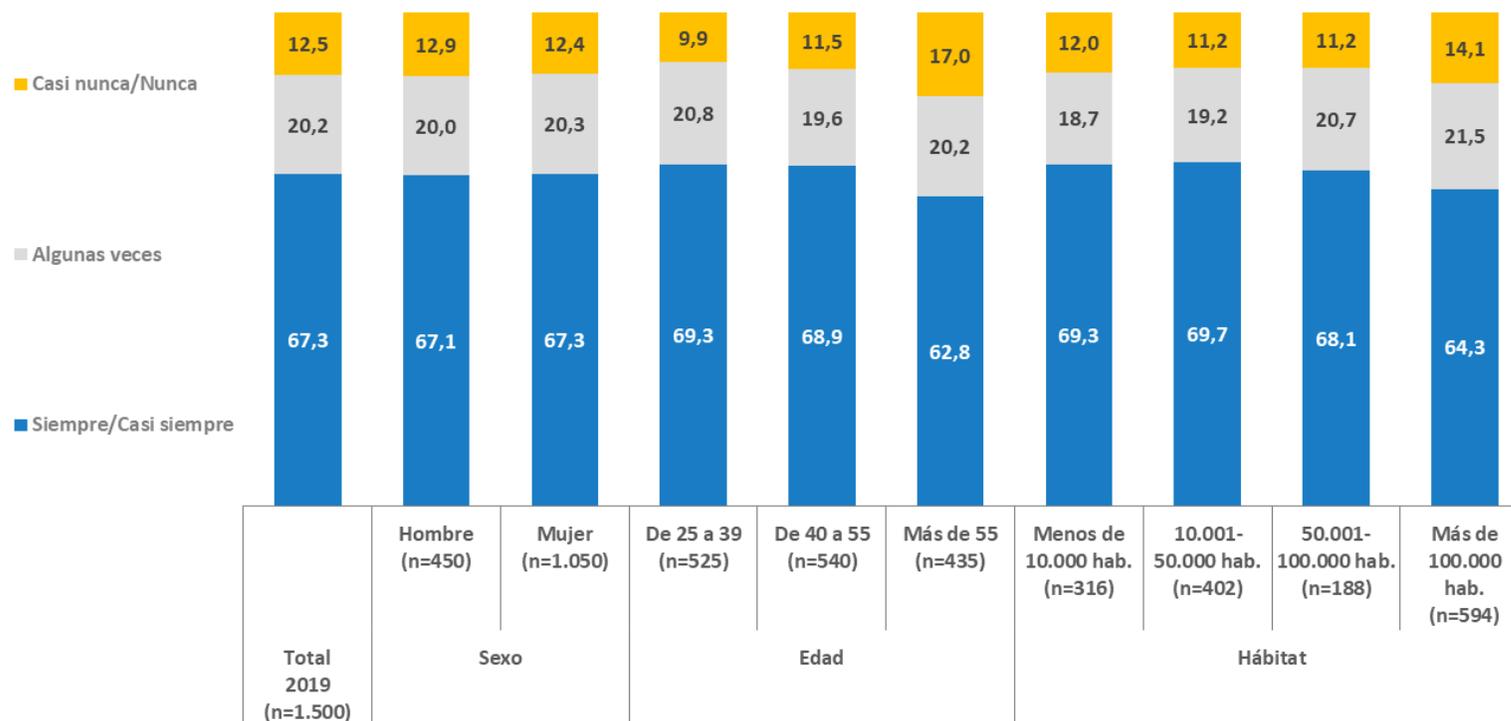
Resultados Monográfico Etiquetados

¿Ud lee el etiquetado de los alimentos?

(%)

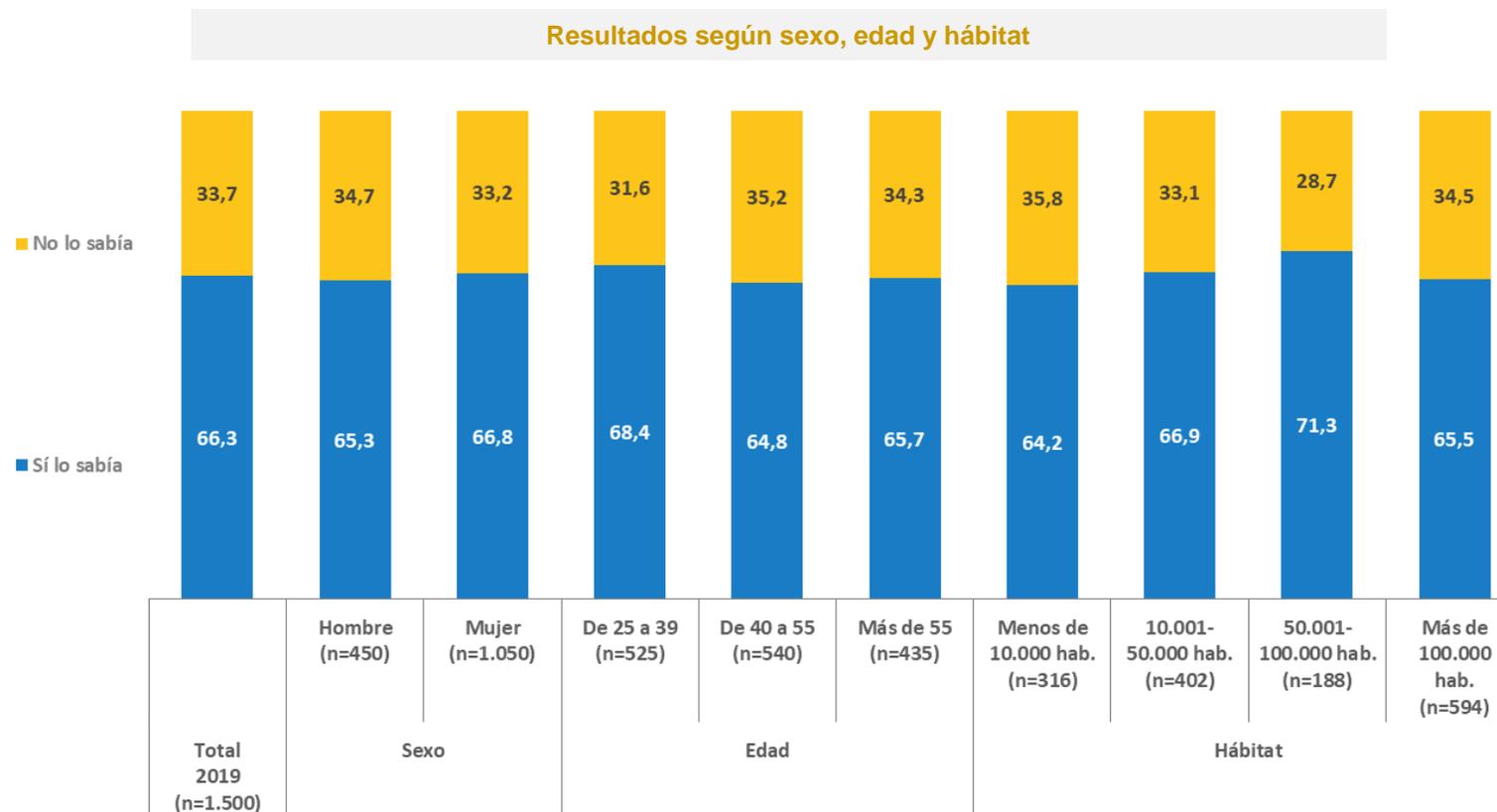
(*) Respuesta única

Resultados según sexo, edad y hábitat



¿Sabe Ud que en el etiquetado de los productos de alimentación hay información obligatoria y otra que no es obligatoria? (%)

(*) Respuesta única

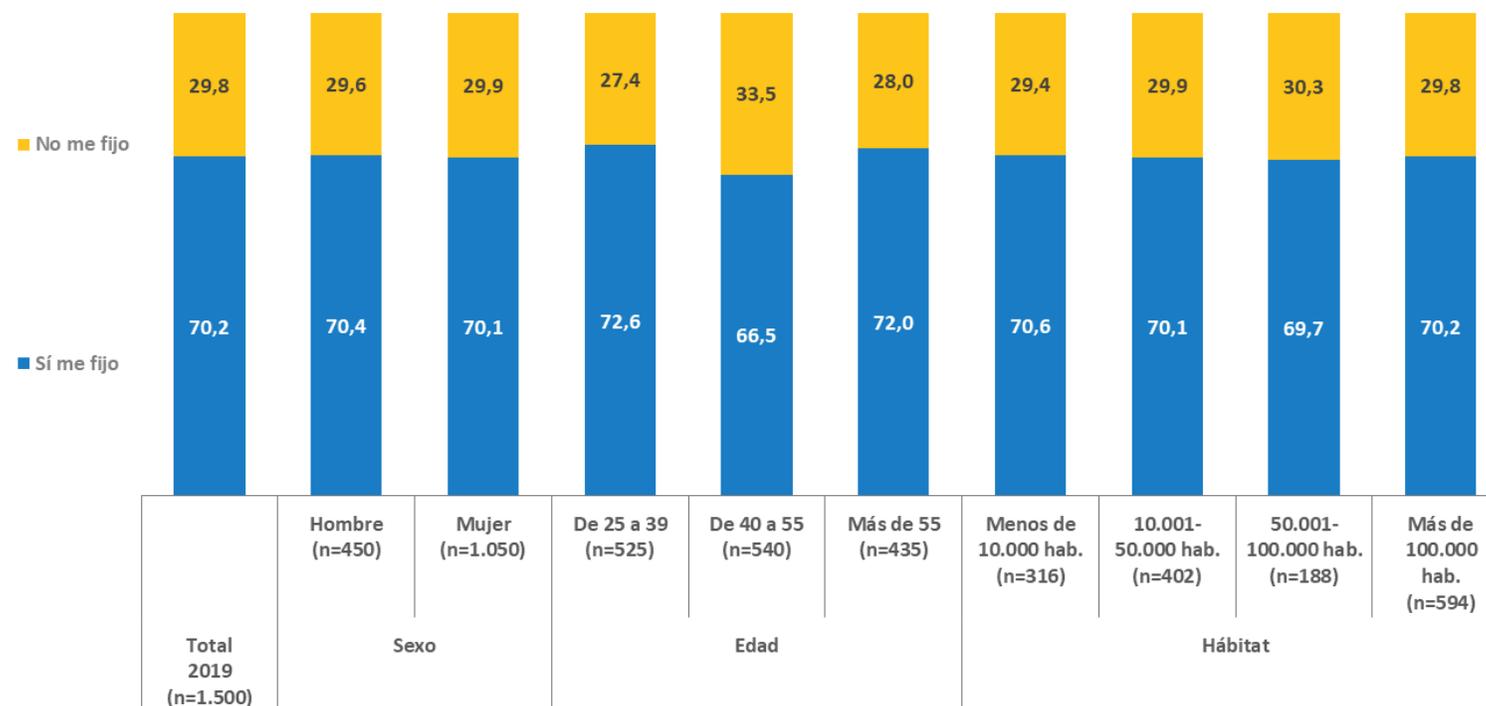


¿Se fija Ud en las fechas de caducidad y de consumo preferente?

(%)

(*) Respuesta única

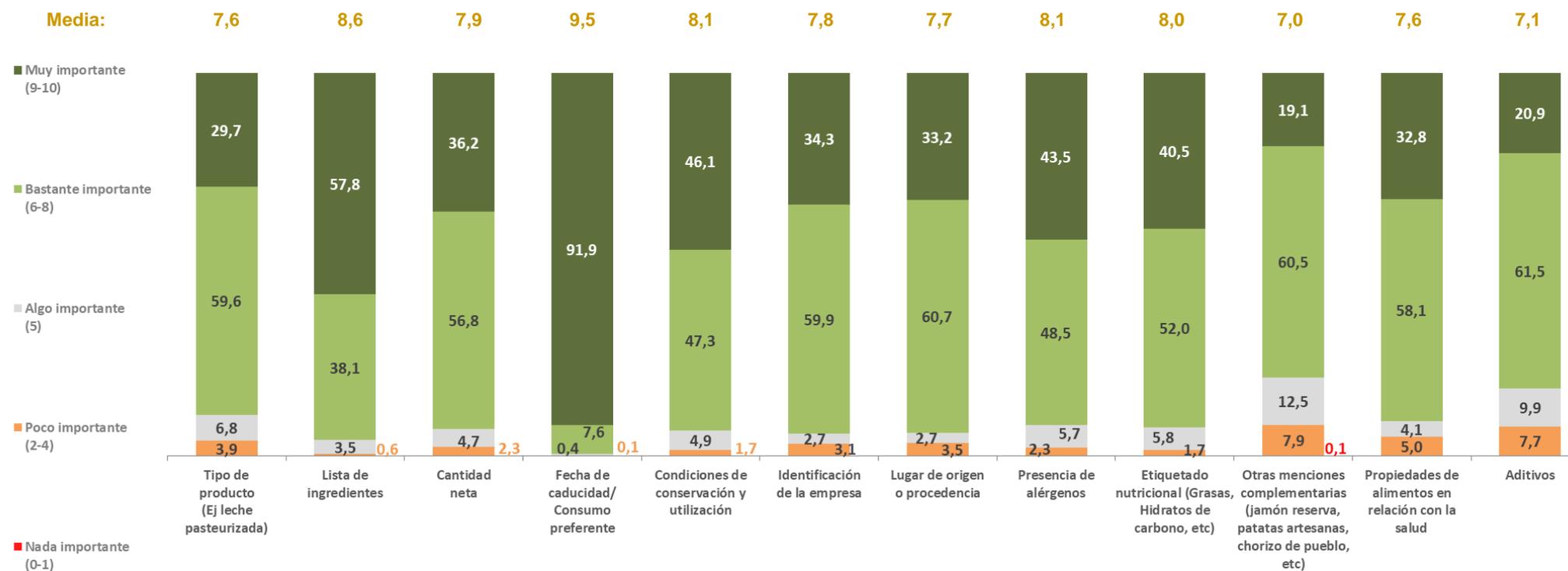
Resultados según sexo, edad y hábitat



De la siguiente información que puede aparecer en el etiquetado de productos, valore la importancia que tiene para Ud
Utilizando una escala de 0 a 10 siendo 0 nada importante y 10 muy importante

(%)

(*) Respuesta única por ítem



Base: 1.500

De la siguiente información que puede aparecer en el etiquetado de productos, valore la importancia que tiene para Ud
Utilizando una escala de 0 a 10 siendo 0 nada importante y 10 muy importante

(%)

(*) Respuesta única por ítem

Resultados según sexo, edad y hábitat

	Total 2019	Sexo		Edad			Hábitat			
		Hombre	Mujer	De 25 a 39	De 40 a 55	Más de 55	Menos de 10.000 hab.	10.001-50.000 hab.	50.001-100.000 hab.	Más de 100.000 hab.
Fecha de caducidad/consumo preferente	9,5	9,4	9,5	9,5	9,4	9,4	9,5	9,5	9,5	9,4
Lista de ingredientes	8,6	8,5	8,6	8,6	8,6	8,5	8,6	8,5	8,6	8,6
Condiciones de conservación y utilización	8,1	8,1	8,1	8,1	8,1	8,1	8,1	8,1	8,0	8,1
Presencia de alérgenos	8,1	8,1	8,0	8,1	8,0	8,1	8,0	8,2	8,1	8,0
Etiquetado nutricional (información de grasas, hidratos de carbono, etc)	8,0	8,1	8,0	8,0	8,0	8,1	8,0	8,1	8,0	8,0
Cantidad neta	7,9	7,8	7,9	7,8	7,9	7,9	8,0	7,8	7,8	7,9
Identificación de la empresa	7,8	7,8	7,8	7,8	7,9	7,7	7,8	7,8	7,9	7,8
Lugar de origen o procedencia	7,7	7,7	7,7	7,6	7,7	7,8	7,8	7,7	7,7	7,7
Propiedades del alimento en relación con la salud	7,6	7,6	7,6	7,6	7,6	7,6	7,6	7,6	7,4	7,7
Tipo de producto, por ejemplo leche pasteurizada	7,6	7,5	7,6	7,5	7,6	7,6	7,7	7,5	7,6	7,5
Aditivos	7,1	7,0	7,1	7,0	7,1	7,0	6,9	7,1	7,1	7,1
Otras menciones complementarias (jamón reserva, patatas artesanas, chorizo de pueblo)	7,0	7,0	7,0	6,9	6,9	7,1	6,8	7,0	7,0	7,0
Base	1.500	450	1.050	525	540	435	316	402	188	594

Valore Ud en una escala de 0 a 10 la facilidad/dificultad para encontrar, en general, la información anterior en los productos alimenticios
Escala de 0 a 10 siendo 0 muy difícil y 10 muy fácil (%)

(*) Respuesta única por ítem

Resultados según sexo, edad y hábitat



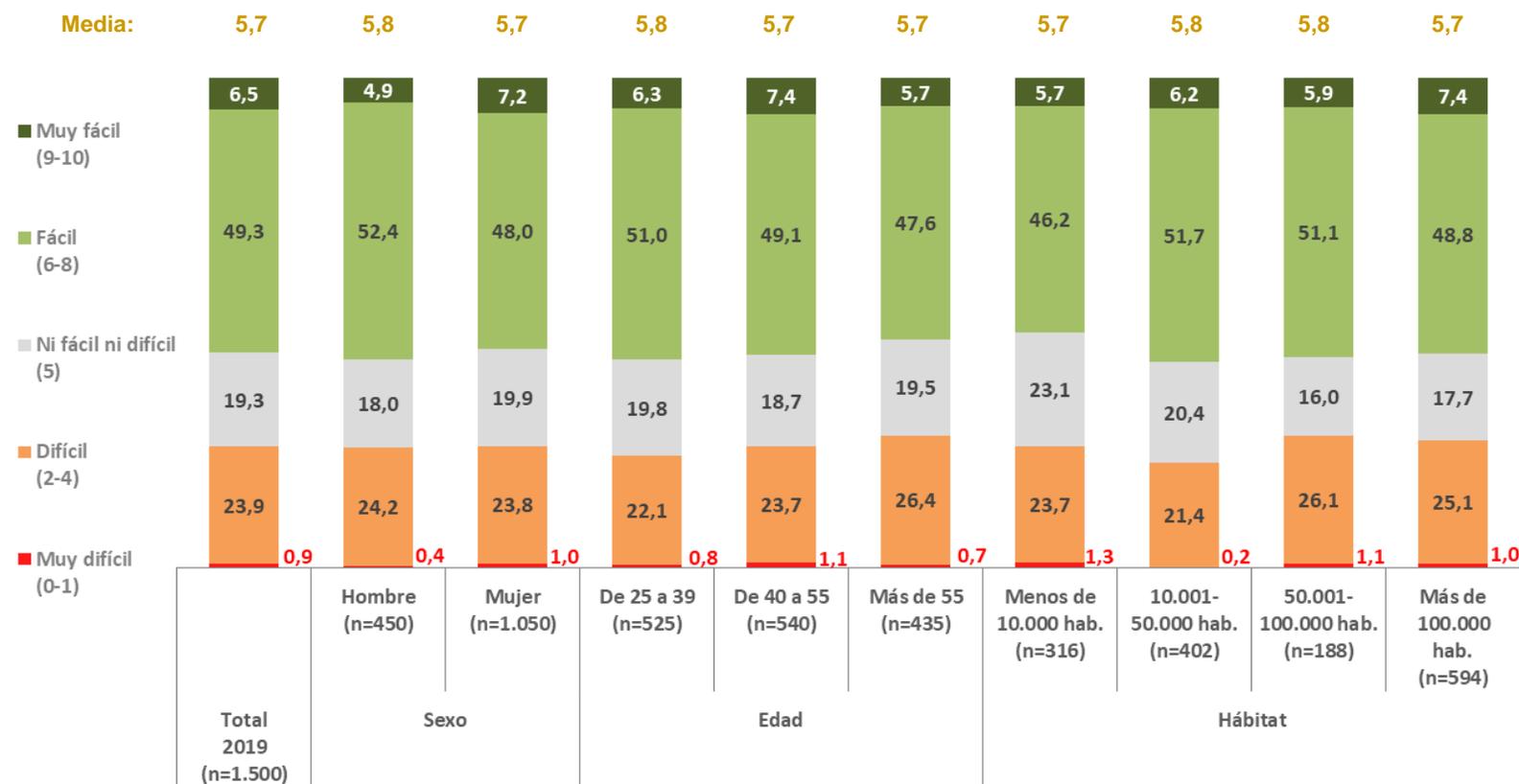
Valore Ud en una escala de 0 a 10 la facilidad/dificultad para leer/entender, en general, la información anterior en los productos alimenticios

(%)

Escala de 0 a 10 siendo 0 muy difícil y 10 muy fácil

(*) Respuesta única por ítem

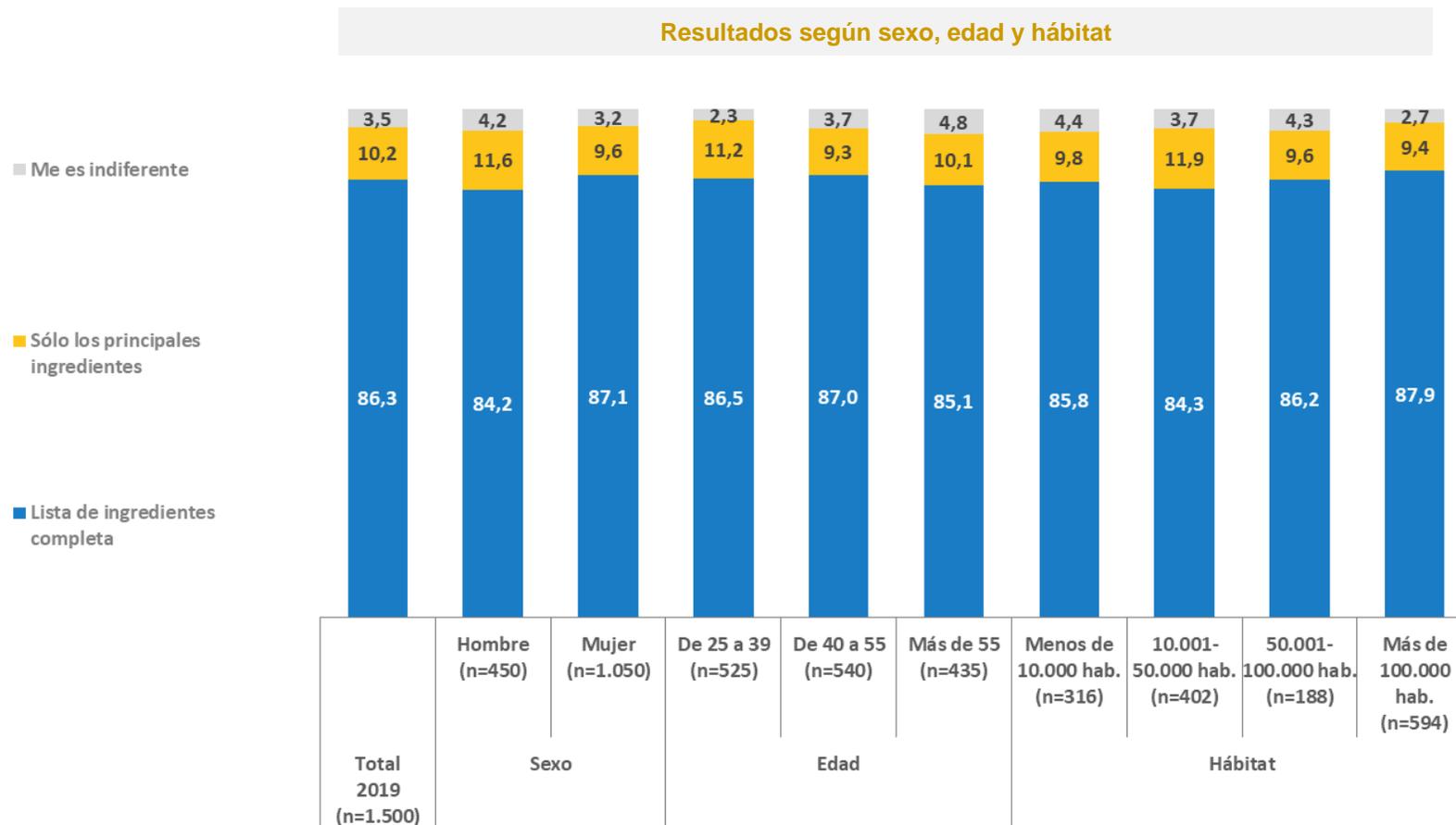
Resultados según sexo, edad y hábitat



¿Prefiere la lista de ingredientes completa en un producto o preferiría que apareciesen los ingredientes principales/los que están presentes en el producto en mayor cantidad?

(%)

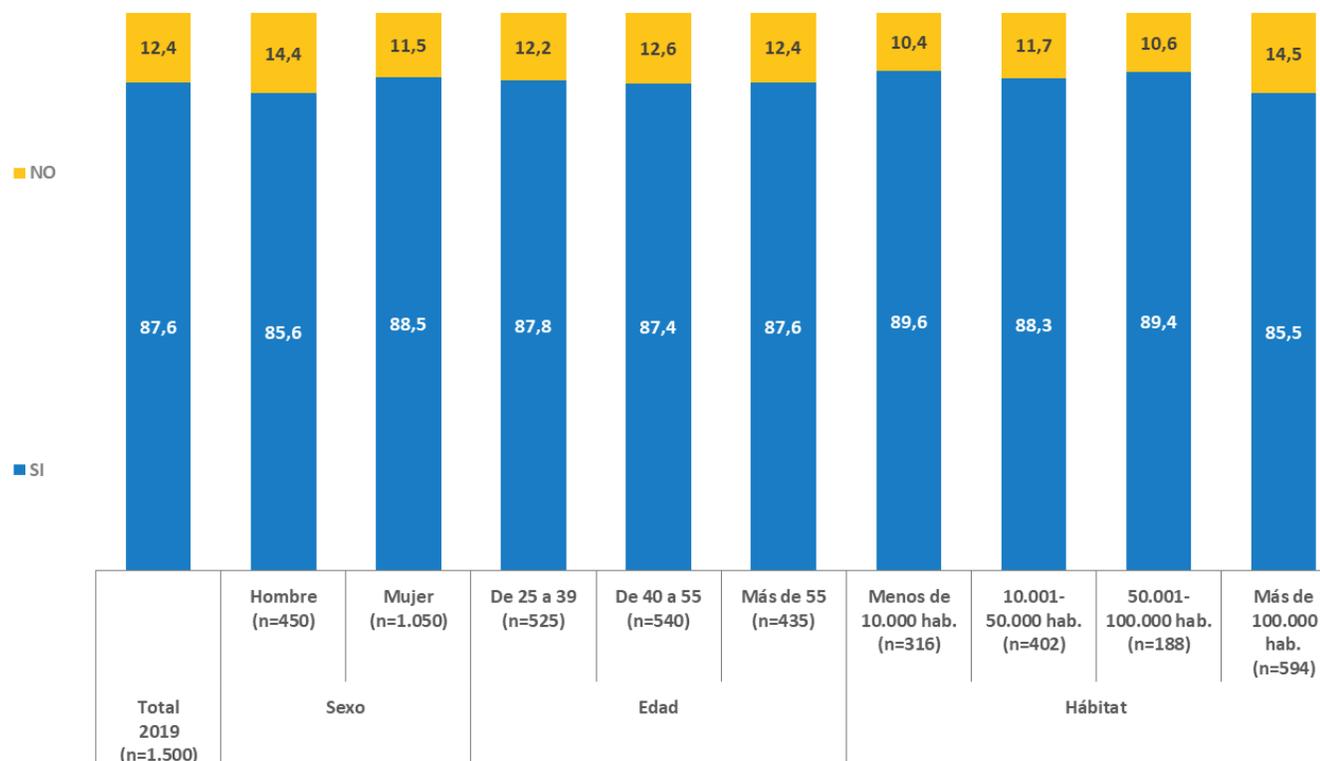
(*) Respuesta única



El etiquetado nutricional es la información sobre calorías y nutrientes (hidratos de carbono, grasas, proteínas, ... etc). Esta información ¿es importante/útil para Ud? (%)

(*) Respuesta única

Resultados según sexo, edad y hábitat



¿En qué elementos del etiquetado nutricional se fija más?

(%)

(*) Pregunta Espontánea. Admite Múltiple Respuesta.

Resultados según sexo, edad y hábitat

	Total 2019	Sexo		Edad			Hábitat			
		Hombre	Mujer	De 25 a 39	De 40 a 55	Más de 55	Menos de 10.000 hab.	10.001-50.000 hab.	50.001-100.000 hab.	Más de 100.000 hab.
Grasas	76,3	74,5	77,1	77,4	76,7	74,5	78,4	75,8	75,0	76,0
Azúcares	78,2	74,5	79,7	78,7	77,5	78,2	76,3	76,3	83,3	78,7
Calorías	61,7	62,1	61,6	62,7	61,2	61,2	59,4	65,1	67,3	58,9
Vitaminas	22,3	24,7	21,3	23,6	19,5	24,1	23,0	23,4	28,0	19,3
Hidratos de carbono	24,3	20,0	26,0	19,1	28,6	25,2	21,2	25,1	31,0	23,2
Proteínas	8,6	10,1	8,0	8,0	9,3	8,4	6,0	9,6	10,7	8,7
Fibra	7,2	6,8	7,4	7,4	8,5	5,5	5,3	7,3	11,9	6,7
Otros	2,3	3,1	1,9	2,2	1,9	2,9	3,2	2,3	3,0	1,6
Base	1.314	385	929	461	472	381	283	355	168	508

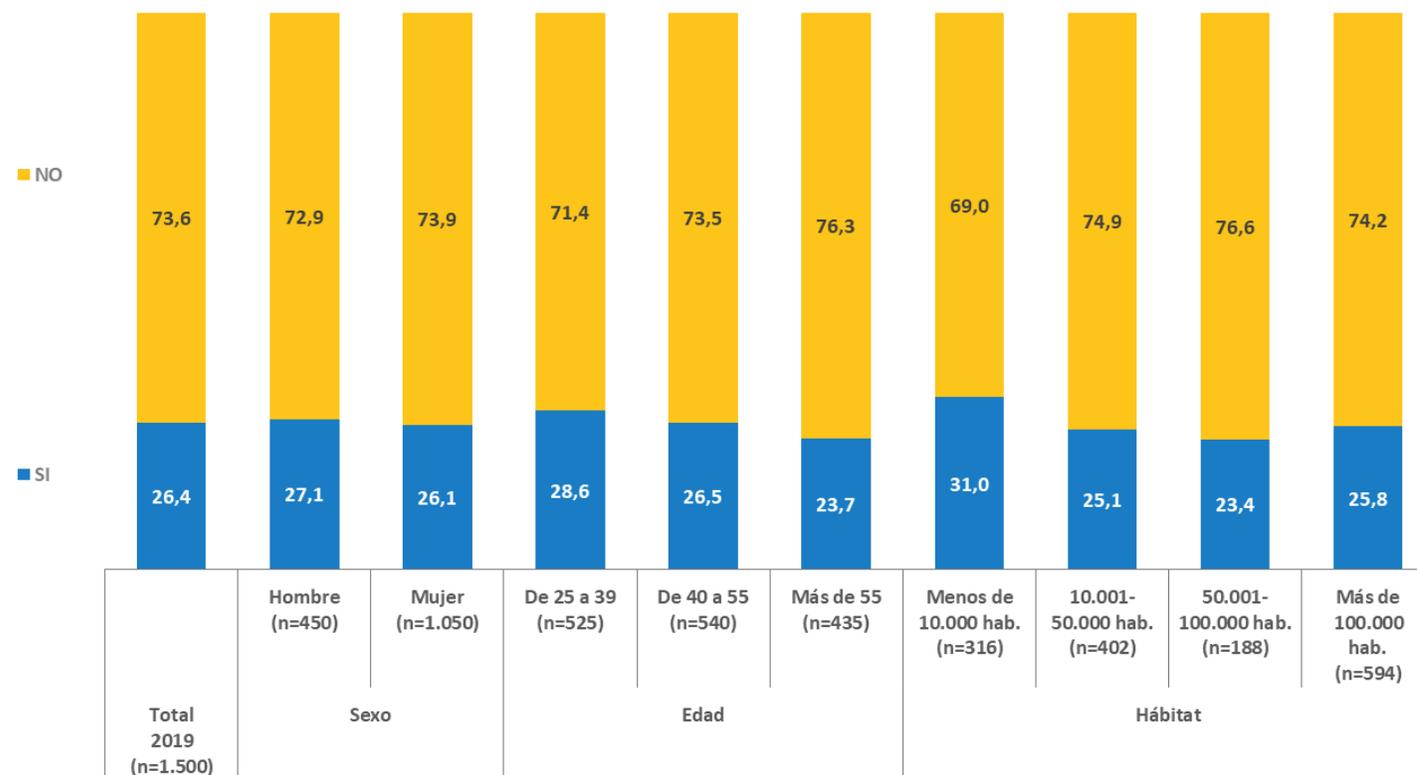
Base consideran importante/útil el etiquetado nutricional

¿Deja de comprar algunos productos por tener algún ingrediente?

(%)

(*) Respuesta única

Resultados según sexo, edad y hábitat

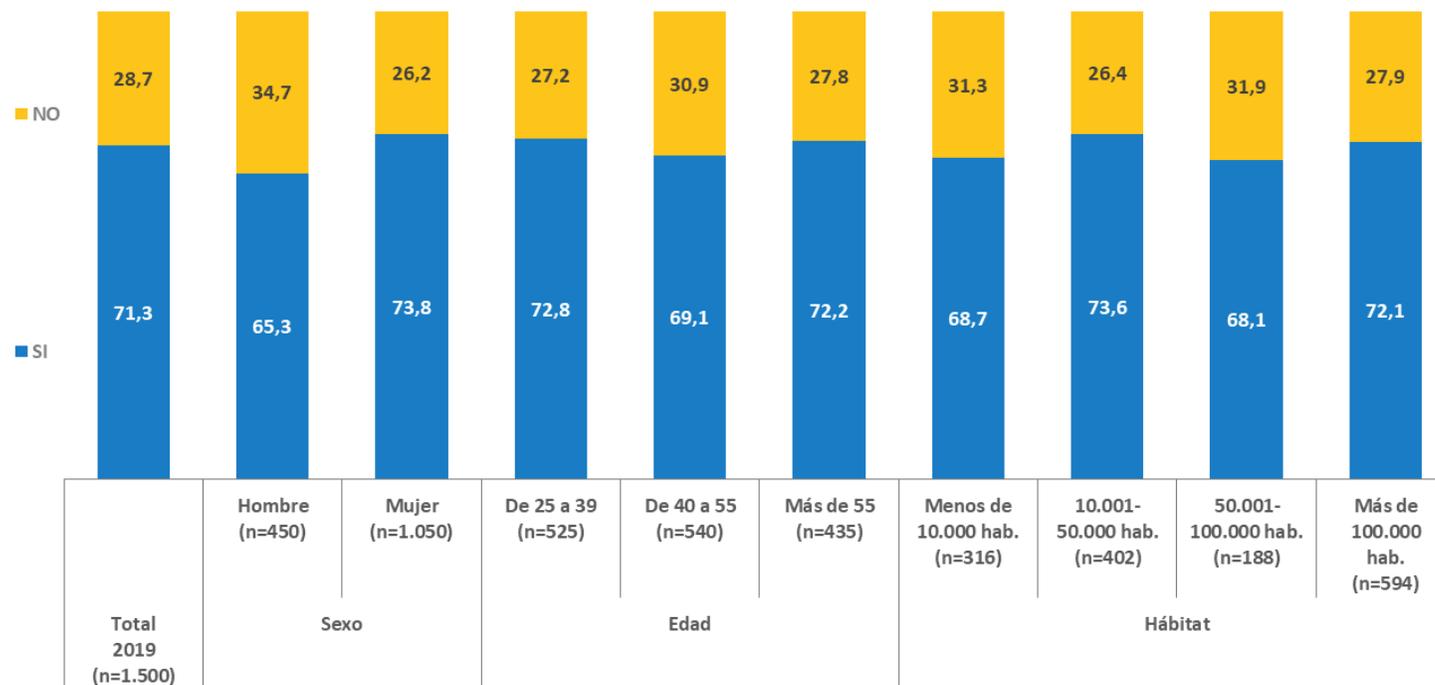


¿Se fijan en el origen de los alimentos?

(%)

(*) Respuesta única

Resultados según sexo, edad y hábitat



¿En qué alimentos se fija en que el origen sea español?

(%)

(*) *Pregunta Espontánea. Admite Múltiple Respuesta.*

Resultados según sexo, edad y hábitat

	Total 2019	Sexo		Edad			Hábitat			
		Hombre	Mujer	De 25 a 39	De 40 a 55	Más de 55	Menos de 10.000 hab.	10.001-50.000 hab.	50.001-100.000 hab.	Más de 100.000 hab.
Pescados	64,3	63,6	64,5	63,4	66,2	63,1	62,2	64,5	70,3	63,3
Frutas y verduras	62,4	62,6	62,3	60,2	63,3	64,0	65,0	62,8	62,5	60,7
Carnes	46,1	44,6	46,7	44,8	45,6	48,4	49,3	43,6	44,5	46,7
Embutidos y Fiambres	28,9	26,9	29,7	28,8	27,3	30,9	30,0	30,4	26,6	28,0
Conservas	26,1	27,2	25,7	25,7	27,3	25,2	25,3	29,4	21,1	25,7
Vinos	21,4	21,4	21,4	20,2	22,8	21,3	25,8	16,9	21,1	22,4
Lácteos	17,6	16,0	18,2	17,5	17,4	17,8	18,4	15,9	17,2	18,5
Quesos	17,3	12,2	19,2	17,0	17,4	17,5	20,3	17,2	14,8	16,6
Yogures	15,2	16,0	14,8	14,9	15,5	15,0	16,1	19,6	10,9	12,9
Legumbres	11,2	14,3	10,1	10,7	10,5	12,7	10,6	9,1	11,7	12,9
Panadería y bollería	1,2	1,4	1,2	1,3	1,3	1,0	0,5	1,7	0,8	1,4
Otros	1,0	1,4	0,9	0,5	0,8	1,9	0,0	1,4	0,8	1,4
En todo en general	22,4	25,2	21,3	22,0	23,9	21,0	24,9	24,0	20,3	20,6
Base	1.069	294	775	382	373	314	217	296	128	428

(*) *Otros: Aguas, refrescos, otras bebidas alcohólicas.*



#alimentosdespaña