



Barómetro clima de confianza del sector agroalimentario

Monográfico Calidad
(Consumidores)
Segundo Trimestre 2018



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

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

Índice

- **Objetivos** 4
- **Agentes Entrevistados** 5
- **Ficha Técnica**..... 7
- **Conclusiones** 9
- **Resultados Monográfico Consumidores 2º Trimestre 2018**..... 19
 - CALIDAD ALIMENTARIA 20
 - Calidad y Seguridad Alimentaria..... 21
 - Valoración de la calidad alimentaria en España 22
 - Evolución de la calidad alimentaria..... 23
 - Alimentos Españoles Vs. Alimentos Importados..... 24
 - Productos con fecha de consumo preferente 26
 - Origen geográfico 27
 - Relación de diferentes variables con la calidad de los alimentos 29
 - Calidad de los alimentos adquiridos a través de internet..... 30
 - ETIQUETADO DE LOS ALIMENTOS 31
 - CONTROLES ALIMENTARIOS 35
 - NORMAS DE CALIDAD 38

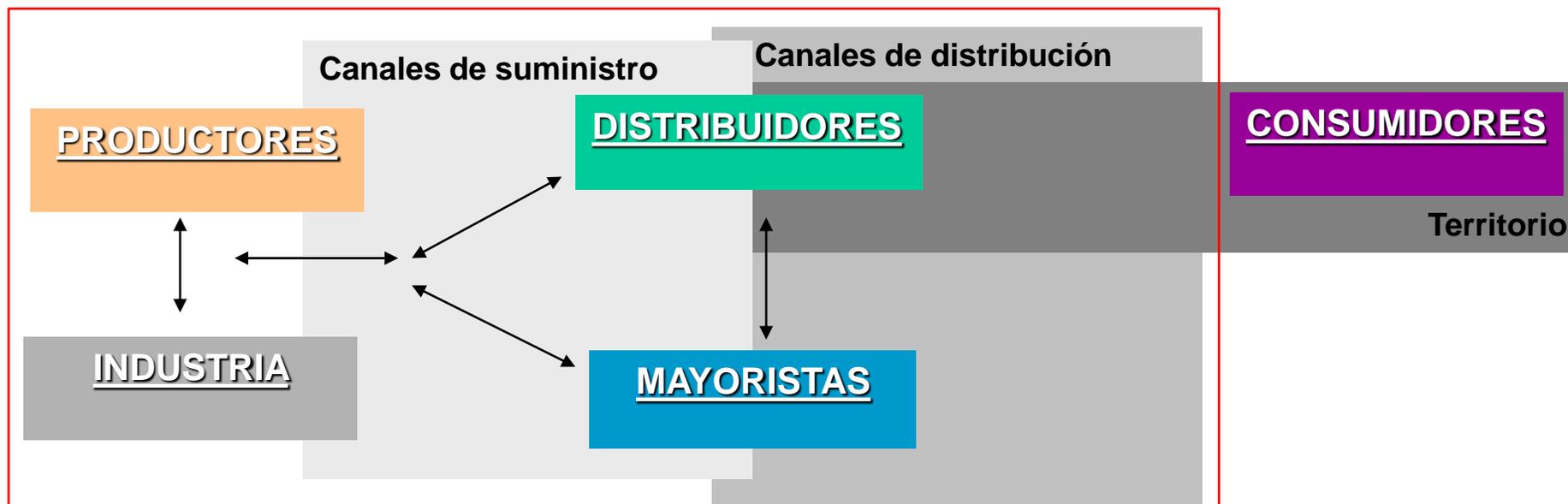
Objetivos

- 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 re-equilibran 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 25 de abril y 28 de junio de 2018.
- La revisión, depuración, supervisión y tabulación de los cuestionarios se efectuó entre los días 27 de abril y 29 de junio de 2018.

Conclusiones

Conclusiones

- **La mayoría de entrevistados:**
 - **No cree que la calidad y la seguridad alimentaria sean lo mismo (75,3% - 77,5% en 2017).** Por edad, este porcentaje aumenta entre los entrevistados con edades entre 25 y 55 años y disminuye considerablemente entre los mayores de 55 años.
 - **Considera que la calidad de los productos alimenticios es muy buena o buena (80,7% - 78,0% en 2017).**
 - Piensa que en los últimos años **la calidad de los alimentos disponibles en el mercado sigue igual (56,6%).** Un 30,7% cree que ha mejorado y un 12,7% considera que ha empeorado. Respecto a 2017 disminuye el porcentaje de entrevistados que considera que la calidad de los alimentos ha empeorado.
 - **Confía más en la calidad de los productos españoles que en los productos de fuera de España (76,4% - 74,3% en 2017).** La confianza aumenta entre los mayores de 55 años (82,8%) y en los municipios de menos de 10.000 habitantes (78,8%).
 - A igualdad de precio, **elige alimentos de España (96,2% - 97,7% en 2017).**
 - Cree que **un producto que se acerca a la fecha de consumo preferente conserva toda la calidad (67,8% - 64,3% en 2017).**
 - **Considera que el origen geográfico de un alimento es indicador de calidad (70,4% - 67,9% en 2017).** Resultados homogéneos por sexo, edad y hábitat.
 - **Prefieren alimentos españoles (95,7%)** que alimentos procedentes de otros países.
 - **Les da igual si los productos son de su Comunidad Autónoma o de otra Comunidad española (69,8%).**

- De los 6 factores analizados (precio del producto, marca, envase, respeto por el medio ambiente, origen geográfico y etiquetado), **la marca es el factor que los consumidores más asocian a calidad y el etiquetado el que menos.**
- **Respecto al etiquetado de los productos alimenticios:**
 - El 24,9% acostumbra a leerlos siempre, un 37,8% lo lee casi siempre, un 31,5% unas veces sí y otras no, un 4,6% no lo lee casi nunca y un 1,3% nunca lo lee. Respecto a 2017 disminuye el porcentaje de entrevistados que nunca leen el etiquetado.
 - Aunque la mayoría entiende siempre o casi siempre el etiquetado, encontramos un 18,4% que manifiesta que a veces lo entiende y a veces no, un 18,0% que manifiesta que casi nunca lo entiende y un 0,4% que no lo entiende nunca. Respecto a 2017 disminuye el porcentaje que casi nunca entiende el etiquetado y se mantiene el que nunca lo entiende.
 - **La mayoría confía en la veracidad de la información que aparece en las etiquetas (69,9% - 67,9% en 2017) pero un 30,1% no confía (32,1% en 2017).**
- En cuanto al **control de la calidad alimentaria** en España, **la mayoría cree que es el adecuado (71,5% - 68,3% en 2017)**. Este porcentaje aumenta entre los entrevistados con edades entre 25 y 39 años y disminuye entre los mayores de 39 años y en los municipios con una población de hasta 50.000 habitantes.
- **El 55,5% de los consumidores (51,7% en 2017) piensa que los controles varían según la Comunidad Autónoma**, un 30,3% piensa que los controles alimentarios son los mismos en todas las Comunidades y el resto lo desconoce.
- **El 58,8% de los entrevistados (54,9% en 2017) manifiesta saber qué es una Norma de Calidad.** Este conocimiento disminuye entre los mayores de 55 años y en los hábitat de entre de 10.001 y 50.000 habitantes.

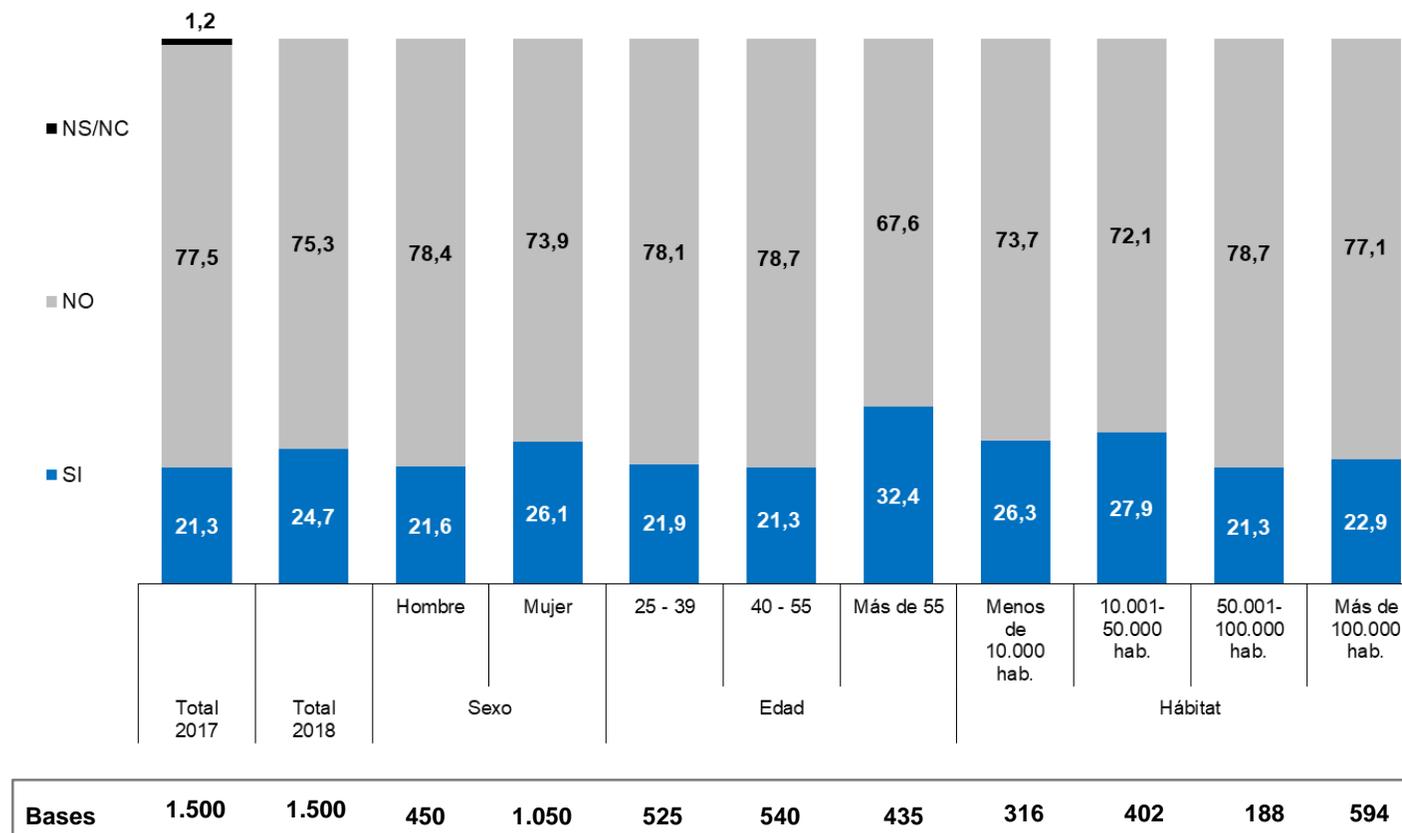
Resultados Monográfico Calidad

1.- Calidad Alimentaria

¿Cree Ud que la calidad y la seguridad alimentaria son lo mismo?

(%)

(*) Pregunta respuesta única.



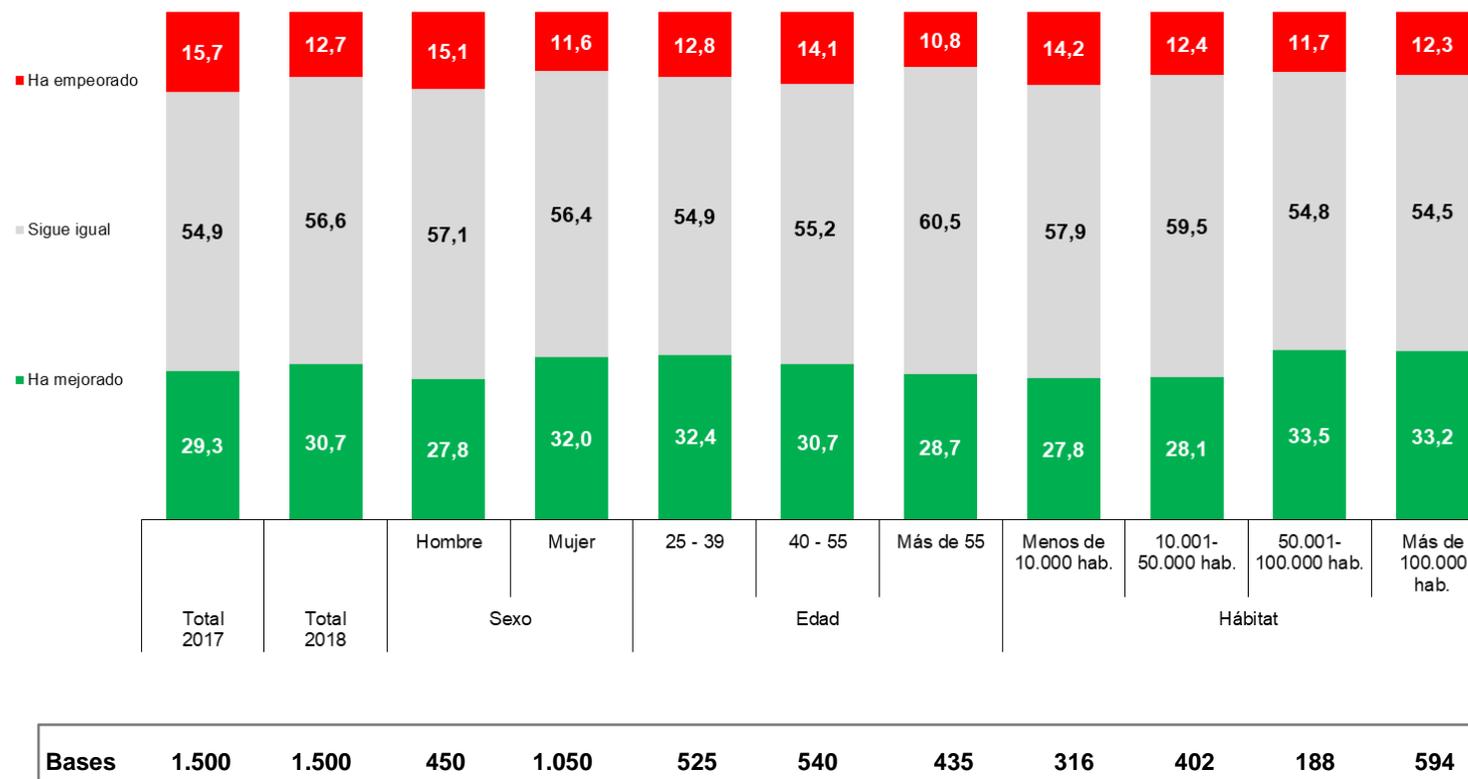
¿Cree Ud que en España la calidad de los productos alimenticios es? (%)

(*) Pregunta respuesta única.



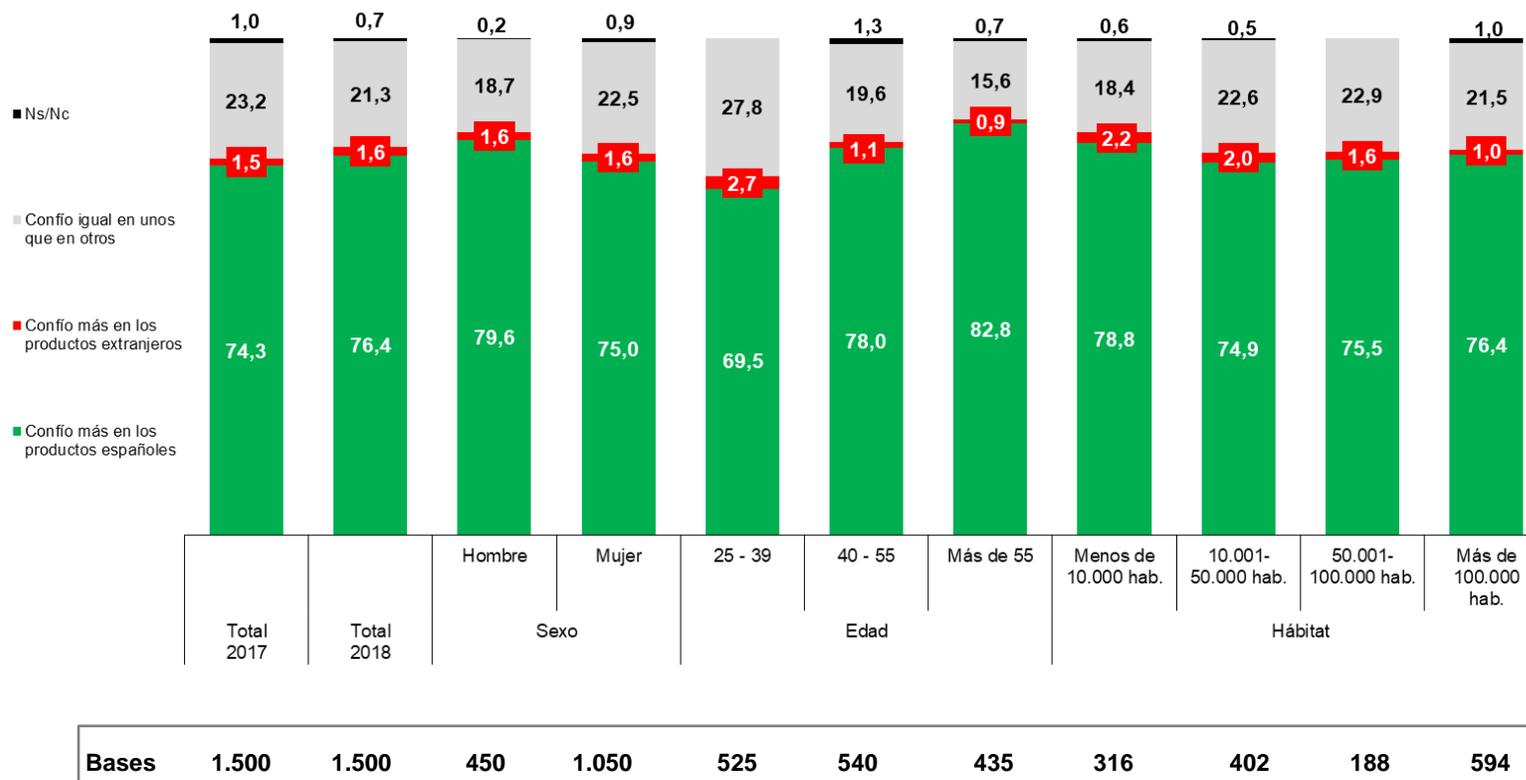
¿Considera que en los últimos años la calidad de los alimentos disponibles en el mercado ha mejorado, sigue igual o ha empeorado? (%)

(*) Pregunta respuesta única.



En general, si compara la calidad de los productos alimenticios españoles con los de otros países ¿confía más en los productos españoles o en los productos de fuera de España? (%)

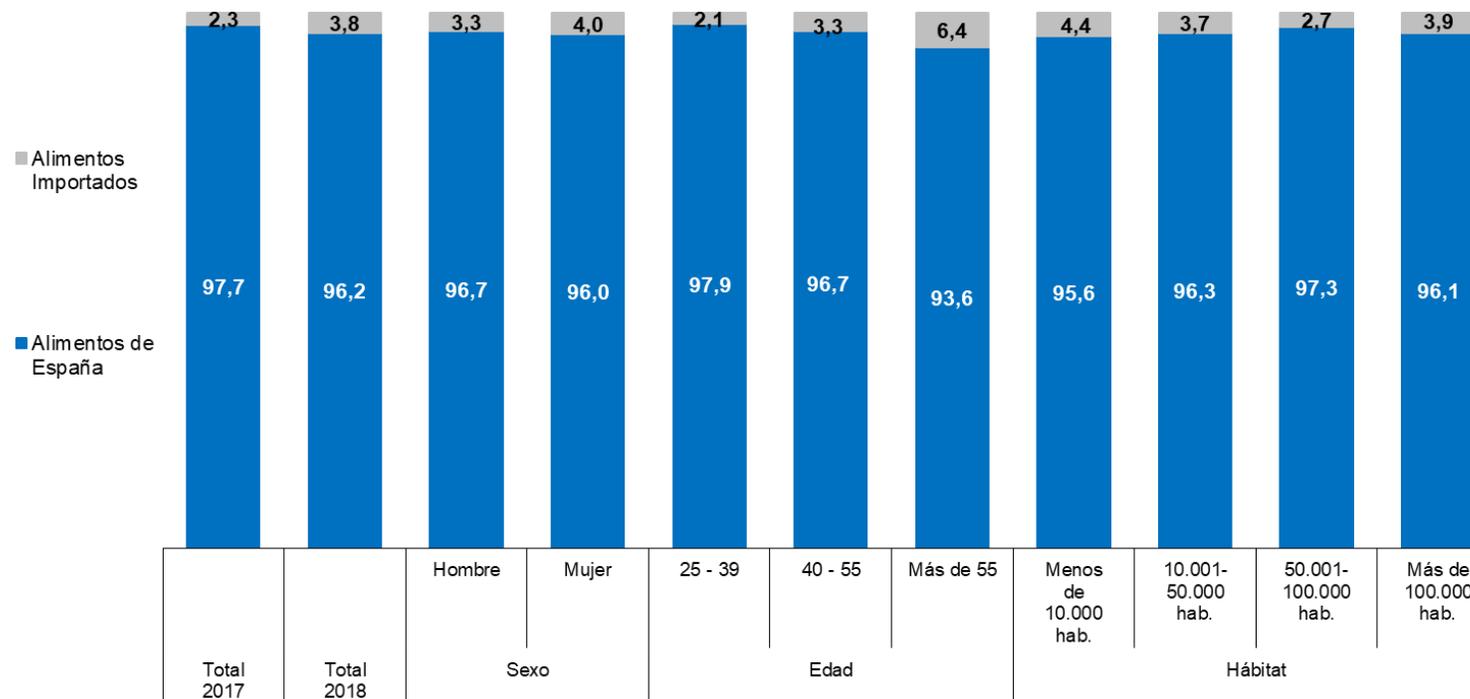
(*) Pregunta respuesta única.



A igualdad de precio elige ...

(%)

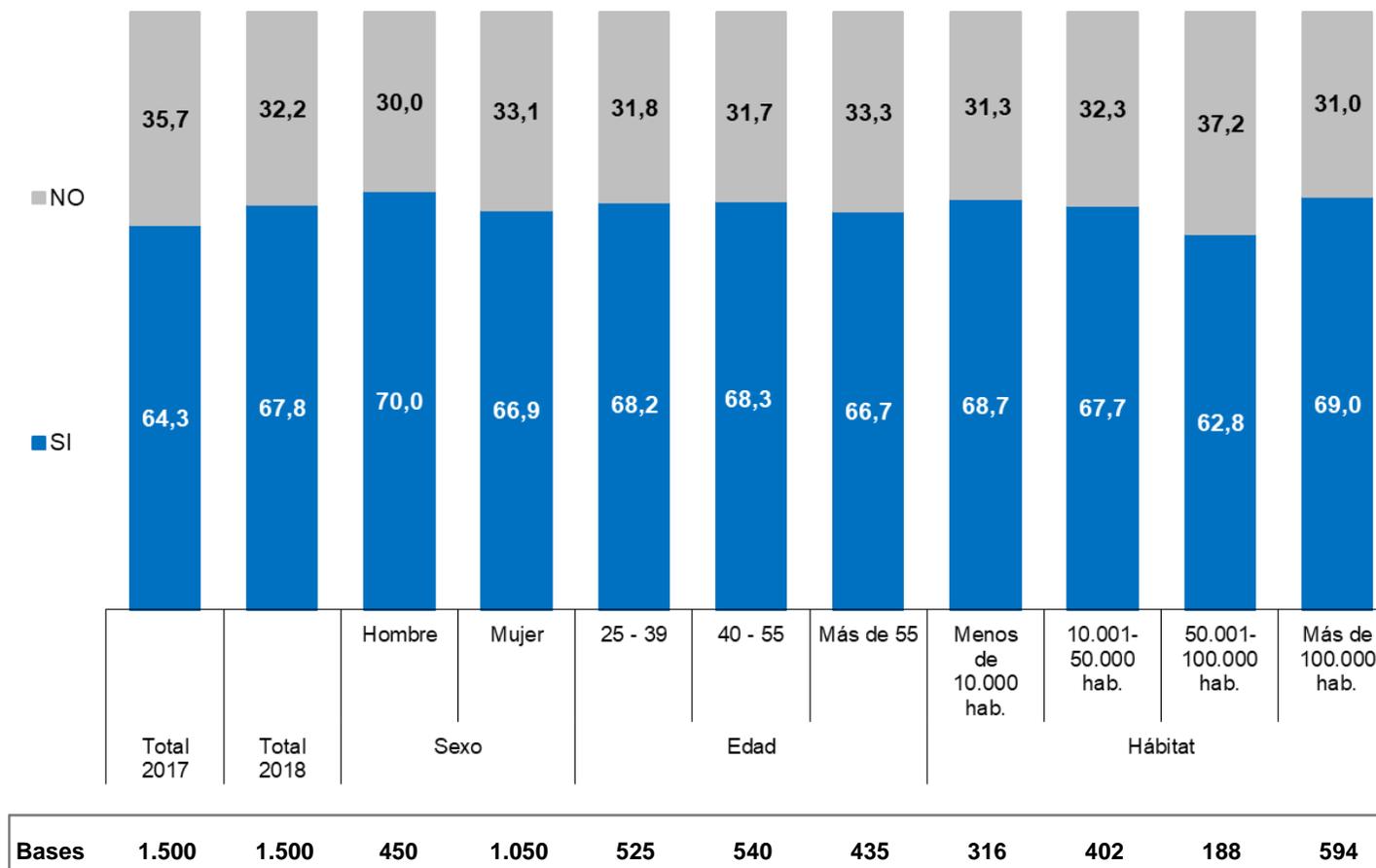
(*) Pregunta respuesta única.



Bases	1.500	1.500	450	1.050	525	540	435	316	402	188	594
-------	-------	-------	-----	-------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

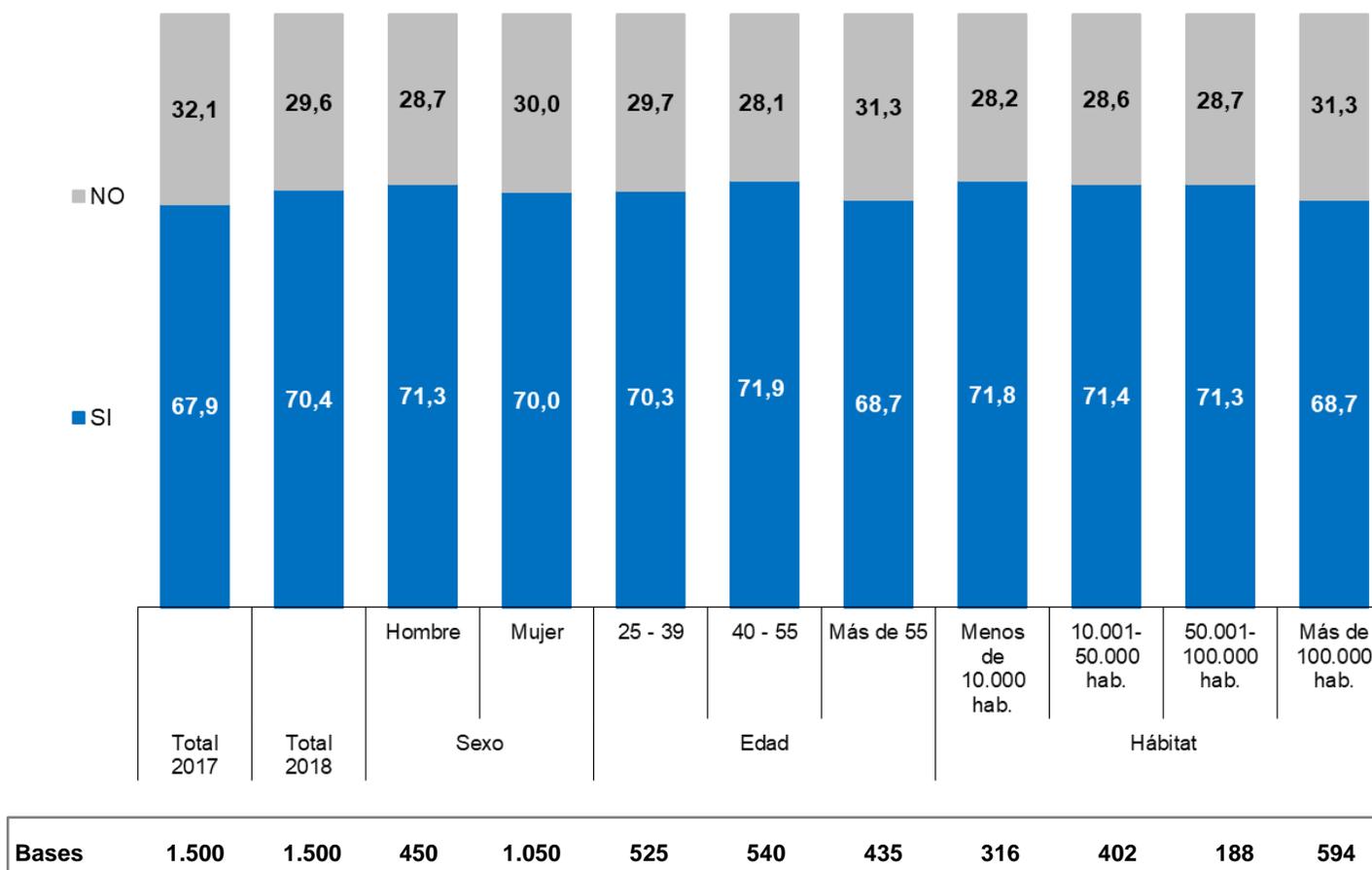
¿Cree que un producto que se acerca a la fecha de consumo preferente conserva toda la calidad? (%)

(*) Pregunta respuesta única.



¿Considera que el origen geográfico (país de origen de un alimento) es un indicador de calidad? (%)

(*) Pregunta respuesta única.

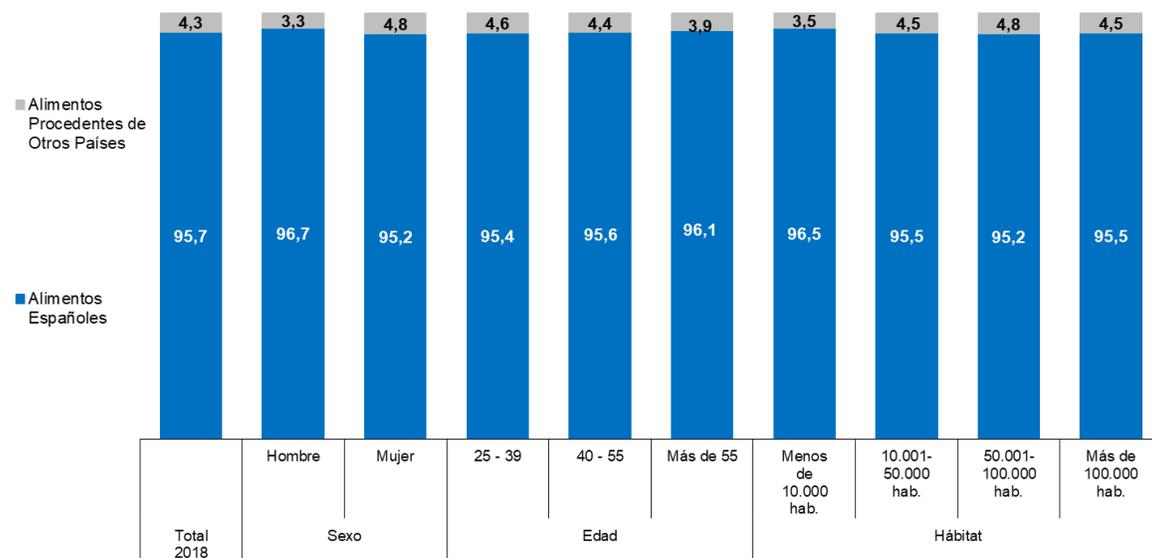


¿Qué origen / procedencia del producto prefiere?

(%)

Alimentos Españoles Vs. Alimentos de otros países

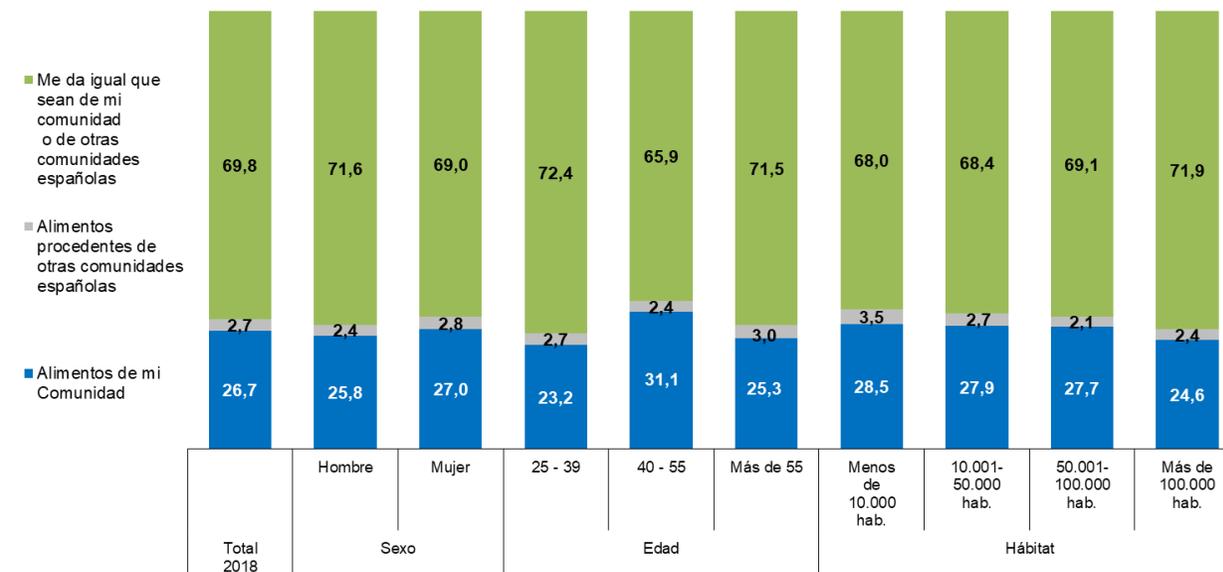
(*) Pregunta respuesta única.



Bases	1.500	450	1.050	525	540	435	316	402	188	594
--------------	-------	-----	-------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Alimentos de mi Comunidad Vs. Alimentos de Otras Comunidades

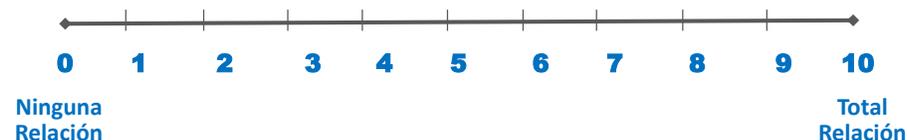
(*) Pregunta respuesta única.



Bases	1.500	450	1.050	525	540	435	316	402	188	594
--------------	-------	-----	-------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Ahora le voy a leer una serie de variables, dígame para Ud. qué relación tienen con la calidad de los productos alimenticios (%)

Utilice una escala de 0 a 10 donde 0 significa que no tiene ninguna relación y 10 que tiene total relación



Valoraciones Medias

	Total 2017	Total 2018	Sexo		Edad			Hábitat			
			Hombre	Mujer	25 - 39	40 - 55	Más de 55	Menos de 10.000 hab.	10.001-50.000 hab.	50.001-100.000 hab.	Más de 100.000 hab.
Marca del fabricante	6,57	6,73	6,69	6,75	6,68	6,76	6,76	6,77	6,77	6,78	6,68
Respeto por el medio ambiente	6,55	6,64	6,58	6,67	6,67	6,60	6,65	6,73	6,64	6,66	6,59
Origen geográfico	6,55	6,60	6,57	6,61	6,62	6,64	6,50	6,50	6,53	6,66	6,68
Precio del producto	6,51	6,60	6,54	6,63	6,54	6,59	6,69	6,66	6,56	6,54	6,61
Etiquetado del producto	6,03	6,02	6,08	5,99	6,05	6,03	5,95	5,98	6,17	5,96	5,95
Envase del producto	5,95	6,11	6,14	6,09	6,05	6,19	6,07	6,16	6,16	6,02	6,06
Bases	1500	1500	450	1050	525	540	435	316	402	188	594

¿Cree Ud que la calidad de productos alimenticios que se venden a través de internet es?

(*) Pregunta respuesta única.

(%)

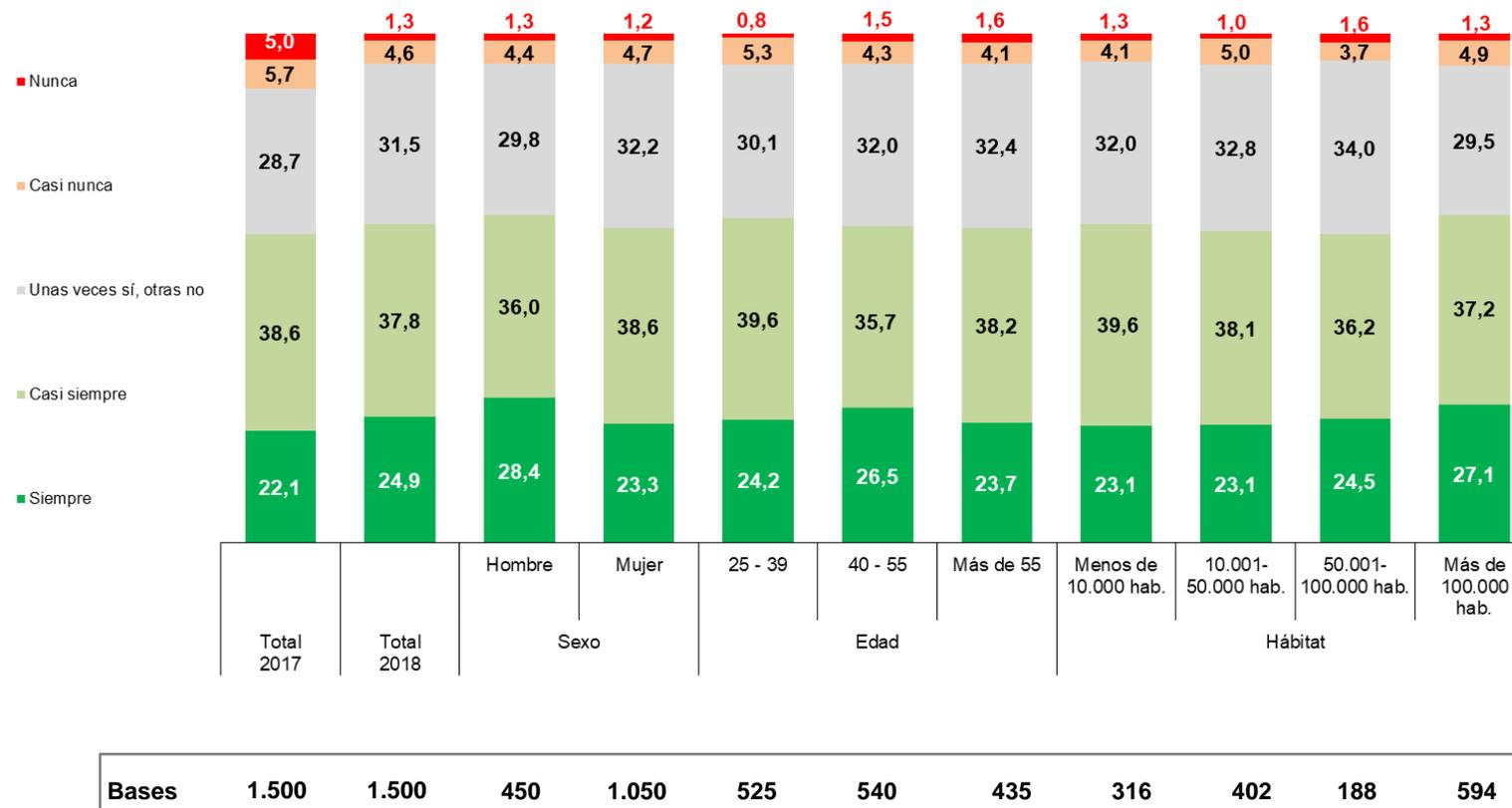


2.- Etiquetado de los Alimentos

¿Acostumbra a leer el etiquetado de los productos?

(*) Pregunta respuesta única.

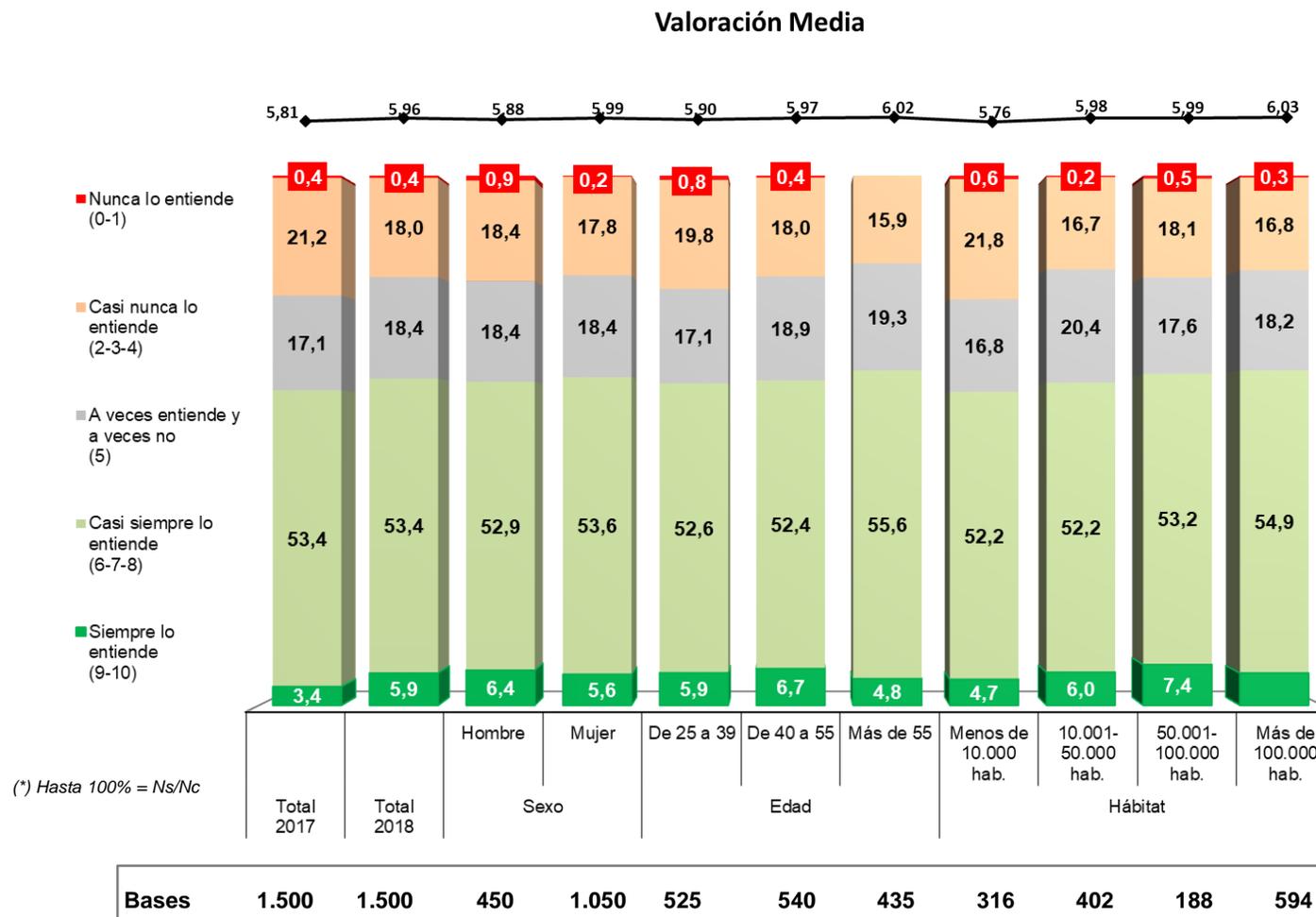
(%)



¿Entiende en general la información que aparece en las etiquetas de los alimentos?

Utilice una escala de 0 a 10 donde 0 significa que en general no lo entiende y 10 que en general entiende todo

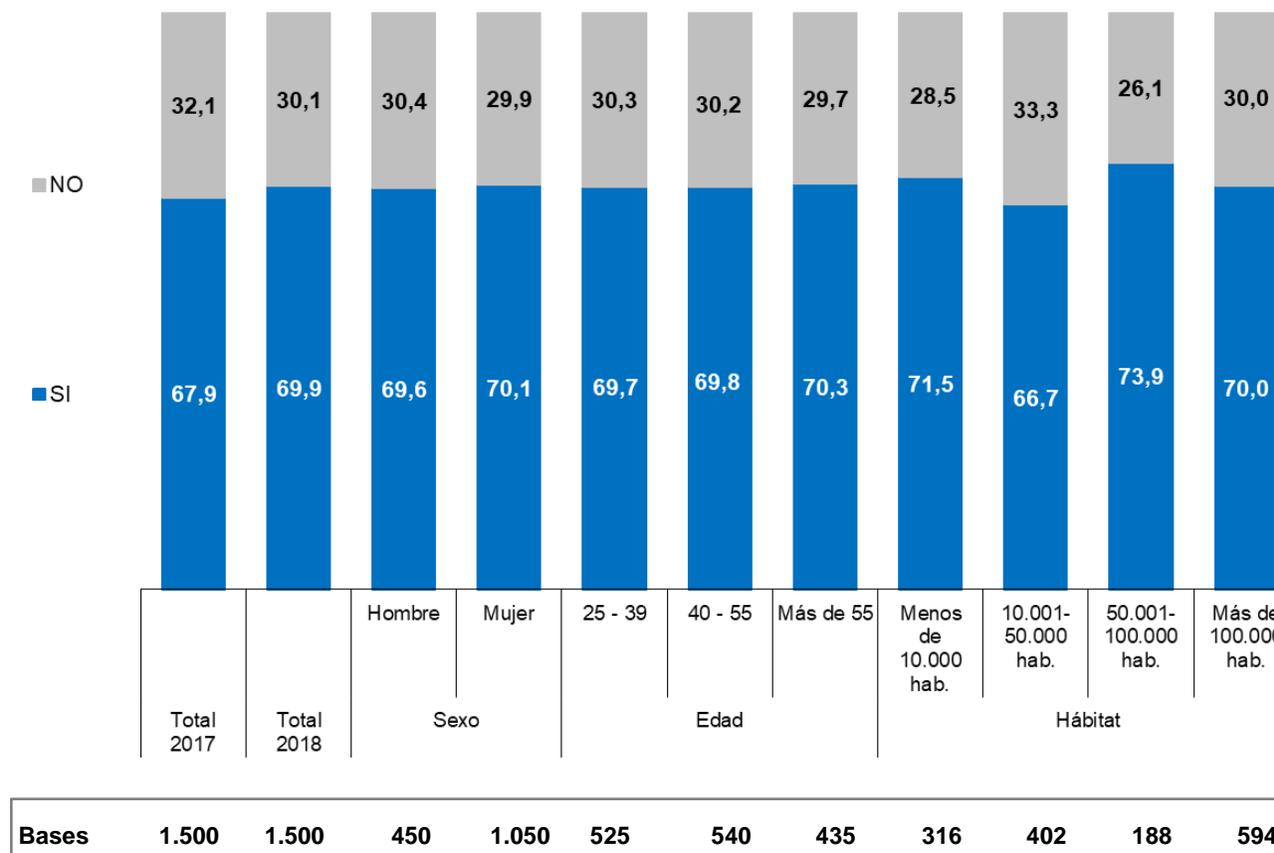
(%)



En general ¿Confía en la veracidad de la información que aparece en la etiqueta?

(%)

(*) Pregunta respuesta única.

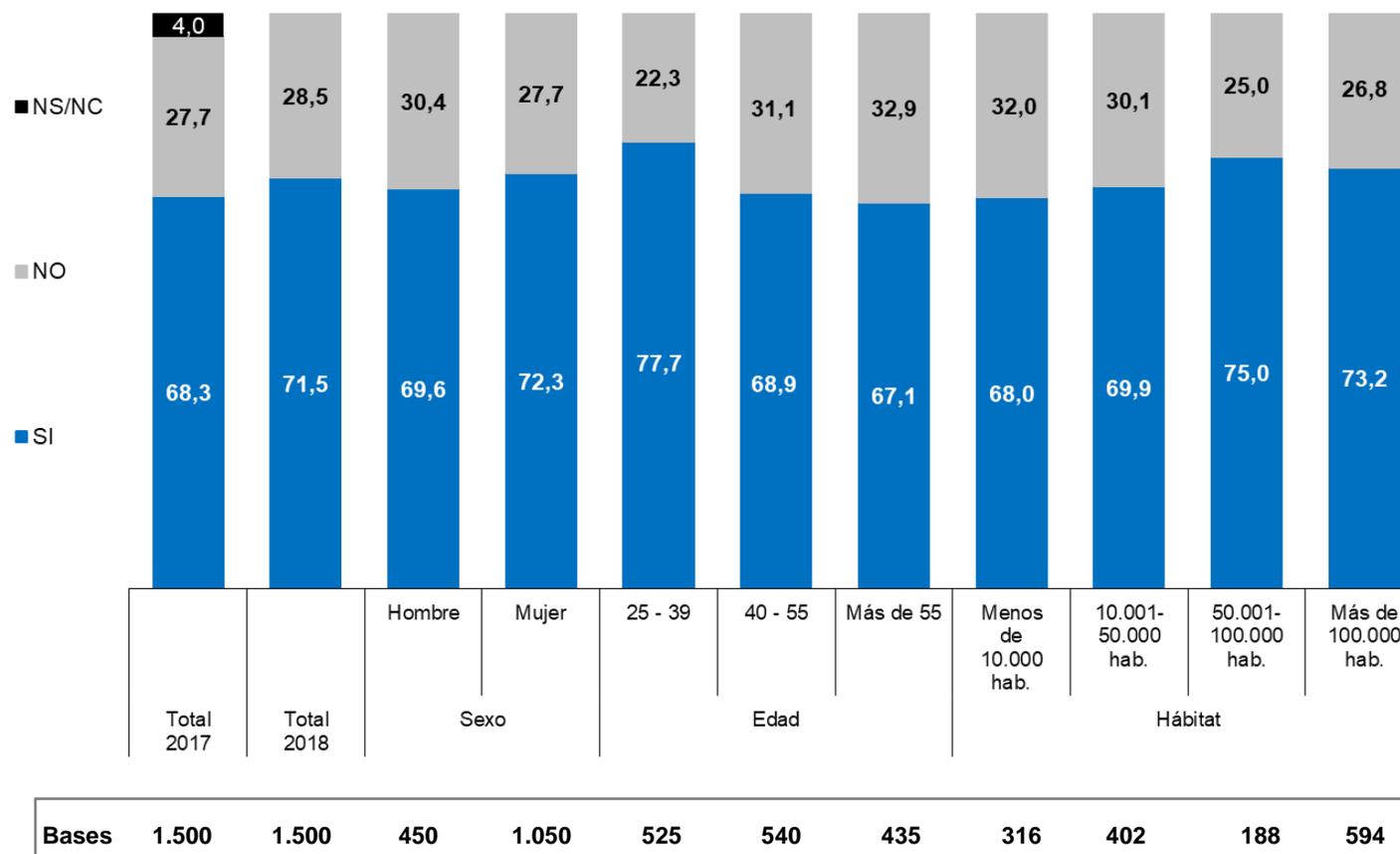


3.- Controles Alimentarios

¿Cree que el control de la calidad alimentaria en España es el adecuado?

(%)

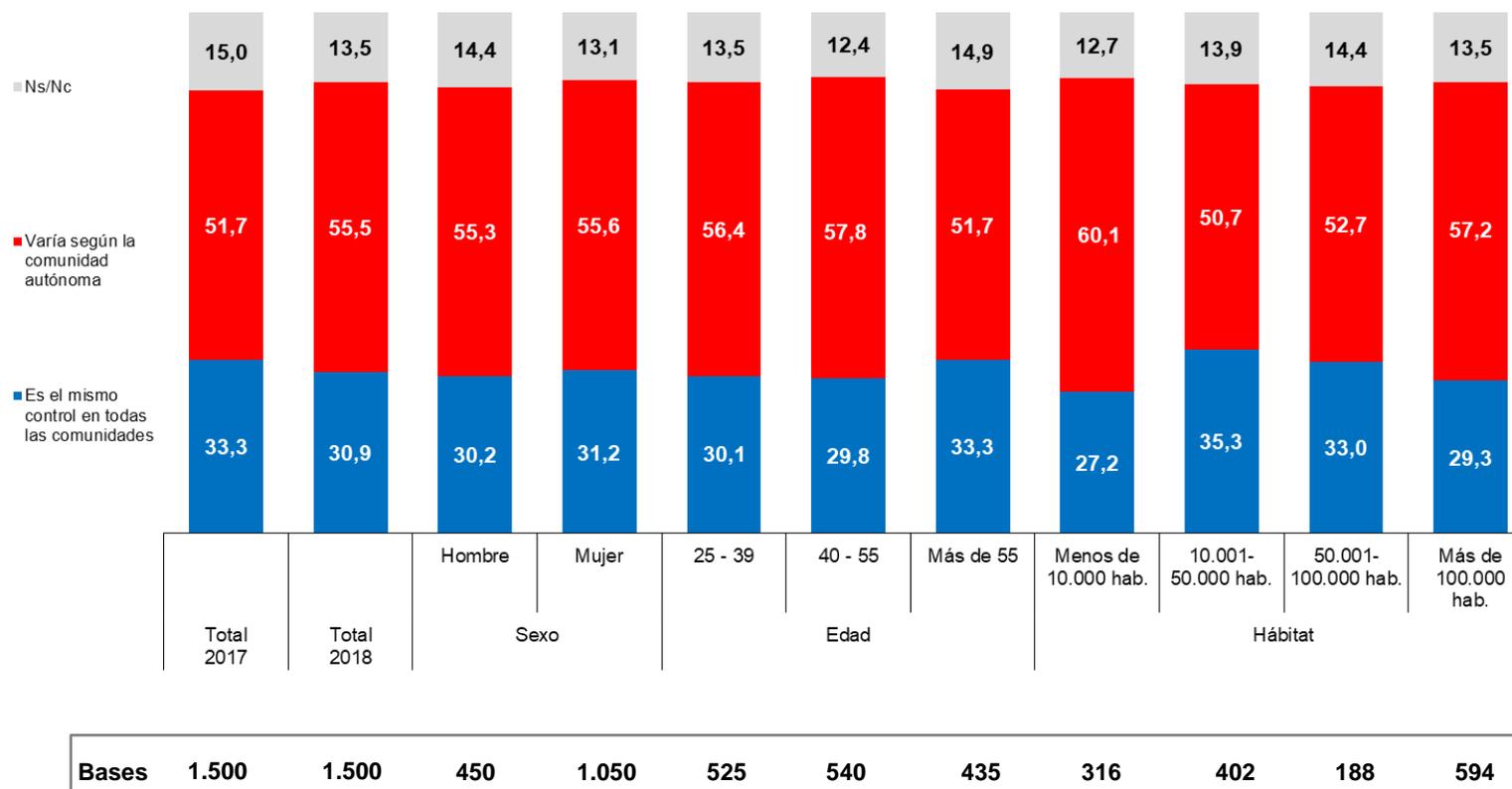
(*) Pregunta respuesta única.



¿Cree que en las distintas Comunidades Autónomas el control es el mismo o varía según la Comunidad?

(%)

(*) Pregunta respuesta única.

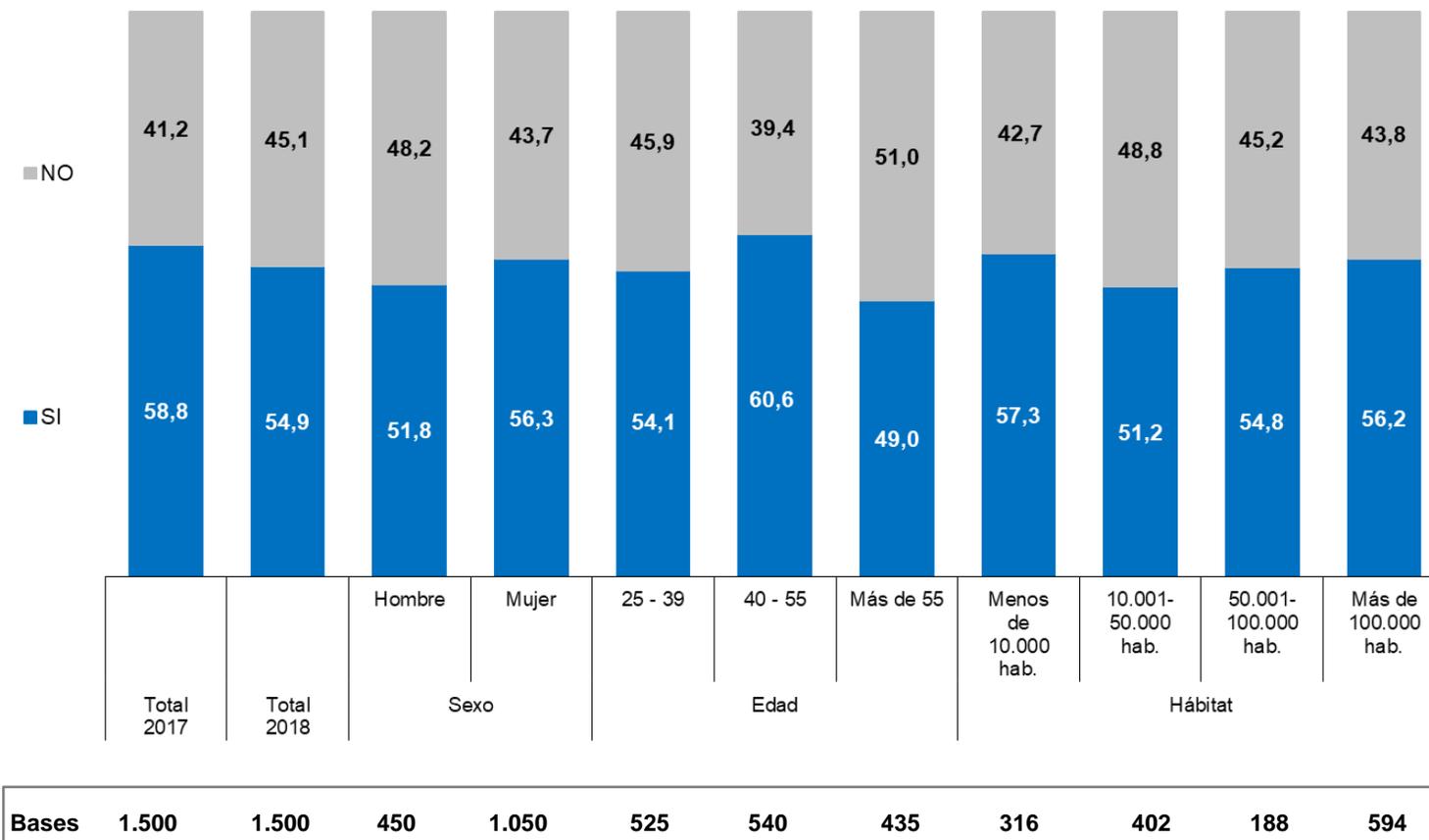


4.- Normas de Calidad

¿Sabe Ud qué es una Norma de Calidad?

(%)

(*) Pregunta respuesta única.





#alimentosdeespaña