



Barómetro clima de confianza del sector agroalimentario

Monográfico Leche/Productos Lácteos

(Consumidores)

Cuarto 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	6
Conclusiones	8
Resultados Monográfico Consumidores – Consumo de Leche/Productos Lácteos 4º Trimestre 2019	11
1.- Factores que determinan la compra de leche/productos lácteos	12
2.- Frecuencia de consumo de leche/productos lácteos	15
3.- Establecimiento de compra de leche/productos lácteos	18
4.- Importancia del Origen	21

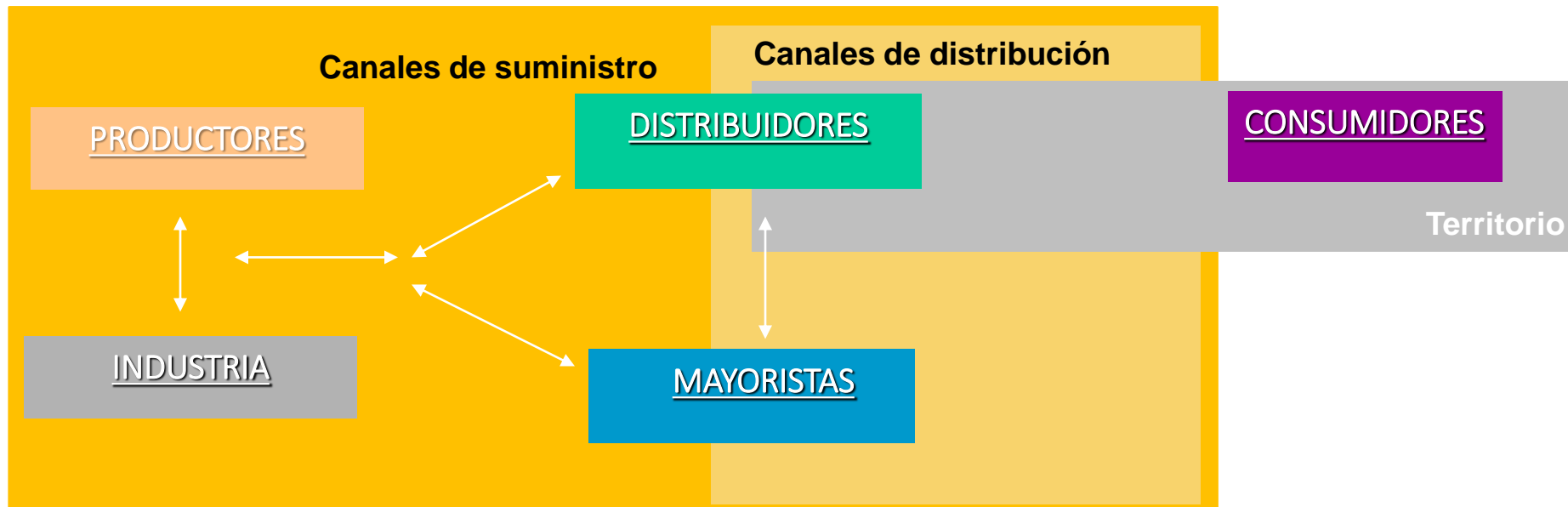
Objetivos

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 consumidores.

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	6	6	22
	CADIZ	3	9	13	14	39
	CORDOBA	7	8	0	11	26
	GRANADA	9	11	2	7	29
	HUELVA	5	7	0	5	17
	JAEN	7	8	2	4	21
	MALAGA	6	10	14	23	53
	SEVILLA	9	23	4	26	62
Total		51	81	41	96	269
ARAGON	HUESCA	3	2	2	0	7
	ZARAGOZA	7	3	0	21	31
	TERUEL	3	2	0	0	5
Total		13	7	2	21	43
ASTURIAS	ASTURIAS	5	8	4	16	33
Total		5	8	4	16	33
BALLEAR ILLES	BALLEAR ILLES	5	18	0	13	36
Total		5	18	0	13	36
C DE NAVARRA	NAVARRA	9	6	0	6	21
Total		9	6	0	6	21
C VALENCIANA	ALICANTE	8	20	13	18	59
	CASTELLÓ	4	7	2	6	19
	VALENCIA	15	32	9	25	81
Total		27	59	24	49	159
CANARIAS	LAS PALMAS	2	12	6	15	35
	STA CRUZ TENEI	5	14	2	12	33
Total		7	26	8	27	68
CANTABRIA	CANTABRIA	6	5	2	6	19
Total		6	5	2	6	19
CASTILLA Y LEON	AVILA	3	0	2	0	5
	BURGOS	4	2	0	5	11
	LEON	7	2	2	4	15
	PALENCIA	3	0	2	0	5
	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	9	10	24

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 MANCA	ALBACETE	4	3	0	6	13
	CIUDAD REAL	6	8	2	0	16
	CUENCA	4	0	2	0	6
	GUADALAJARA	3	2	3	0	8
	TOLEDO	12	5	5	0	22
Total		29	18	12	6	65
CATALUÑA	BARCELONA	20	44	27	89	180
	TARRAGONA	9	9	0	8	26
	LLEIDA	8	2	0	4	14
	GIRONA	9	12	0	3	24
Total		46	67	27	104	244
EXTREMADURA	CACERES	7	2	3	0	12
	BADAJOS	10	5	2	5	22
Total		17	7	5	5	34
GALICIA	CORUÑA	10	13	5	8	36
	LUGO	5	2	3	0	10
	OURENSE	5	2	0	3	10
	PONTEVEDRA	5	13	2	10	30
Total		25	30	10	21	86
LA RIOJA	LA RIOJA	3	2	0	5	10
Total		3	2	0	5	10
MADRID	MADRID	11	20	28	152	211
Total		11	20	28	152	211
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	3	14	37
Total		14	24	5	28	71
CEUTA Y MELILLA	CEUTA	0	0	3	0	3
	MELILLA	0	0	3	0	3
Total		0	0	6	0	6
Total General		305	406	189	600	1500

Ficha Técnica

- La persona entrevistada ha sido seleccionada por su condición de **Responsable de la compra en el hogar**.
- El **margen de error** máximo para resultados globales es de $\pm 2,6\%$, en las condiciones estadísticas de máxima indeterminación $p=q=50$ y un nivel de confianza del **95,5%**.
- Las entrevistas se realizan por entrevistadores especializados en la técnica de entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI – Computer Assisted Telephone Interviewing).
- El trabajo de campo se realizó entre los días 1 y 30 de junio de 2020. La revisión, depuración, supervisión y tabulación de los cuestionarios se efectuó entre los días 3 de junio y 1 de julio de 2020.
- Debido a la fecha de firma del contrato del Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario (1 de junio de 2020), el trabajo de campo se ha realizado en un plazo excepcional, entre los días 1 y 30 de junio de 2020. La realización en este corto plazo ha permitido recuperar/inferir los datos de los dos trimestres no realizados (4º trimestre 2019 y 1º trimestre 2020) y completar las entrevistas correspondientes al trimestre natural en curso (2º trimestre 2020).
- Como ya contemplaba el pliego de prescripciones técnicas y desarrollaba la propuesta de la empresa adjudicataria, dadas las fechas de presentación límite de la propuesta y la apertura de la oferta técnica y económica más los procesos de adjudicación, fiscalización, compromiso de gasto y firma del contrato, para evitar la pérdida de la secuencia de información trimestral y la serie del índice, se inferirían los resultados de los trimestres no realizados (4º trimestre 2019 y 1º trimestre 2020) con una muestra igual en cada caso (4.200 entrevistas en cada trimestre no realizado en su plazo habitual). Con esto se lograría no perder información de la serie histórica y no utilizar más, ni menos, de las 67.200 entrevistas propuestas en la oferta técnica para el periodo de licitación.

Conclusiones

- A la hora de comprar leche/productos lácteos, el consumidor prioriza la tipología (desnatada, semi, entera, etc), la calidad y el sabor. Resultados homogéneos por sexo y edad.
- El 80,5% de los españoles consume leche/productos lácteos habitualmente (todos o casi todos los días) y un 18,9% con menos frecuencia. Un 0,6% de la población no consume nunca leche ni productos lácteos. La frecuencia media de consumo entre los consumidores habituales es de 22 veces al mes. Entre los consumidores esporádicos disminuye a 9 veces mes.
- 9 de cada 10 consumidores adquiere la leche/productos lácteos en establecimientos de venta organizada, destacando especialmente el supermercado donde 6 de cada 10 entrevistados compra estos productos. Sólo un 1,1% de los entrevistados adquiere la leche/productos lácteos directamente del productor.
- Los consumidores otorgan bastante importancia al origen de los alimentos. En una escala de 0 (no le importa nada) a 10 (le importa mucho), califican con 6,94 puntos la importancia que para ellos tiene conocer el país de origen o lugar de procedencia de los alimentos en general y con 7,00 puntos la importancia de conocer el origen de la leche/productos lácteos. Por sexo, las mujeres otorgan más importancia que los hombres al hecho de conocer el origen. Por edad, los entrevistados con edades entre 40 y 55 años son los que más importancia le otorgan y los más jóvenes (entrevistados con edades entre 25 y 39 años) los que menos.
- Casi la mitad de los consumidores (49,3%) tiene conocimiento de que desde enero de 2019 es obligatorio indicar en el etiquetado de la leche y los productos lácteos el origen de la leche, un 50,7% lo desconoce. El conocimiento aumenta entre los hombres, entre los entrevistados con edades entre 40 y 55 años y en los hábitat de más de 100.000 habitantes. Entre los que conocen esta normativa, algo más de la mitad (54,2%) sigue consumiendo los mismos productos, un 35,2% ahora sólo consume productos con origen España, un 9,0% sólo consume productos con origen UE y un 1,5% sólo consume productos con origen en algún país de la UE.
- El 75,7% de los consumidores prefiere pagar un poco más por la leche y que la información del origen del producto se refleje en el etiquetado. Los resultados son homogéneos por sexo y edad.

- En una escala de 0 (totalmente en desacuerdo) a 10 (totalmente de acuerdo), los consumidores califican con 6,60 puntos su grado de acuerdo con la afirmación: *“reflejar el origen de un producto en el etiquetado permite poner en valor los sistemas de producción europeos y nacionales de los productos”*.
- En una escala de 0 (nada relacionada) a 10 (totalmente relacionada), los consumidores califican con 6,86 puntos su grado de acuerdo con que la calidad de los alimentos está relacionada con su origen y con 6,95 puntos su grado de acuerdo con que la calidad de la leche y los productos lácteos está relacionada con su origen. El grado de acuerdo con estas afirmaciones aumenta entre las mujeres y entre los entrevistados de mediana edad (40 a 55 años).
- A la inmensa mayoría de entrevistados (80,5%) les gustaría que la obligación de indicar el origen de la leche utilizada como ingrediente en el etiquetado de la leche y los productos lácteos, se prorrogase más allá de 2021.
- La mayoría de entrevistados (mínimo 7 de cada 10) creen que la obligación de incluir el origen en el etiquetado debería extenderse al resto de productos analizados (carne, como ingrediente de los alimentos, arroz, condimentos y especias, café, té, aceites vegetales, zumos y horchata).

Resultados Monográfico Leche/Productos Lácteos

1.- Factores que determinan la compra de la leche/productos lácteos

¿Cuáles son los 3 factores más importantes a la hora de comprar leche/productos lácteos? (%)

(*) Respuesta espontánea y múltiple

Resultados Barómetro – 2020

	Top of Mind	Resto	Total
Tipología (desnatada, semi, entera, etc)	29,1	37,7	66,8
Calidad	21,0	33,3	54,3
Sabor	11,6	35,1	46,7
Precio	13,5	29,2	42,7
Marca	14,7	27,2	41,9
Origen	4,2	11,2	15,4
Fecha de caducidad	1,3	13,9	15,2
Producto en oferta/promoción	0,8	7,8	8,6
Tamaño del envase	0,3	6,4	6,7
Composición nutricional	0,9	5,7	6,6
Lista de ingredientes	0,9	4,5	5,4
Formato del envase	0,1	2,8	2,9
Presencia de alérgenos	0,3	2,3	2,6
Presencia de etiquetas o sellos de calidad	0,4	2,1	2,5
Prestigio	0,2	1,5	1,7
Otras	—	0,1	0,1
No consumo leche ni productos lácteos	0,6	—	0,6
Base	1.500		

¿Cuáles son los 3 factores más importantes a la hora de comprar leche/productos lácteos? (%)

(*) Respuesta espontánea y múltiple

Resultados Barómetro 2020 según sexo, edad y hábitat

	Total 2020	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.
Tipología (desnatada, semi, entera, etc)	66,8	70,4	65,3	68,8	64,4	68,0	63,5	67,1	65,8	68,7
Calidad	54,3	55,7	53,8	54,6	57,1	50,9	56,9	57,1	46,9	53,5
Sabor	46,7	38,5	50,2	45,2	47,5	47,2	48,7	49,8	43,7	44,6
Precio	42,7	41,2	43,3	40,0	43,1	44,6	40,0	45,4	47,0	40,9
Marca	41,9	41,3	42,1	43,0	42,6	40,1	43,6	40,6	43,3	41,5
Origen	15,4	13,8	16,1	13,8	18,8	13,0	16,9	15,9	11,1	15,7
Fecha de caducidad	15,2	14,8	15,3	14,5	13,6	17,5	18,7	13,1	16,4	14,4
Producto en oferta/promoción	8,6	10,1	7,9	7,4	9,2	8,8	9,5	7,2	6,5	9,7
Tamaño del envase	6,7	8,0	6,1	6,2	7,2	6,4	9,3	6,1	4,8	6,3
Composición nutricional	6,6	8,7	5,7	7,9	6,2	6,0	4,5	7,7	5,1	7,4
Lista de ingredientes	5,4	7,4	4,5	8,8	4,5	3,4	4,3	4,9	7,3	5,6
Formato del envase	2,9	3,0	2,9	1,9	3,8	2,8	4,6	1,7	4,7	2,3
Presencia de alérgenos	2,6	2,9	2,5	2,6	2,4	2,8	1,4	2,7	1,6	3,5
Presencia de etiquetas o sellos de calidad	2,5	2,2	2,6	1,2	3,1	2,8	1,6	2,4	2,6	2,8
Prestigio	1,7	2,9	1,2	1,6	1,7	1,8	1,3	2,0	2,6	1,5
Otras	0,1	0,0	0,2	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,5	0,2
No consumo leche	0,6	1,1	0,4	0,5	0,3	1,0	0,0	1,2	1,1	0,3
Base	1.500	450	1.050	426	580	494	305	406	189	600

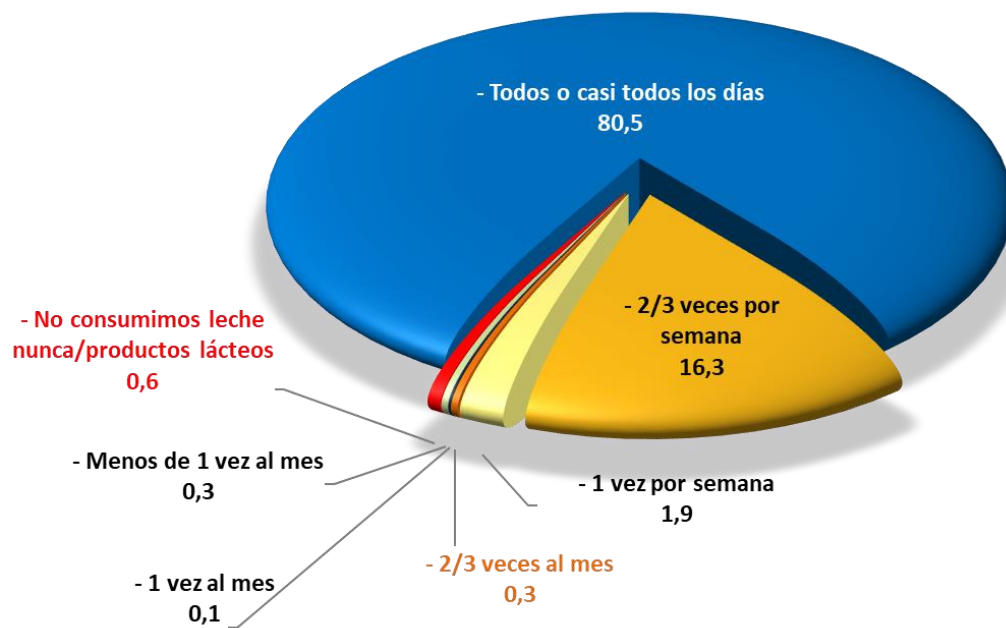
2.- Frecuencia de consumo de leche/productos lácteos

¿Con qué frecuencia se consume leche/productos lácteos en su hogar? (%)

(*) Respuesta única

Resultados Barómetro – 2020

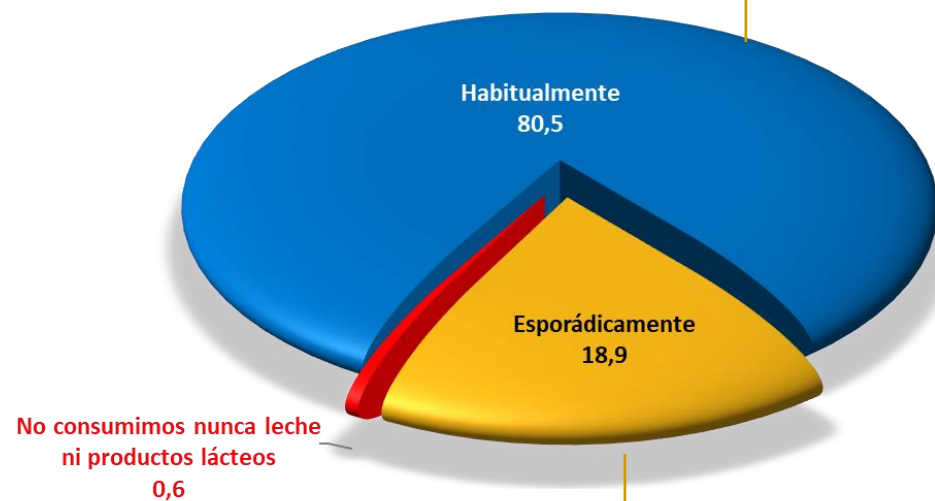
Frecuencia Media Mensual Consumidores leche/productos lácteos (1.490 entrevistados): 19,6 veces/mes



Base: 1.500

Frecuencia Media: 22 veces/mes

Consumidores habituales de leche/productos lácteos



Frecuencia Media: 9 veces/mes

Consumidores esporádicos de leche/productos lácteos

¿Con qué frecuencia se consume leche/productos lácteos en su hogar? (%)

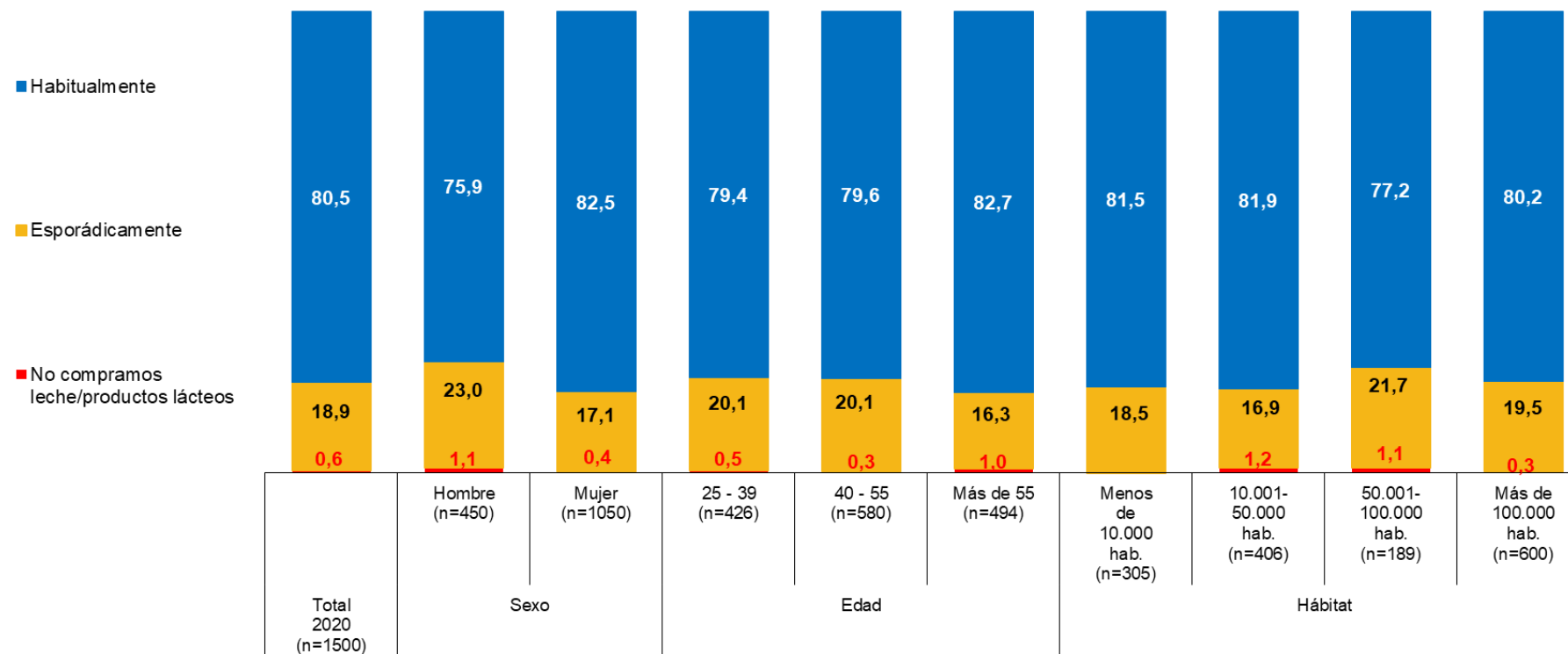
(%)

(*) Respuesta única

Resultados Barómetro 2020 según sexo, edad y hábitat

Consumidores de leche/productos lácteos

Frecuencia Media Mensual	19,60	19,02	19,79	19,44	19,39	19,88	19,59	19,86	19,24	19,45
--------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------



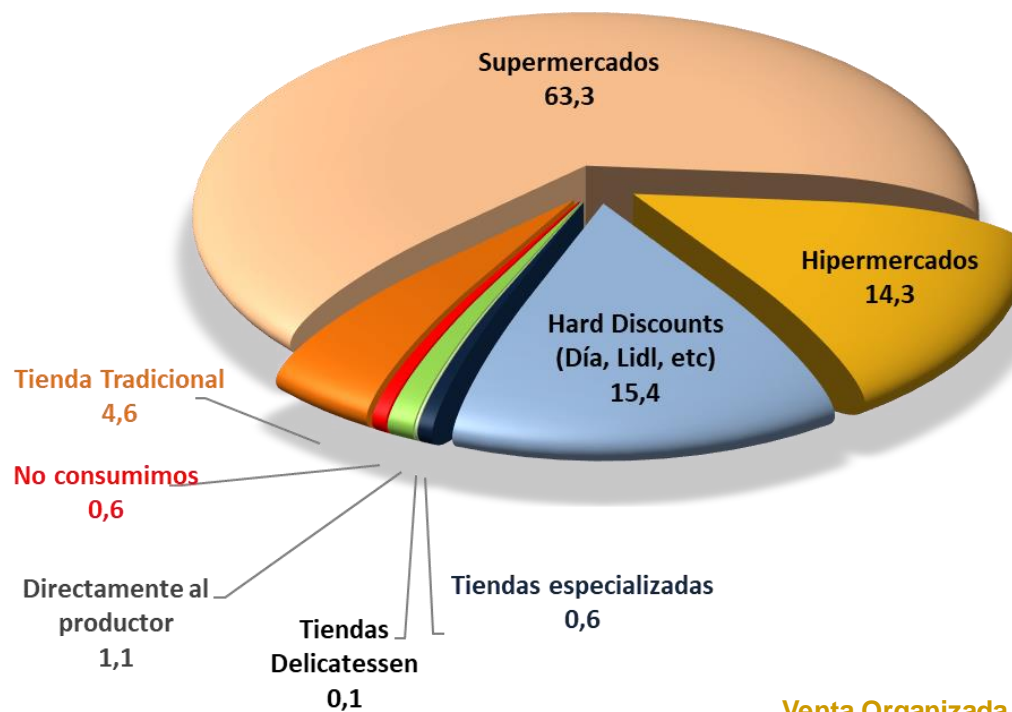
3.- Establecimiento de compra de leche/productos lácteos

¿Dónde acostumbra habitualmente a comprar la leche/productos lácteos? (%)

(*) Respuesta única

Resultados Barómetro 2020

Base: 1.500



Venta Organizada	93,0
Tienda Tradicional/Especializada/Delicatessen	5,3
Directamente al productor	1,1

¿Dónde acostumbra habitualmente a comprar la leche/productos lácteos? (%)

(*) Respuesta única

Resultados Barómetro 2020 según sexo, edad y hábitat

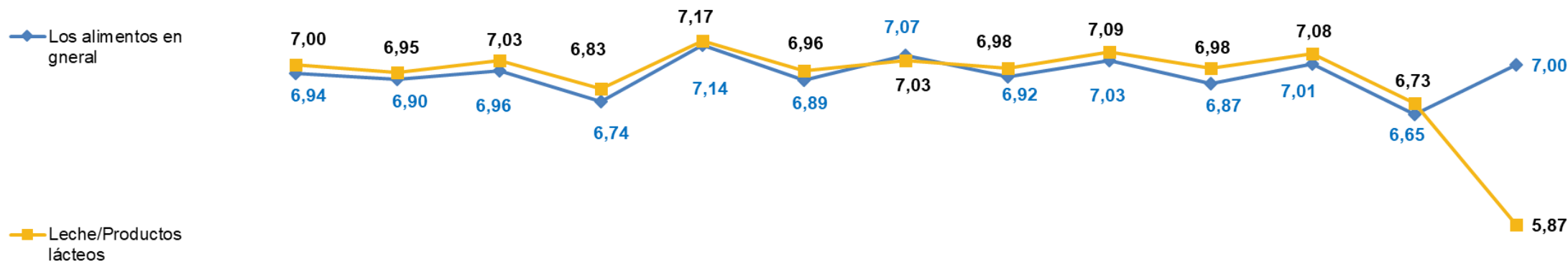
	Total 2020	Sexo		Edad			Hábitat			
		Hombre	Mujer	De 25 a 39	De 40 a 55	Más de 55	Menos de 10.000 hab.	10.001-50.000 hab.	50.001-100.000 hab.	Más de 100.000 hab.
Supermercados	63,3	61,1	64,2	62,9	62,9	64,0	62,0	63,1	61,4	64,6
Hard Discounts (Día, Lidl, etc)	15,4	16,7	14,9	13,6	17,0	15,2	17,1	16,1	13,1	14,9
Hipermercados	14,3	15,8	13,6	19,9	13,7	10,1	12,7	12,8	18,4	14,7
Tienda Tradicional	4,6	3,8	5,0	2,6	3,6	7,6	6,3	4,7	4,4	3,8
Directamente al productor	1,1	1,1	1,1	0,5	1,5	1,3	1,6	1,5	0,0	1,0
Tiendas especializadas	0,6	0,4	0,7	0,0	0,9	0,8	0,3	0,5	1,6	0,5
Tiendas Delicatessen	0,1	0,0	0,1	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
No consumimos ni leche ni productos lácteos	0,6	1,1	0,4	0,5	0,3	1,0	0,0	1,2	1,1	0,3
Base	1.500	450	1.050	426	580	494	305	406	189	600

4.- Importancia del Origen

Utilizando una escala de 0 (no le importa nada) a 10 (le importa mucho)
Valore la importancia que tiene para Ud conocer el país de origen o lugar de procedencia de los alimentos en general y los productos lácteos (%)

(*) Respuesta única por ítem.

Resultados Barómetro 2020 según sexo, edad y hábitat



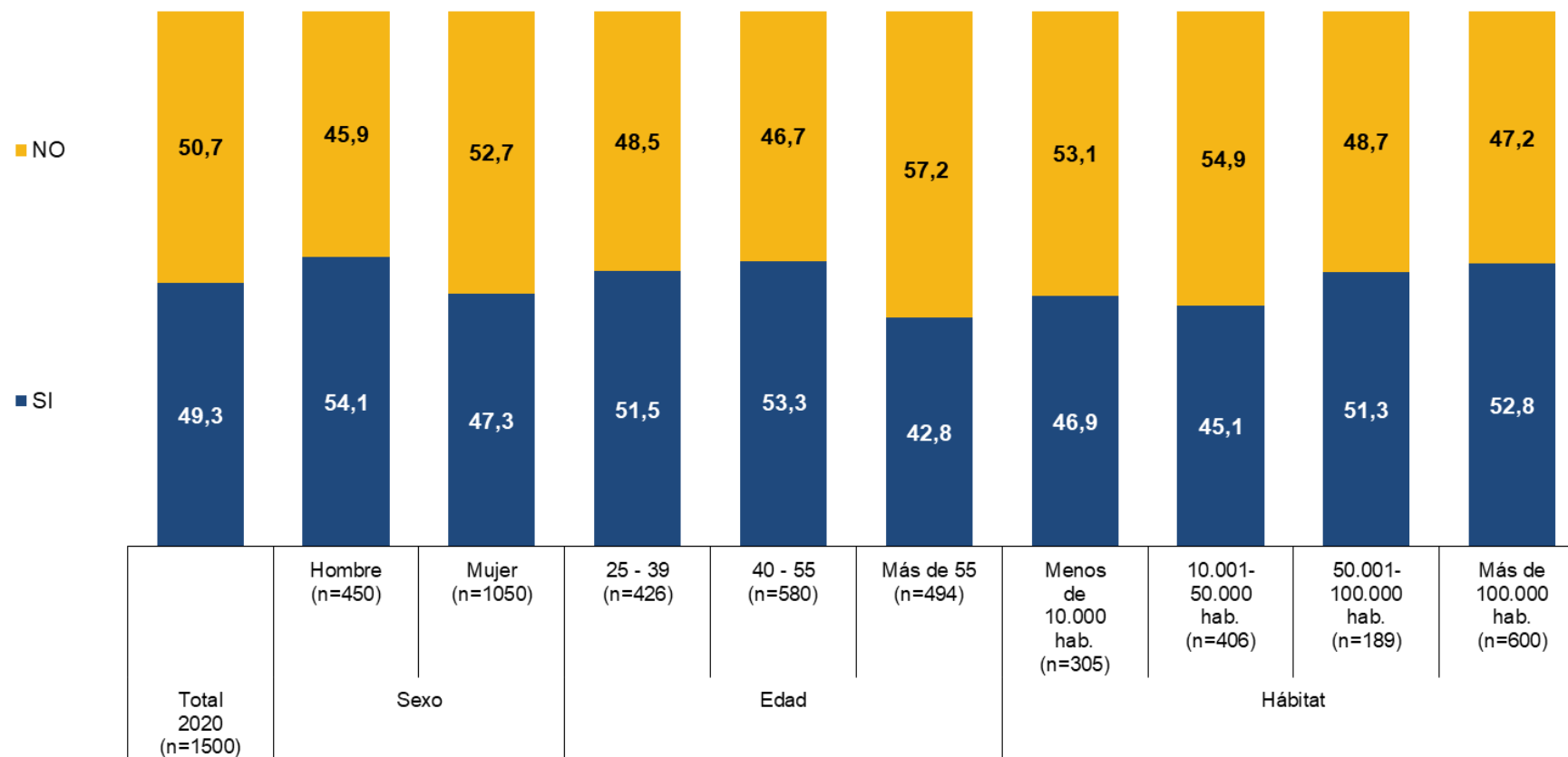
Total 2020 (n=1500)	Sexo		Edad			Hábitat			Frecuencia de consumo de leche/productos lácteos		
	Hombre (n=450)	Mujer (n=1050)	25 - 39 (n=426)	40 - 55 (n=580)	Más de 55 (n=494)	Menos de 10.000 hab. (n=305)	10.001-50.000 hab. (n=406)	50.001-100.000 hab. (n=189)	Más de 100.000 hab. (n=600)	Habitual (n=1207)	Esporádico (n=284)

(*) Base no consumen nunca: margen de error muy elevado

¿Sabía Ud que desde enero de 2019 es obligatorio indicar en el etiquetado de la leche y los productos lácteos (leche, nata, mantequilla, yogur, kéfir, cuajada, queso y requesón) el origen de la leche? (%)

(*) Respuesta única

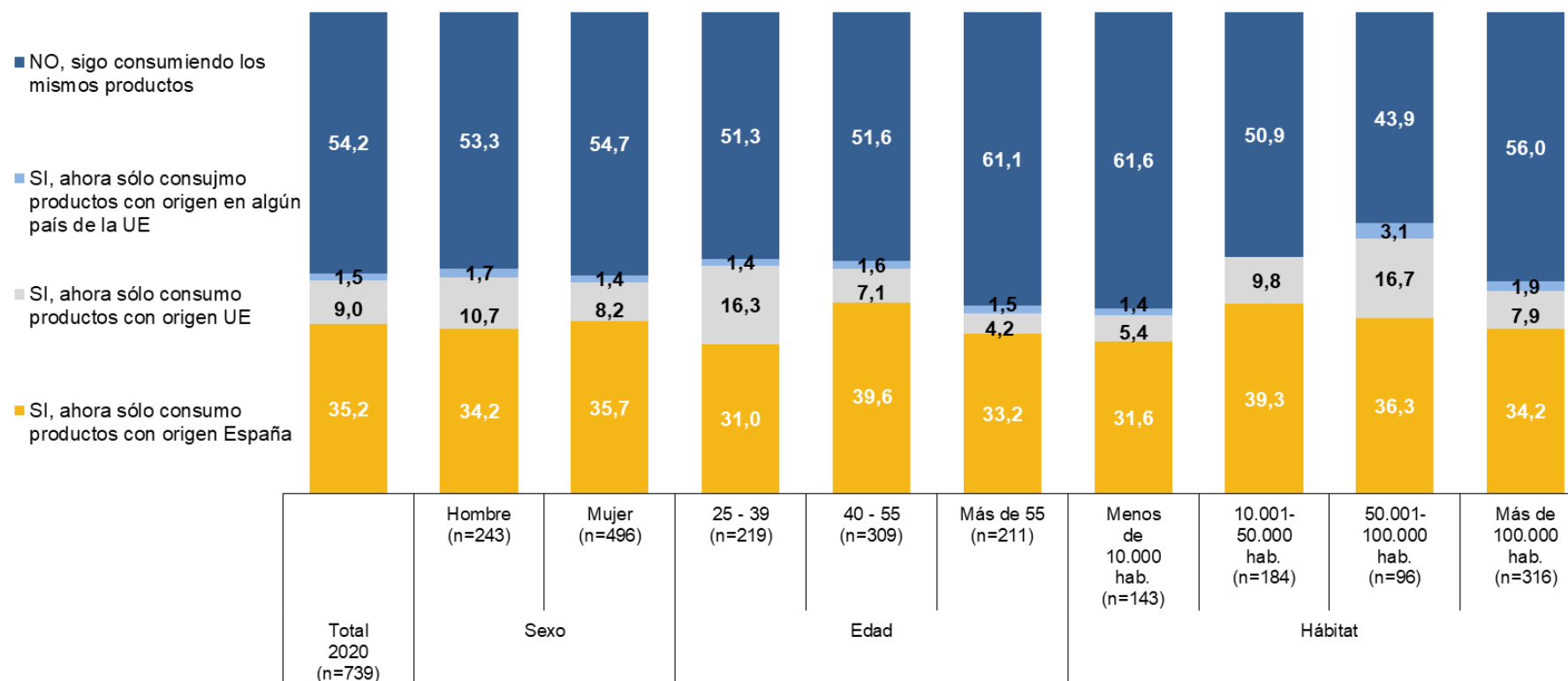
Resultados Barómetro 2020 según sexo, edad y hábitat



¿Ha variado su comportamiento de consumo de leche y productos lácteos en función de la obligatoriedad de reflejar la información del origen de estos productos en el etiquetado? (%)

(*) Pregunta Sugerida. Respuesta única

Resultados Barómetro 2020 según sexo, edad y hábitat

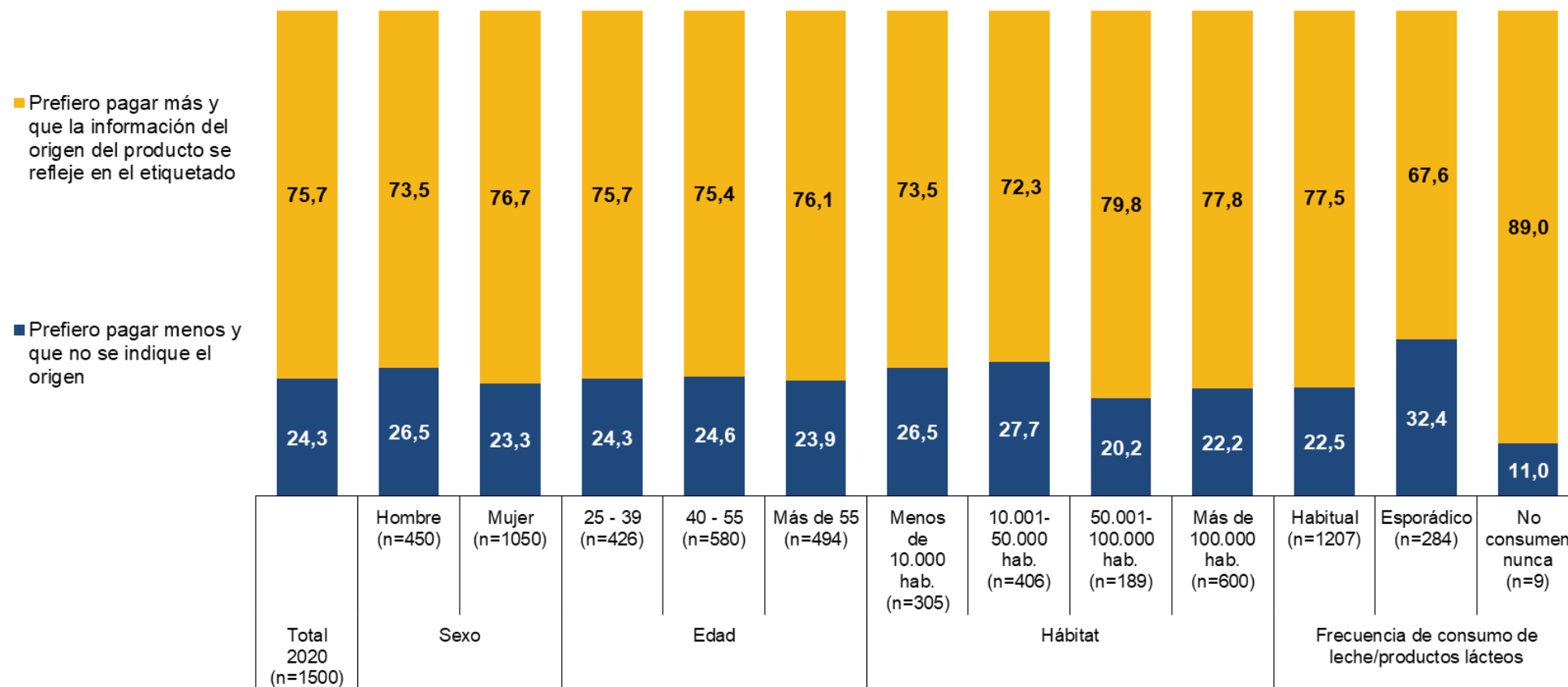


Base: entrevistados que conocen que desde enero de 2019 es obligatorio indicar en el etiquetado de la leche y los productos lácteos el origen de la leche

¿Qué prefiere Ud: pagar menos por la leche a cambio de no reflejar el origen o pagar un poco más y que la información del origen/procedencia aparezca reflejada en el etiquetado? (%)

(*) Respuesta única

Resultados Barómetro 2020 según sexo, edad y hábitat



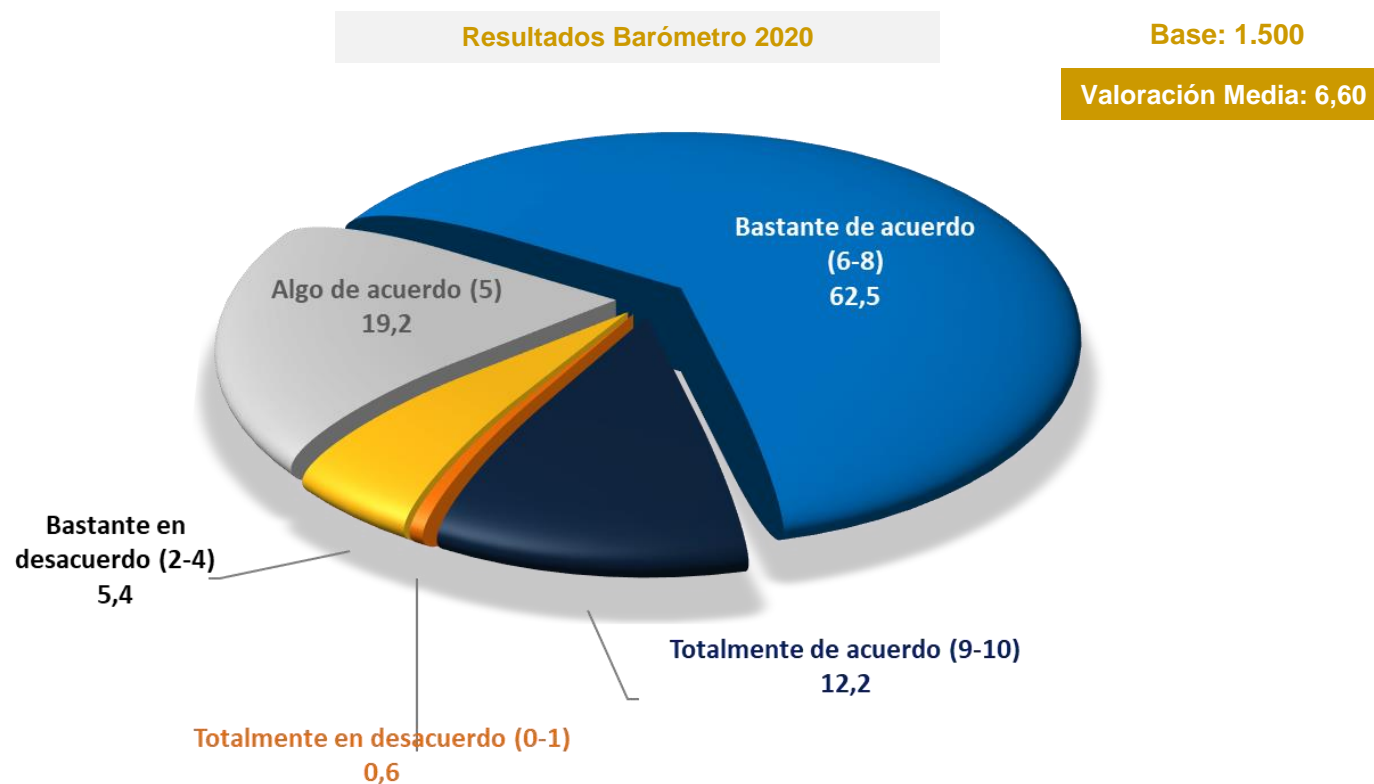
(*) Base no consumen nunca: margen de error muy elevado

¿Está Ud de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación: reflejar el origen de un producto en el etiquetado permite poner en valor los sistemas de producción europeos y nacionales de los productos?

(%)

Utilizando una escala de 0 a 10 donde 0 significaría que está totalmente en desacuerdo y 10 que está totalmente de acuerdo

(*) Respuesta única.



¿Está Ud de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación: reflejar el origen de un producto en el etiquetado permite poner en valor los sistemas de producción europeos y nacionales de los productos?

Utilizando una escala de 0 a 10 donde 0 significaría que está totalmente en desacuerdo y 10 que está totalmente de acuerdo

(%)

(*) Respuesta única.

Resultados Barómetro 2020 según sexo, edad y hábitat



Total 2020 (n=1500)	Hombre (n=450)	Mujer (n=1050)	25 - 39 (n=426)	40 - 55 (n=580)	Más de 55 (n=494)	Menos de 10.000 hab. (n=305)	10.001-50.000 hab. (n=406)	50.001-100.000 hab. (n=189)	Más de 100.000 hab. (n=600)
	Sexo		Edad			Hábitat			

Utilizando una escala de 0 (nada relacionada) a 10 (totalmente relacionada)
Dígame en qué medida cree Ud que.... (%)

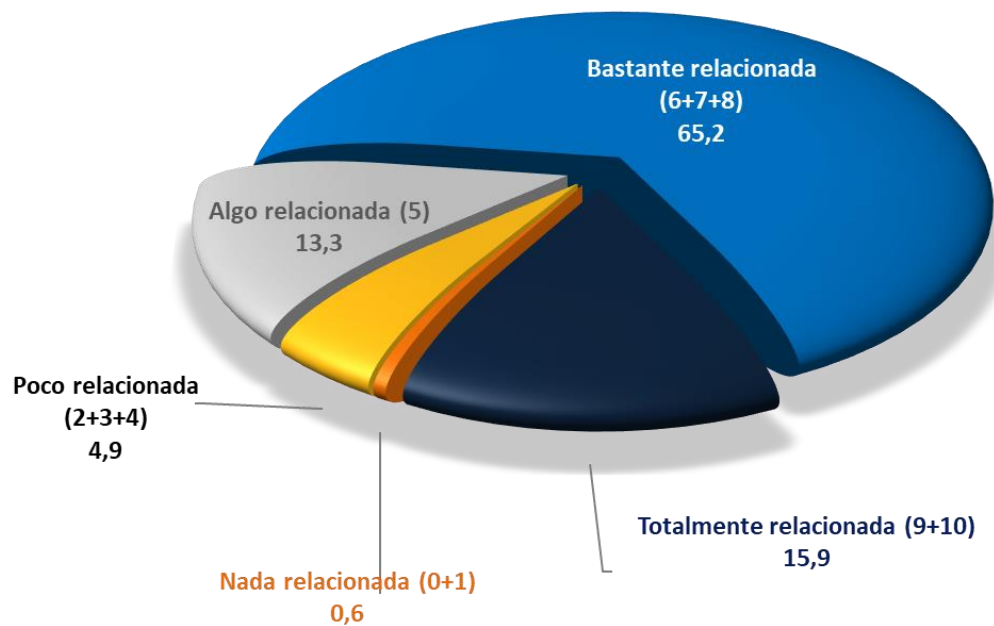
(*) Respuesta única por ítem.

Resultados Barómetro 2020

La Calidad de los alimentos está relacionada con su origen

Base: 1.500

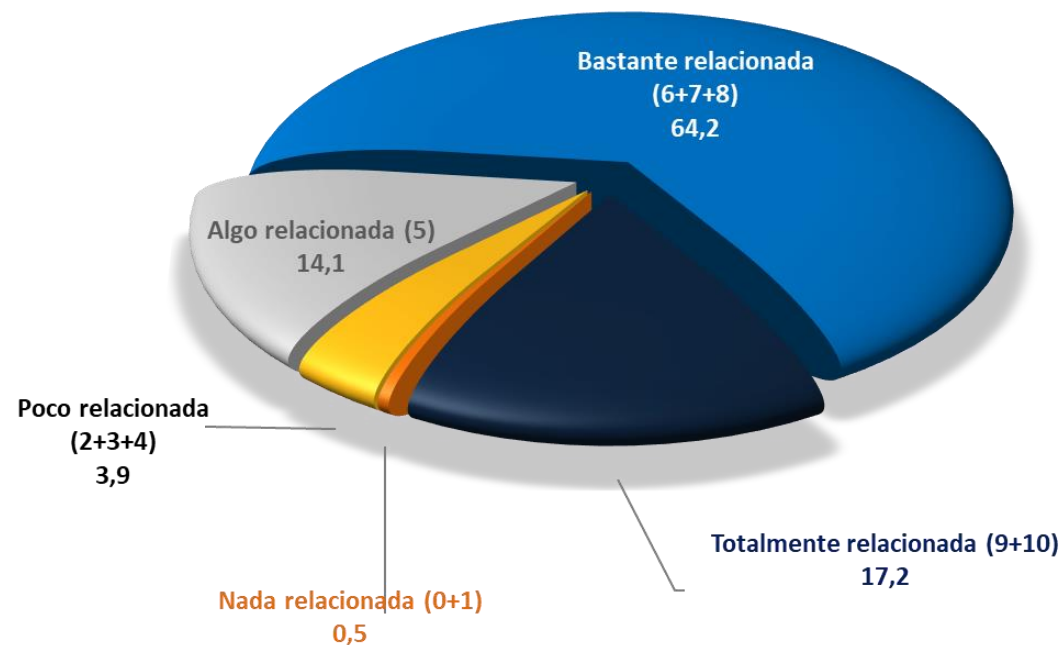
Valoración Media: 6,86



La Calidad de la leche y los productos lácteos está relacionada con su origen

Base: 1.500

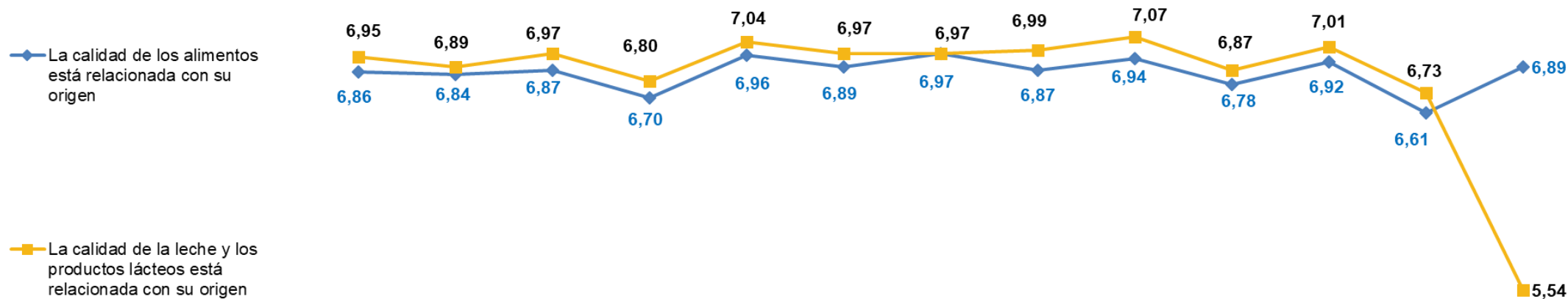
Valoración Media: 6,95



Utilizando una escala de 0 (nada relacionada) a 10 (totalmente relacionada)
Dígame en qué medida cree Ud que.... (%)

(*) Respuesta única.

Resultados Barómetro 2020 según sexo, edad y hábitat

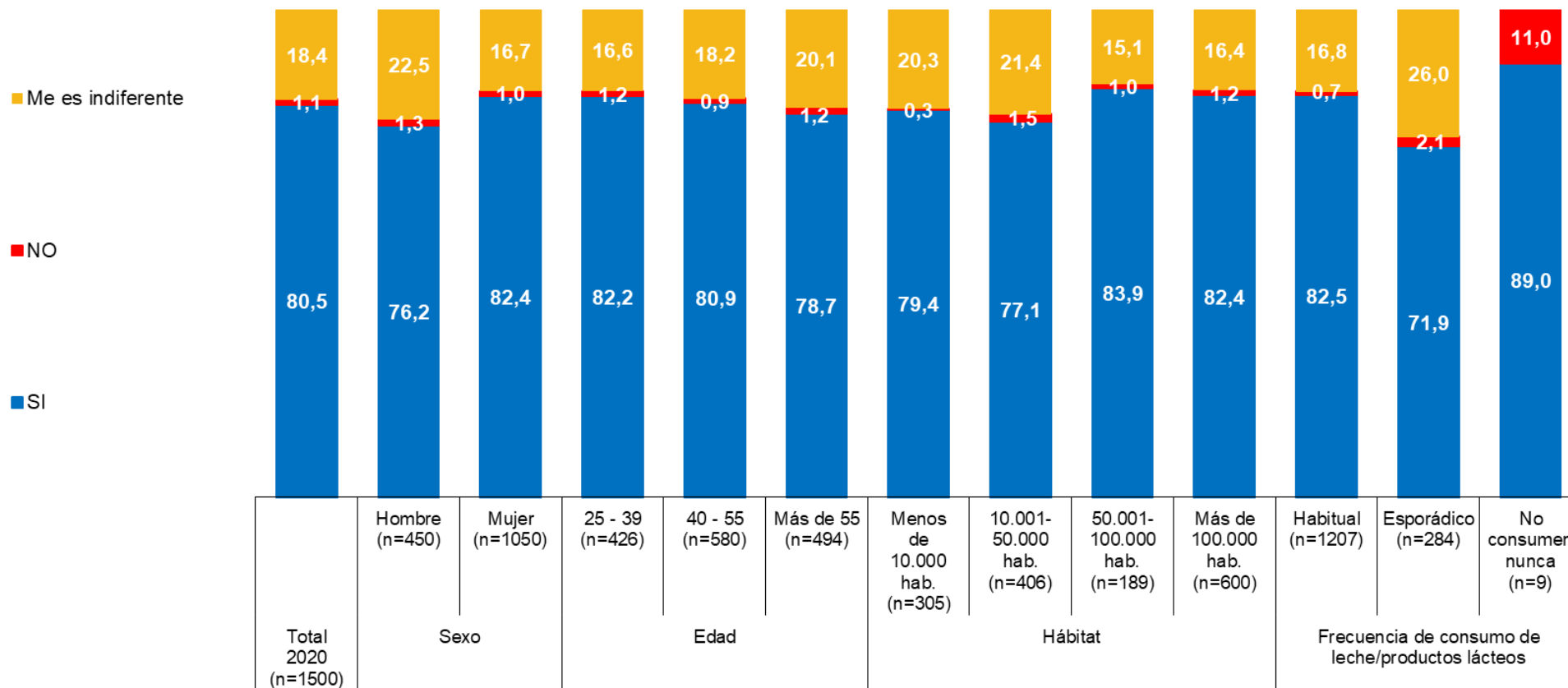


(*) Base no consumen nunca: margen de error muy elevado

La obligación de indicar el origen de la leche utilizada como ingrediente en el etiquetado de la leche y los productos lácteos finaliza en enero de 2021 ¿Le gustaría a Ud que esta obligación de información se prorrogase más allá de enero de 2021? (%)

(*) Respuesta única

Resultados Barómetro 2020 según sexo, edad y hábitat



(*) Base no consumen nunca: margen de error muy elevado

Dígame de los siguientes productos que le voy a leer cuáles cree que debería extenderse la obligación de la indicación del origen en el etiquetado (%)

(*) Respuesta única

Resultados Barómetro 2020 según sexo, edad y hábitat

	Total 2020	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.
Carne, como ingrediente de los alimentos	94,9	91,0	96,5	93,7	95,0	95,7	97,4	91,4	96,3	95,5
Aceites Vegetales (distintos del aceite de oliva)	85,1	81,8	86,5	82,4	86,5	85,7	87,6	84,2	85,6	84,2
Café	80,9	82,5	80,2	78,8	84,1	78,8	83,1	80,7	81,3	79,7
Arroz	76,8	75,0	77,5	74,3	78,0	77,5	74,4	74,8	77,7	79,0
Horchata	76,0	71,3	77,9	75,0	78,5	73,7	73,7	73,4	81,2	77,3
Zumos	69,6	65,5	71,3	64,9	73,8	68,7	67,6	66,4	69,5	72,8
Condimentos y especias	69,5	67,3	70,4	65,4	71,9	70,2	68,4	69,5	67,0	70,8
Té	68,7	67,0	69,4	67,5	72,0	65,8	71,7	65,2	70,5	68,9
Base	1.500	450	1.050	426	580	494	305	406	189	600

(*) La tabla refleja las respuestas afirmativas



#alimentosdespaña