



# "CARACTERIZACIÓN DE LA TIPOLOGÍA Y PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL CONSUMIDOR DE ALIMENTOS ECOLÓGICOS EN ESPAÑA"



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO

GfK

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

# Objetivo Principal

3

- 1.- Obtención de variables cuali-cuantitativas que nos den una imagen de la estructura de clientes y de sus posibilidades de desarrollo y diversificación.
- 2.- Caracterización actual de la tipología, perfil sociodemográfico y ubicación geográfica de los consumidores en el territorio nacional.
- 3.- Caracterización de nuevas tipologías de consumidores que puedan ser receptivos a la incorporación del alimento ecológico en sus hábitos de compra mediante la modificación del mensaje actual.
- 4.- Obtener una descripción detallada tanto de los motivos de compra actuales, como de las razones de no compra del producto ecológico, señalando en sus conclusiones el camino a seguir para la incorporación al mercado interior de alimentos ecológicos a los consumidores hoy reacios a incorporarse a el mismo.

GfK

# Metodología

4

## 1.- Desk research o investigación de gabinete:

La metodología se basará en la revisión de estudios y datos estadísticos anteriores a la realización del presente estudio.

## 2.- Técnica cualitativa:

Con el fin de conocer de una forma aproximada el perfil del consumidor y tener un contexto de interpretación más cualitativo, se realizarán, al menos, 10 microentrevistas telefónicas de, aproximadamente, media hora de duración a personas con puestos directivos, o propietarios de marcas que comercializan alimentos ecológicos y que tienen un conocimiento del terreno y del perfil de su propio consumidor.

## 3.- Técnica cuantitativa:

Realización de, al menos **450 entrevistas on line** a individuos de más de 20, con las siguientes cuotas de sexo y edad, ya identificados previamente como consumidores de alimentos ecológicos, consultándoles sobre la identificación y etiquetado de los productos ecológicos.



## 2. Metodología

# Metodología: Ficha técnica del estudio cuantitativo

6

## Tipo de Entrevista:

Entrevista Online auto-administrada, utilizando panel GfK y otros proveedores con un cuestionario semi-estructurado de una duración aproximada de 10 min..

## Universo:

Población general española entre 18 y 69 años representativa de la población española en cuanto a sexo, edad, hábitat y zona geográfica

## Muestra:

n=1556  
n=455 es la muestra de consumidores de ecológicos

## Error muestral:

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:  
N=1556 ->  $\pm 2.5\%$   
N=455 ->  $\pm 4.6\%$

## Ponderación:

Muestra ponderada según las principales características sociodemográficas: Sexo, edad, clase social, tamaño de hábitat para garantizar una muestra representativa de la actual población española

## Ambito:

Nacional

## Trabajo de Campo:

Noviembre 2011

GfK

GOBIERNO  
DE ESPAÑAMINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO

# Consideraciones para la lectura del informe

7

- ✓ 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*.
  - Las diferencias significativas están realizadas sobre el total muestra o total de consumidores de ecológicos al 90% y 95% de nivel de confianza. **Se marca en azul** el dato que es significativamente superior al total y **en rojo** si es significativamente inferior.

A close-up photograph of two hands sowing small, light-colored seeds into dark, rich soil. The hands are positioned at the top right, with fingers gently releasing the seeds into the earth. The soil is dark brown and textured, with some seeds already visible on the surface. The lighting is warm, highlighting the texture of the soil and the skin of the hands.

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

# Identificación del consumidor ecológico

9

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? | 33.1%                                                                             | 11.7%                                                                               | 40.1%                                                                               | 18.8%                                                                               | 13.3%                                                                               | 44.2%                                                                               |
| ¿A qué tipo de producto lo relaciona usted?<br><i>Ecológico</i>                   | 29.7%                                                                             | 3.7%                                                                                | 34.9%                                                                               | 1.1%                                                                                | 4.1%                                                                                | 5.1%                                                                                |
|                                                                                   | <b>POSIBLES</b>                                                                   |                                                                                     |                                                                                     | <b>RECHAZADOS</b>                                                                   |                                                                                     |                                                                                     |

POSIBLES – RECHAZADOS = **38.3 %**

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

Elege la opción correcta

¿Con que frecuencia consume algún producto de alimentación ecológico?

Al menos 1 vez al mes

**35.3%**

**92.2 %**

**26.1%**

**74 %**

**GfK**

# 4. Perfil del consumidor de productos ecológicos



El perfil de los consumidores de ecológicos se caracteriza por una mayor proporción de *mujeres* y de personas *más jóvenes* que aquellos que no consumen

12

## SEXO

- Hombre
- Mujer

TOTAL MUESTRA  
(n= 1556)

Ecológicos  
(n= 455)

No Ecológicos  
(n= 1101)

49

44

51

51

56

49

## EDAD

- Menos de 35
- 35 - 44 años
- 45 - 54 años
- 55 - 69 años

34

35

34

24

29

22

20

18

21

22

19

23

Media (edad)

41,6

40,2

42,2

GfK

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

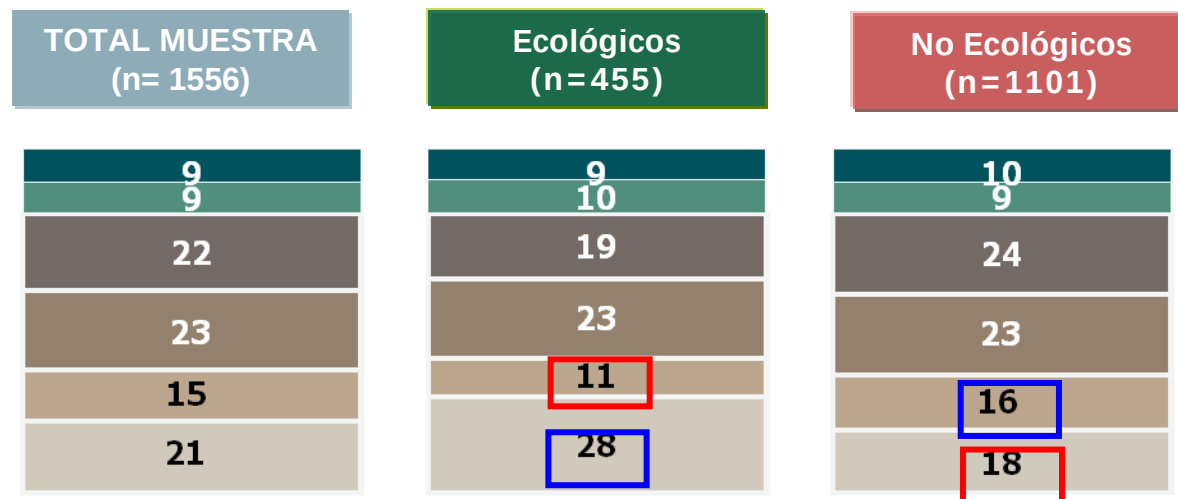
Unidad: Porcentajes verticales

Se distribuyen por toda la geografía, aunque con mayor presencia en el *Noreste* y en las *grandes urbes*

13

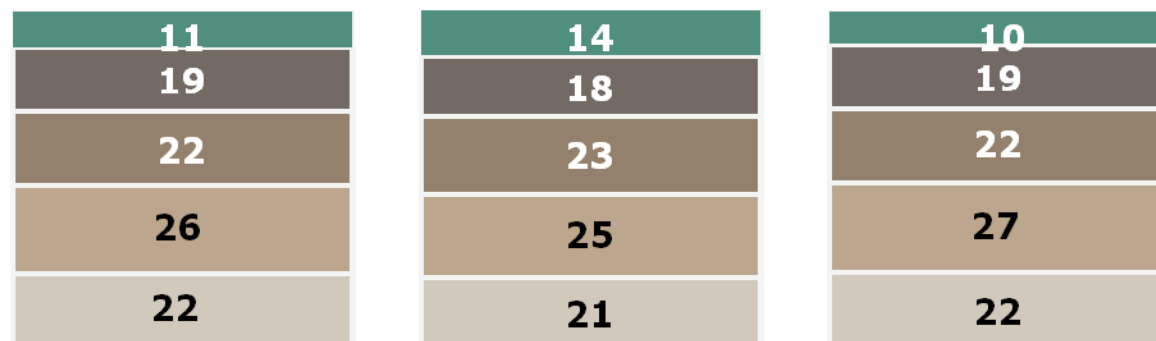
## ZONA GEOGRÁFICA

- Norte
- Noroeste
- Centro
- Sur
- Levante
- Noreste



## HÁBITAT

- Madrid/Barna Capital
- Más de 200.000 hab
- 50.001 a 200.000 hab
- 10.000 a 50.000 hab
- Menos de 10.000 hab

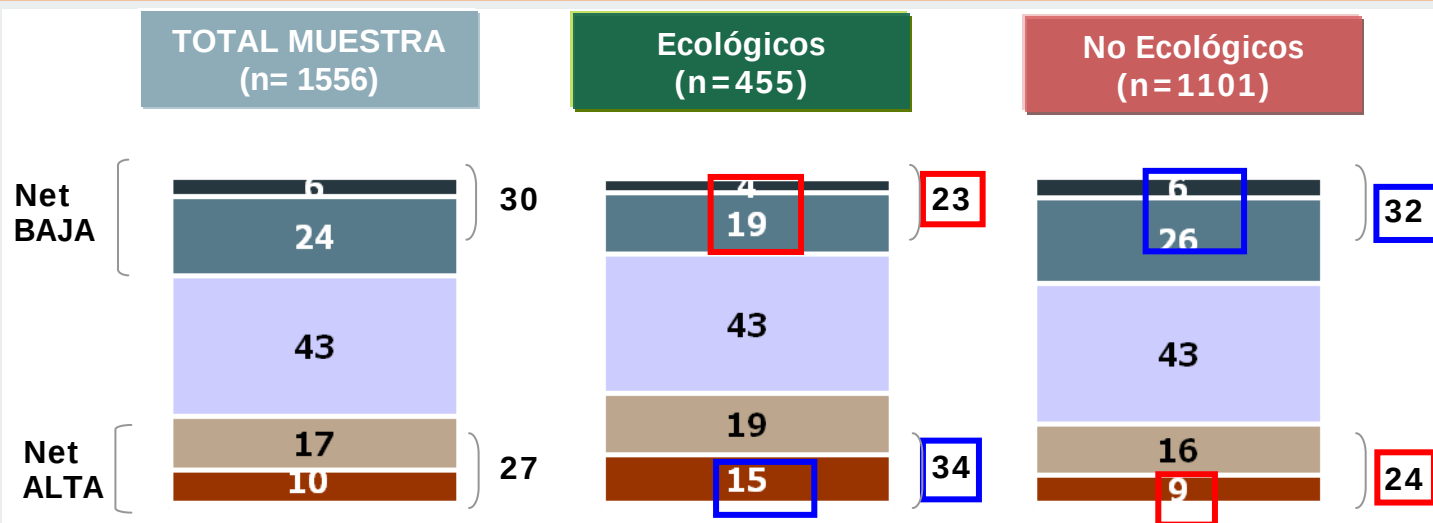


GfK

También aparece una mayor proporción de *clase alta y media alta* entre los consumidores de este tipo de productos

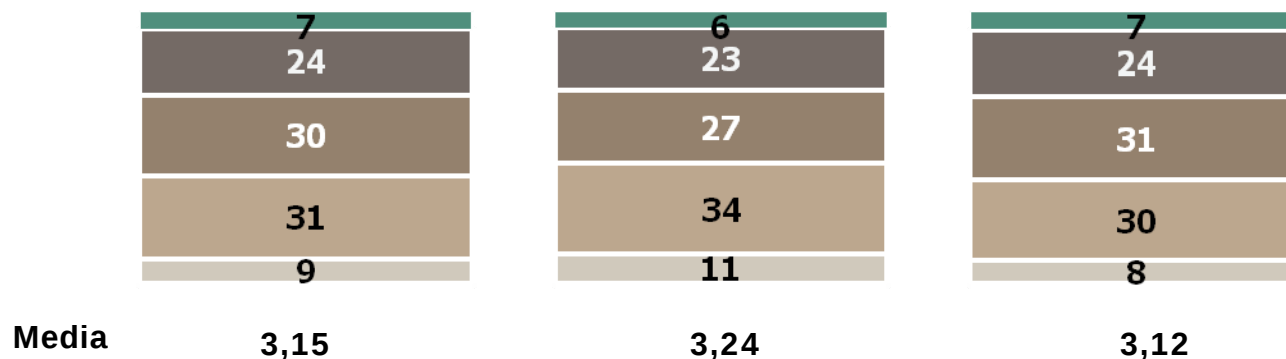
### CLASE SOCIAL

- Baja
- Media baja
- Media
- Media Alta
- Alta



### PERSONAS EN HOGAR

- 1
- 2
- 3
- 4
- Más de 4

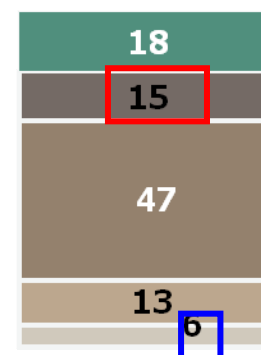
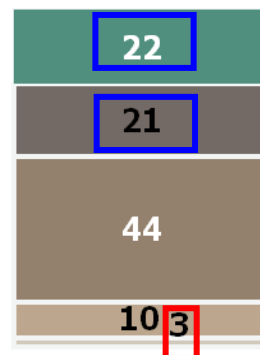
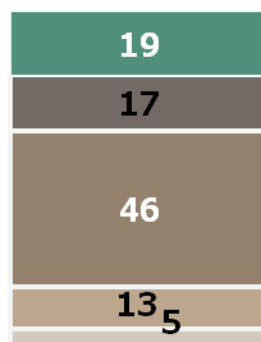


El nivel de *formación* de estos consumidores es *superior a la media* y también hay un mayor peso de población ocupada.

15

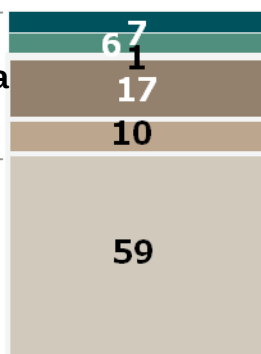
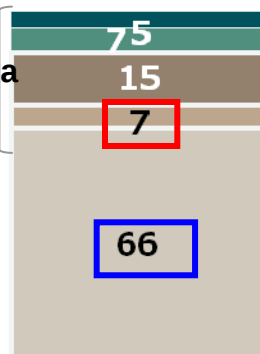
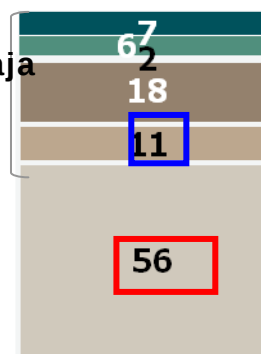
## ESTUDIOS

- Tercer grado 2º ciclo
- Tercer grado 1er ciclo
- Segundo grado 2º ciclo
- Segundo grado 1er ciclo
- Estudios inferiores

TOTAL MUESTRA  
(n= 1556)Ecológicos  
(n=455)No Ecológicos  
(n=1101)

## ACTIVIDAD

- Sus labores (que no trabaja)
- Estudiante (que no trabaja)
- Parado, busca primer empleo
- Parado, ha trabajado anteriormente
- Retirado / pensionista / incapacitado
- Trabaja actualmente

No  
Trabaja  
41No  
Trabaja  
34No  
Trabaja  
44

GfK

# En cuanto a la composición del hogar, la presencia de *hijos menores de 12 años* también está relacionada con el consumo de ecológicos

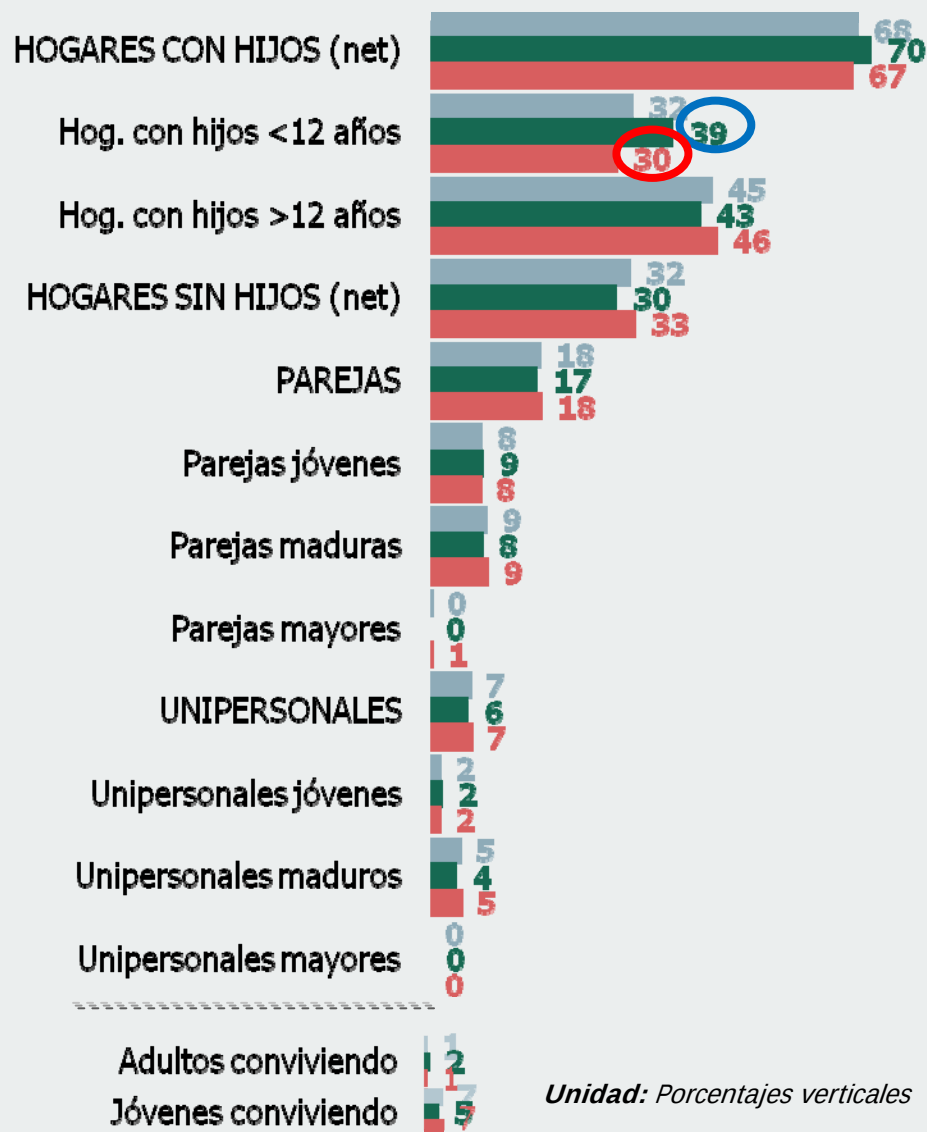
16

## CICLO DE VIDA

■ TOTAL MUESTRA

■ ECOLOGICOS

■ NO ECOLOGICOS



Unidad: Porcentajes verticales

GfK



GOBIERNO DE ESPAÑA

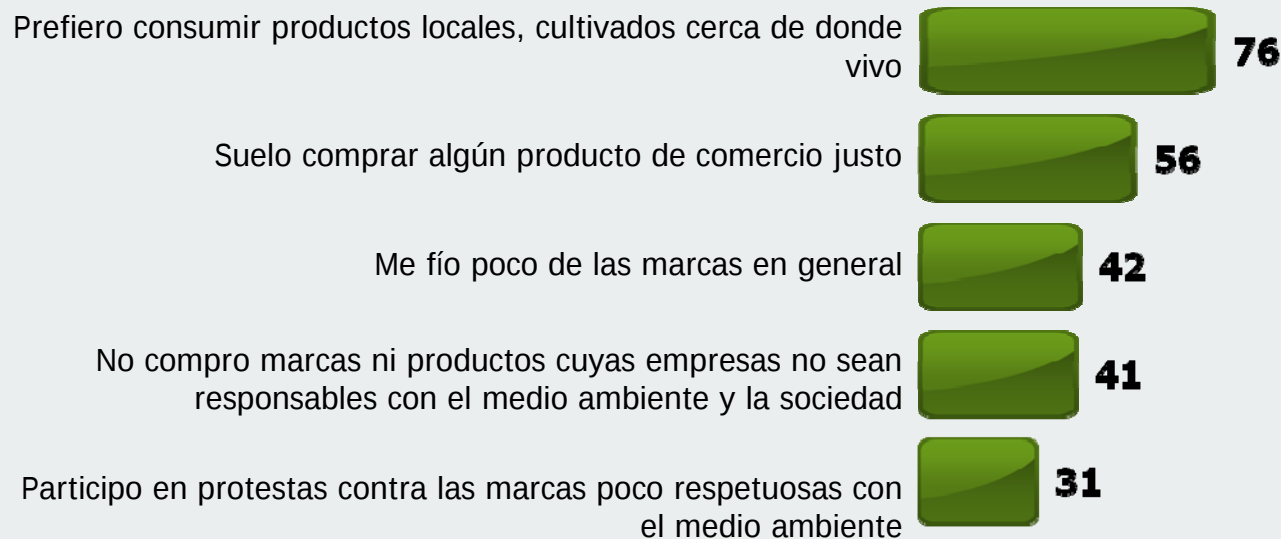
MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

# 4. **Actitudes y** **comportamientos** del consumidor ecológico



# Prefieren consumir *productos próximos* a su entorno y muchos de ellos no buscan “marcas” en los productos eco

18



# Son personas *comprometidas con la sostenibilidad* y el medio ambiente

19



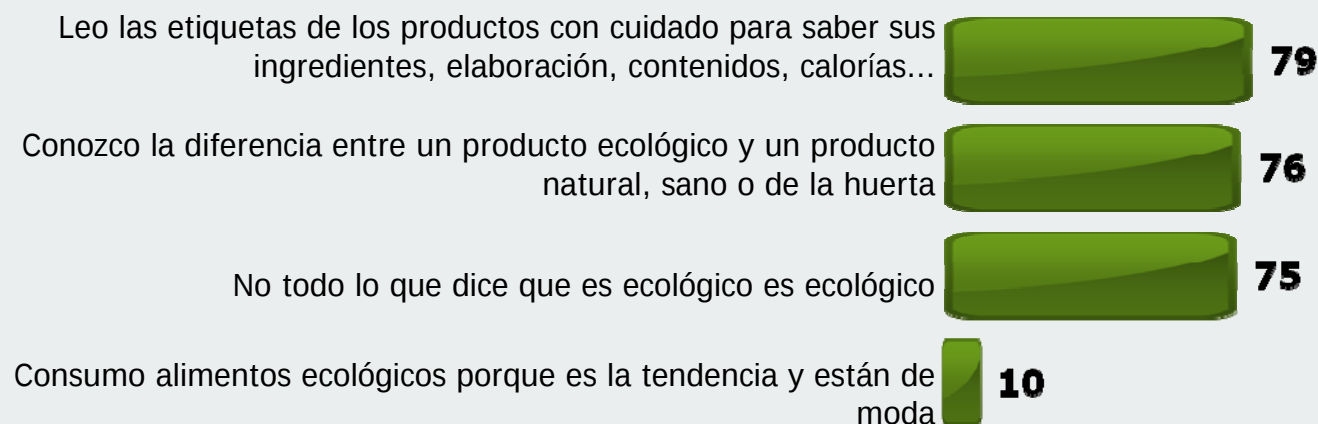
Unidad: Porcentajes

Base: Consumidor de alimentos ecológicos (n= 455)

GfK

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

20



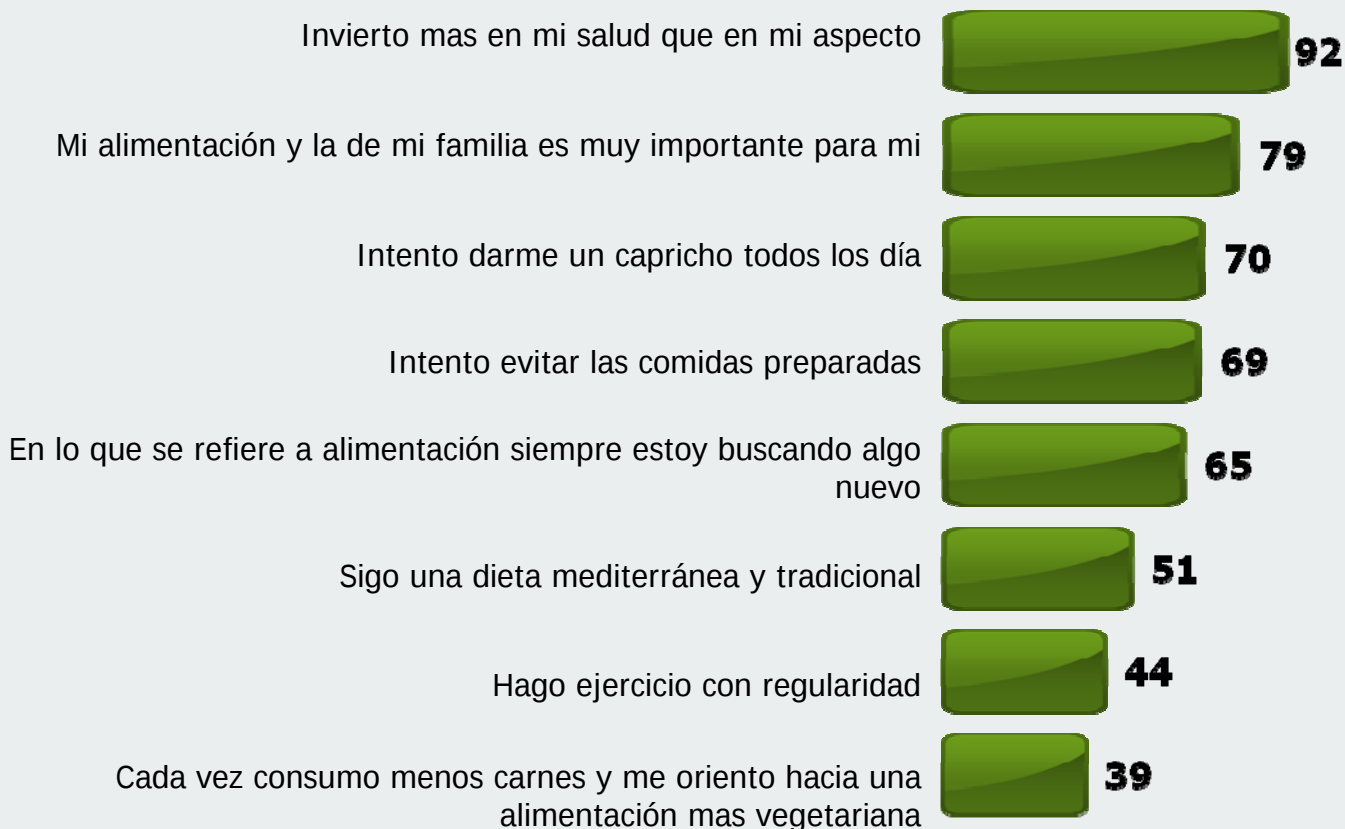
Unidad: Porcentajes

Base: Consumidor de alimentos ecológicos (n= 455)

GfK

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

21



Unidad: Porcentajes

Base: Consumidor de alimentos ecológicos (n= 455)

GfK



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO

## La Frecuencia media de consumo de productos ecológicos es de *2 veces por semana*



22

GfK

**Unidad:** Porcentajes verticales

**Base:** Consumidor de alimentación ecológica

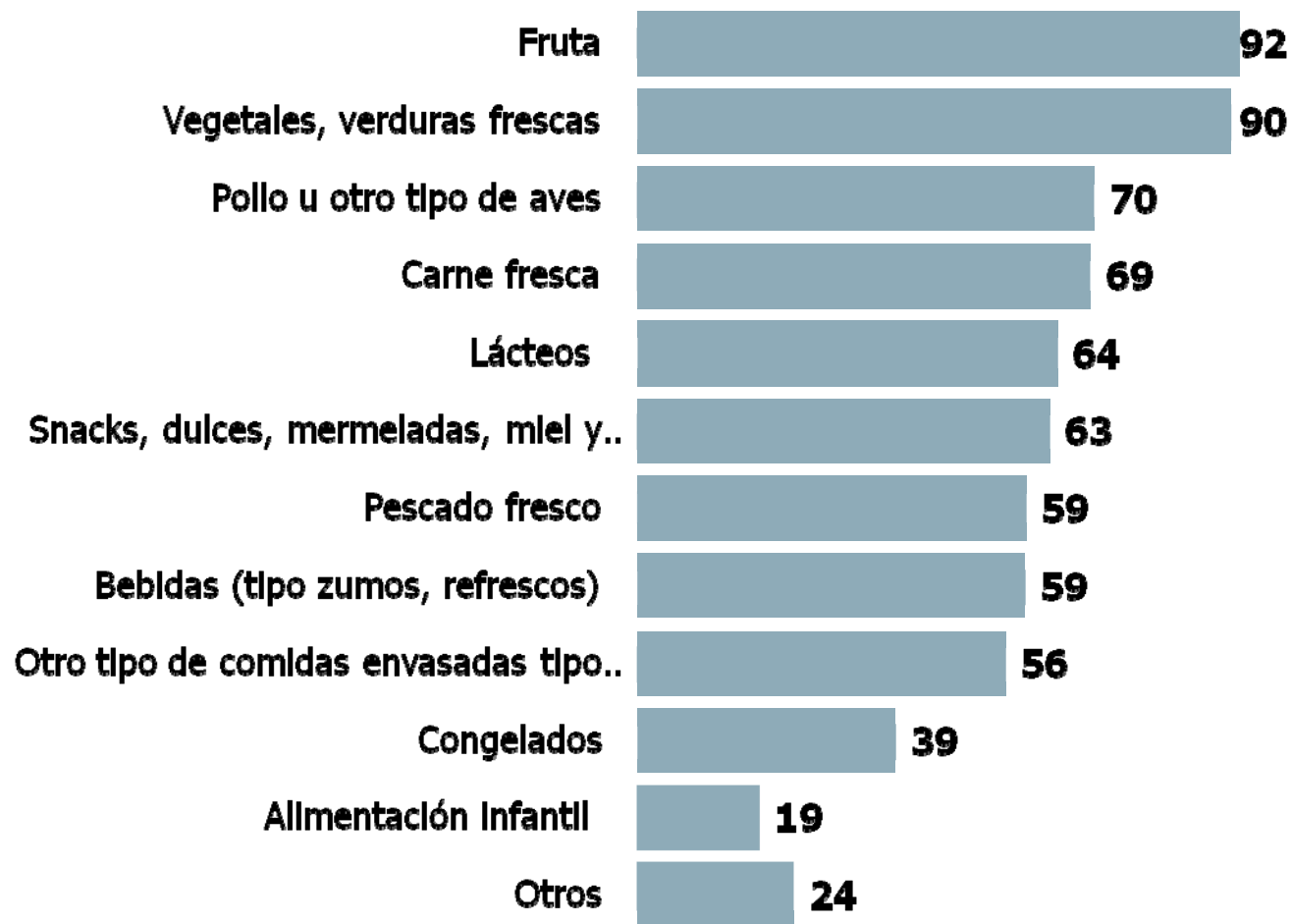
FRECUENCIA MEDIA: 2,05



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO

## Los *vegetales* y la *fruta* son los productos ecológicos más consumidos

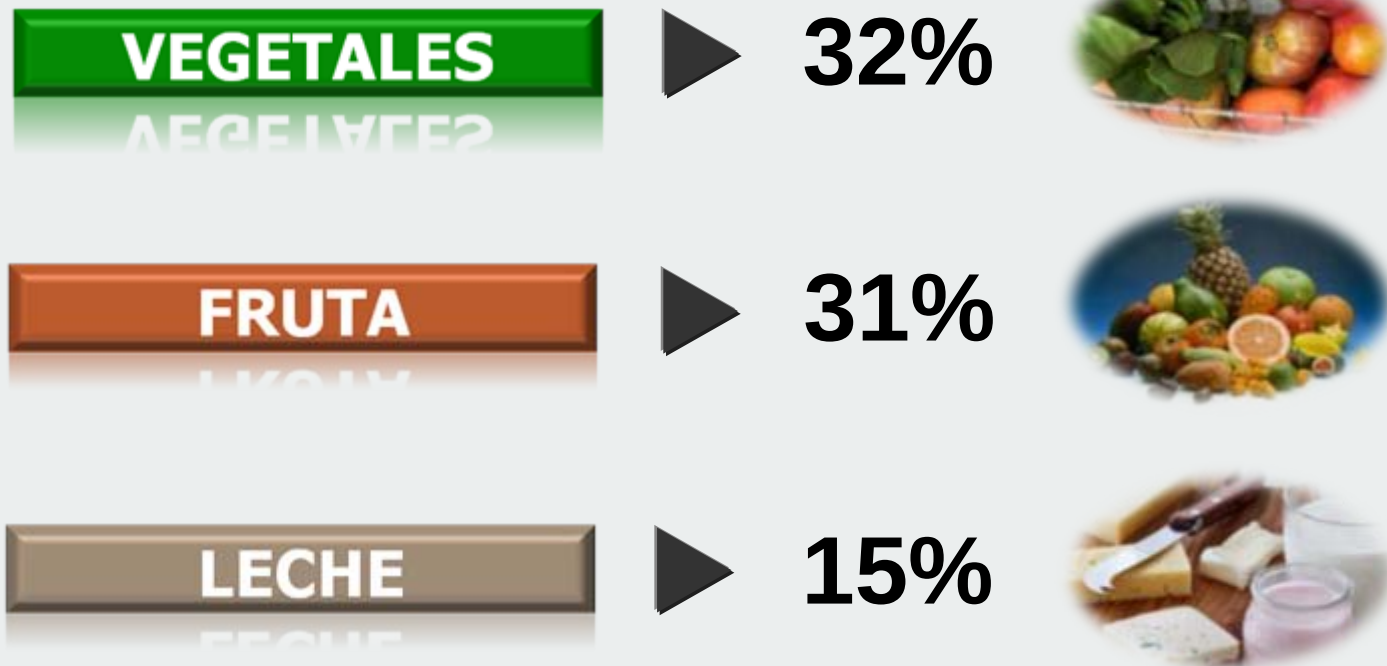


**Unidad:** Porcentajes verticales

**Base:** Consumidor de alimentación ecológica

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

24



**Unidad:** Porcentajes verticales

**Base:** Consumidor de alimentación ecológica (n = 455)

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



Unidad: Porcentajes

Base: Consumidor de alimentos ecológicos (n=455)

El consumidor de alimentos ecológicos, lleva una media de *más de 5 años consumiendo* este tipo de productos



**MEDIA** **5.7** **Años**

Un año o menos



2 ó 3 años



4 ó 5 años



Más de 5 años



*Unidad: Porcentajes verticales*

*Base: Consumidor de alimentación ecológica (n=455)*

## La *baja disponibilidad* y el precio son los motivos principales por los que no se consumen algunas categorías



No lo encuentro fácilmente, no hay dónde compro



33



No consumo estas categorías (tampoco no ecológico)



27



Precio, sale muy caro, no puede permitirme comprar todo ecológico



26



No sabía que existiesen productos ecológicos de ese tipo



23



Ya no se necesita comer en casa(hijos mayores)



14

Unidad: Porcentajes

Base: Consumidor de alimentos ecológicos (n=455)

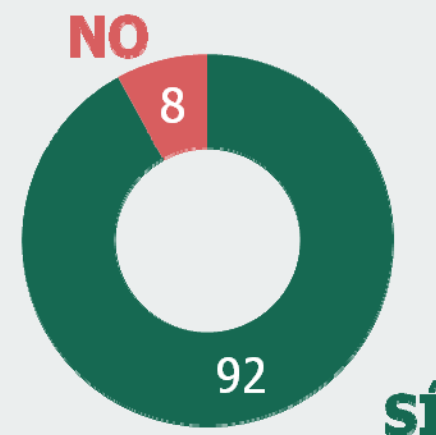
Los productos ecológicos están presentes en el 24 % de los alimentos adquiridos por estos consumidores, que además están interesados en aumentar este %. El *alto precio* y la *baja disponibilidad* son los motivos por los que no se incrementa el consumo

% Productos ecológicos consume

24 %

¿Le gustaría aumentar ese porcentaje?

¿Por qué motivos no aumenta?



**Unidad:** Porcentajes verticales

**Base:** Consumidor de alimentación ecológica (n=455)

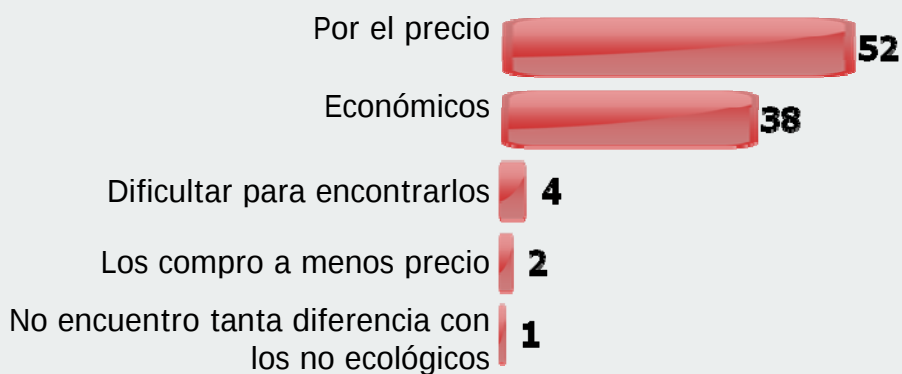
**Un 50 % han modificado su consumo en el último año, la mayoría porque se ha iniciado al consumo o para aumentar el gasto o número de productos que consumía.**

29



La *preocupación por la salud* es el motivo primordial para aumentar el consumo. Por el contrario, el *precio* es la principal razón para no hacerlo.

### MOTIVOS PARA **REDUCIR** GASTO/PRODUCTOS



### MOTIVOS PARA **AUMENTAR** GASTO/PRODUCTOS



Unidad: Porcentajes

Base: Consumidor de alimentos ecológicos (n= 455)

# El *Hipermercado* es canal más utilizado por los consumidores.

31

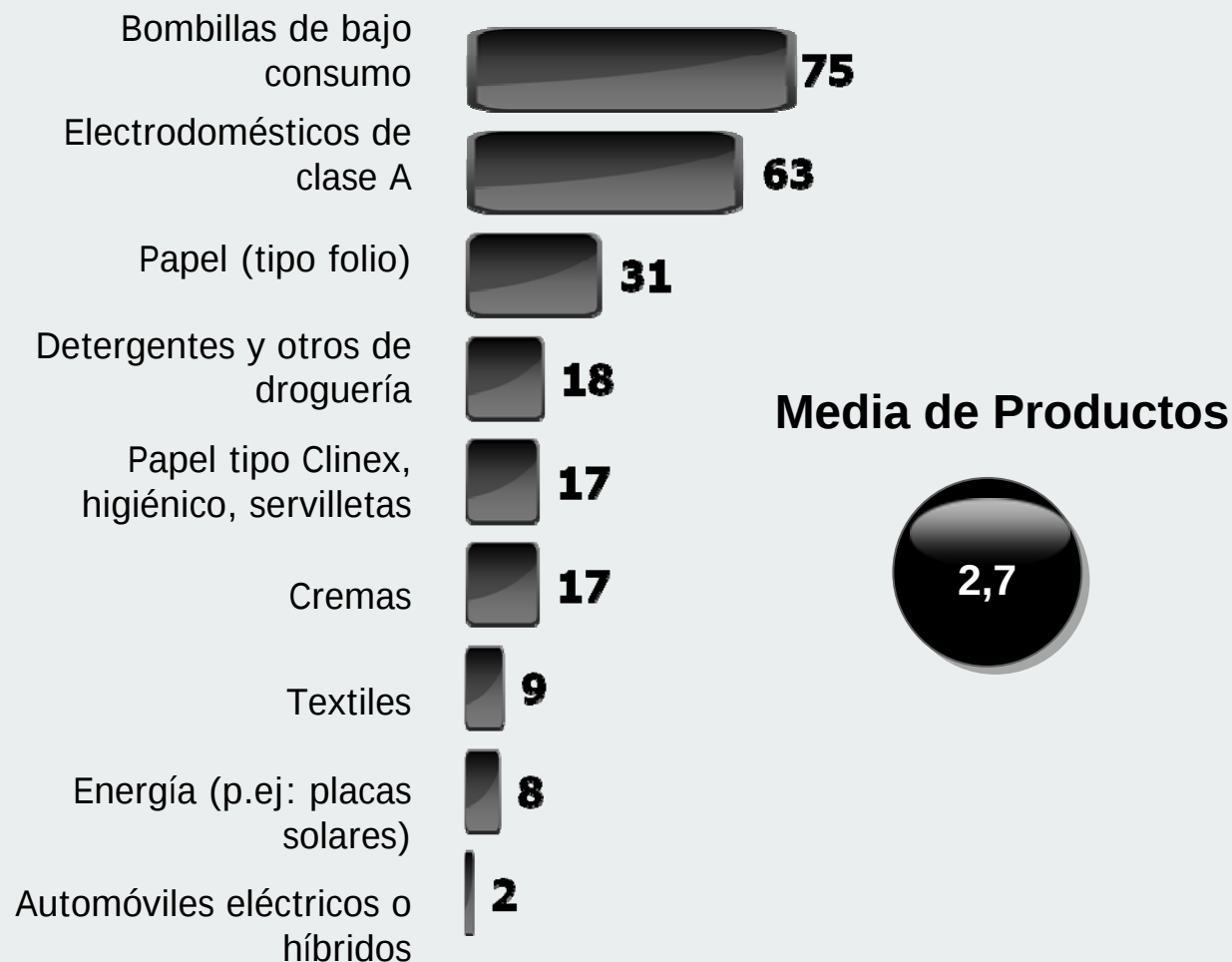


**Unidad:** Porcentajes verticales

**Base:** Consumidor de alimentación ecológica (n=455)

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

32



GfK

A glowing, translucent globe with a map of the world is centered in the image. It is surrounded by tall, green grass blades that are slightly out of focus. The globe has a warm, yellowish-gold glow, and the map shows the continents in a lighter shade. The overall scene is bathed in a soft, green light.

# 5. Segmentación de consumidores

# Entre los consumidores de ecológicos, se han identificado 4 grupos según sus actitudes

34

## **“DES-IMPLICADO”**

**26%**

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

## **“CONVENCIDO”**

**32%**

*“Desconfío de las marcas y reivindico una forma de vida más natural y respetuosa con el medio ambiente”  
(militantes)*

## **“ECOLOGISTA”**

**21%**

*“La conservación del Medio Ambiente depende de nosotros”*

## **“PREOCUPADO POR LA SALUD”**

**21%**

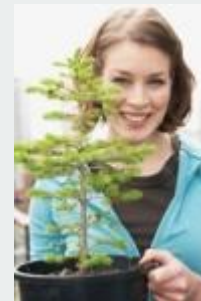
*“Los Productos Ecológicos ayudan a cuidar mi salud y la de los míos”*

## Principales tendencias de cada grupo

35

### “ECOLOGISTAS”

- Muestra preocupación por el medio ambiente y traduce esa preocupación en hábitos de consumo responsables
- Conoce mejor que la media aquellas compañías que hacen un mayor esfuerzo por la sostenibilidad
- Tiene criterios claros para la correcta identificación de los productos “Ecológicos”: Se informa, lee la composición antes de decidir sus compras
- Muestra una actitud más abierta y proactiva para la prueba de productos nuevos



GfK

GOBIERNO  
DE ESPAÑAMINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO

## Principales tendencias de cada grupo

36

### ***“DES-IMPLICADOS”***

- Muestran una actitud claudicante hacia el cambio climático: es un proceso inexorable sobre el que poco vamos a poder hacer
- Su consumo de productos ecológicos es más determinado por las modas (efecto mimético) que por convicciones profundas de cualquier otra índole
- Es el menos preocupado por mantener estilos de vida saludables



## Principales tendencias de cada grupo

37

### “CONVENCIDOS”

- Son los abanderados de la “Causa Ecológica”, y muestran en consecuencia, una actitud combativa y militante por defenderla
- Su defensa de la alimentación ecológica se basa por igual, tanto en su carácter saludable, como en su papel de garantía de un desarrollo sostenible respetuoso con el medio ambiente
- Muestran un alto grado de conocimiento de los productos ecológicos, tanto en su correcta identificación, como en su variedad



## Principales tendencias de cada grupo

38

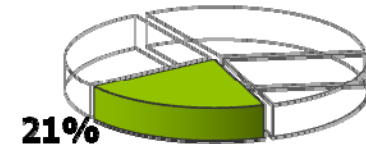
### “PREOCUPADOS POR LA SALUD”

- Muestra un nivel de implicación con la problemática medio-ambiental menor que los otros grupos (tan sólo presta atención el tema del reciclaje)
- Su preocupación preferente por su salud (y la de los suyos), es la clave de entrada de su interés por lo “Ecológico”: consumir este tipo de productos es una garantía para “cuidarse mejor” (al igual que hacer deporte)



# Descripción de los segmentos\*

## Ecologistas



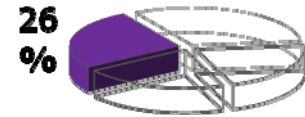
### “ECOLOGISTAS”

- Algo más jóvenes (uno o dos años) que la media
- Residen en ciudades grandes
- Nivel de formación superior a la media
- Mayor predominio de la clase alta
- Es un consumidor más reciente que el resto
- Prefiere la compra en el canal hipermercado más que el resto
- Menos abierto a extender el consumo de productos ecológicos a más categorías



# Descripción de los segmentos\*

## "Desimplicados"



### “*DES-IMPLICADOS*”

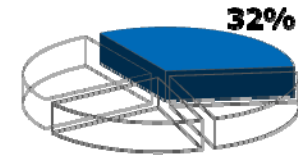
- Más jóvenes que el resto (3 años)
- Nivel socioeconómico inferior a la media
- Es el último segmento de consumidores que ha llegado al consumo ecológico
- A diferencia de los otros segmentos, que muestran puntos de consumo creciente, los “*des-implicados*” exhiben pocos cambios
- Su clave de entrada al ser la moda, deja en un segundo plano los beneficios para la salud o el medio ambiente destacados por los otros grupos



\*Perfil basado en diferencias significativas superiores al total de la muestra  
Diferencias al 95% nivel de confianza (90% en cursiva)

# Descripción de los segmentos\*

## Convencidos



41

### “CONVENCIDOS”

- Edad media superior al resto (+3)
- Alta concentración de clase media-media
- Poca presencia de hijos pequeños
- Consumidor de larga trayectoria (+ 7 consumiendo)
- Muestra una pauta de consumo creciente
- Menos sensibles al precio
- El principal freno para el incremento del consumo es la dificultad para acceder a la oferta (distribución)
- Abierto a otros tipos de canales: cooperativas, directo agricultor, etc.

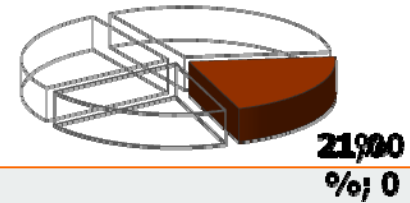


GfK

\*Perfil basado en diferencias significativas superiores al total de la muestra  
Diferencias al 95% nivel de confianza (90% en cursiva)

# Descripción de los segmentos\*

## Preocupados por la Salud



42

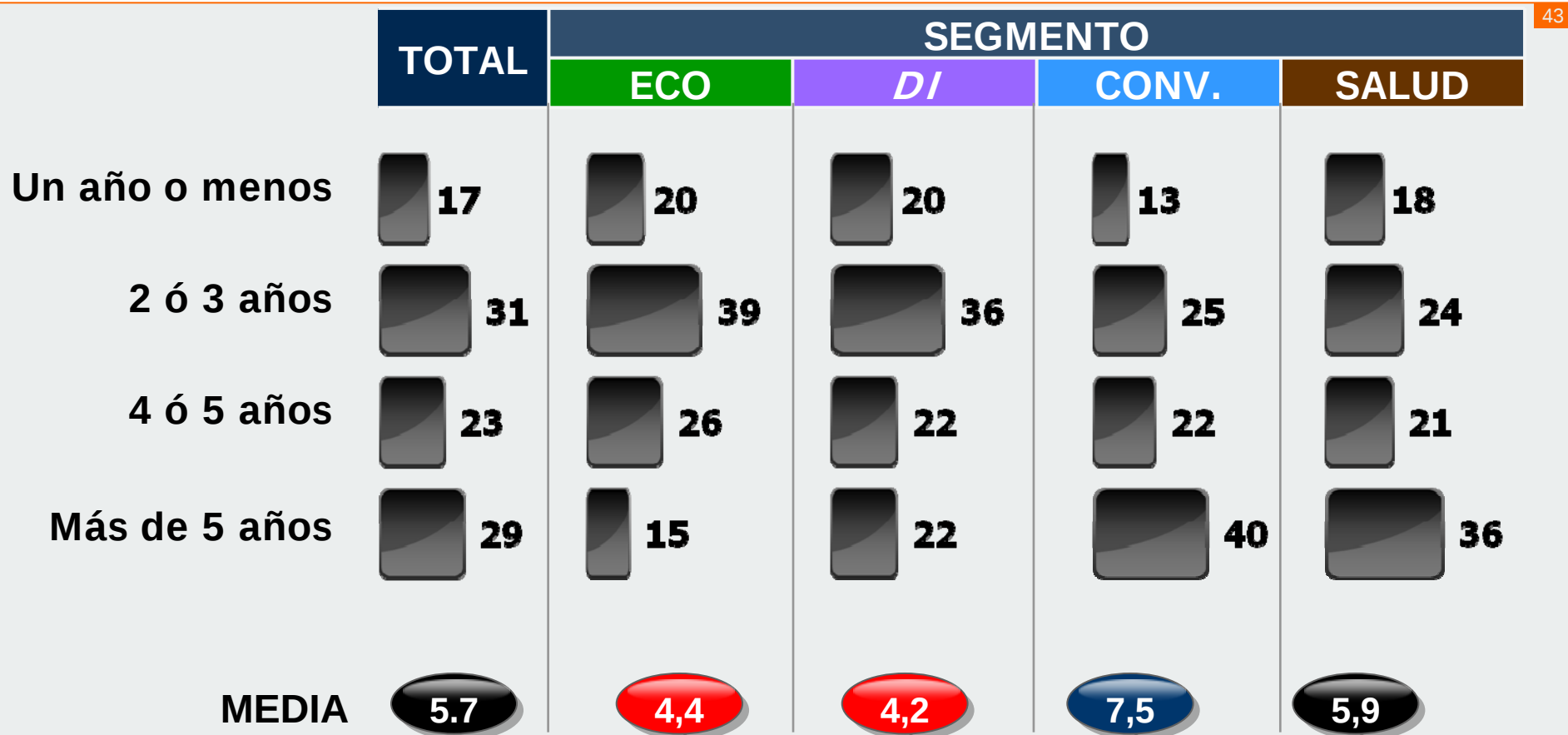
### “PREOCUPADOS POR LA SALUD”

- Mayoritariamente mujeres
- Ligera mayor presencia de hogares unipersonales
- Mayor sensibilidad al precio: principal freno para el aumento deseable de consumo
- Compran en tiendas especializadas



\*Perfil basado en diferencias significativas superiores al total de la muestra (90% nivel de confianza)

Los “Convencidos” son los consumidores de más trayectoria con una media que supera los 7 años. En el lado opuesto hayamos a los “*Des-implicados*” con poco más de 4 años.

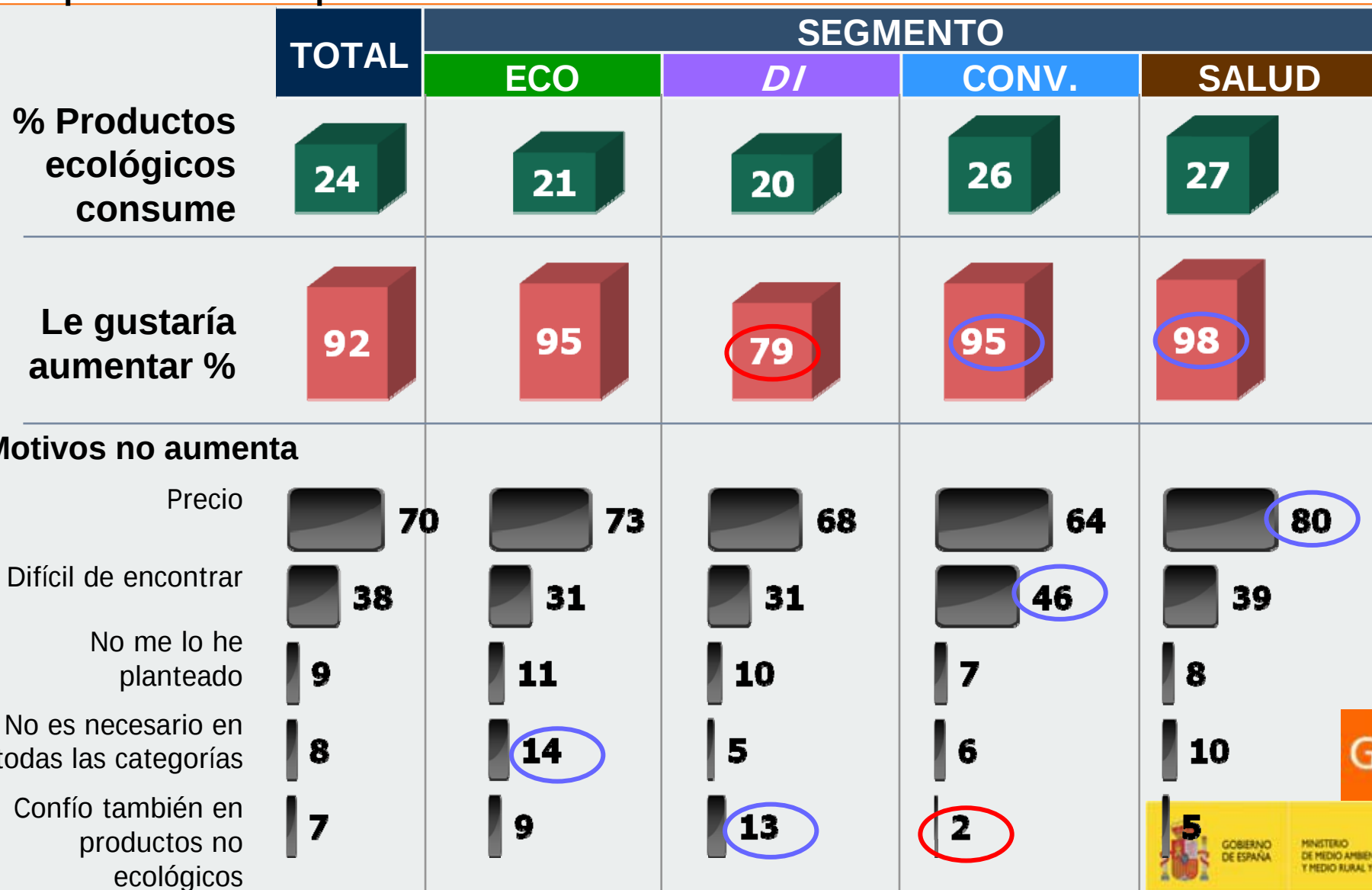


**Unidad:** Porcentajes verticales

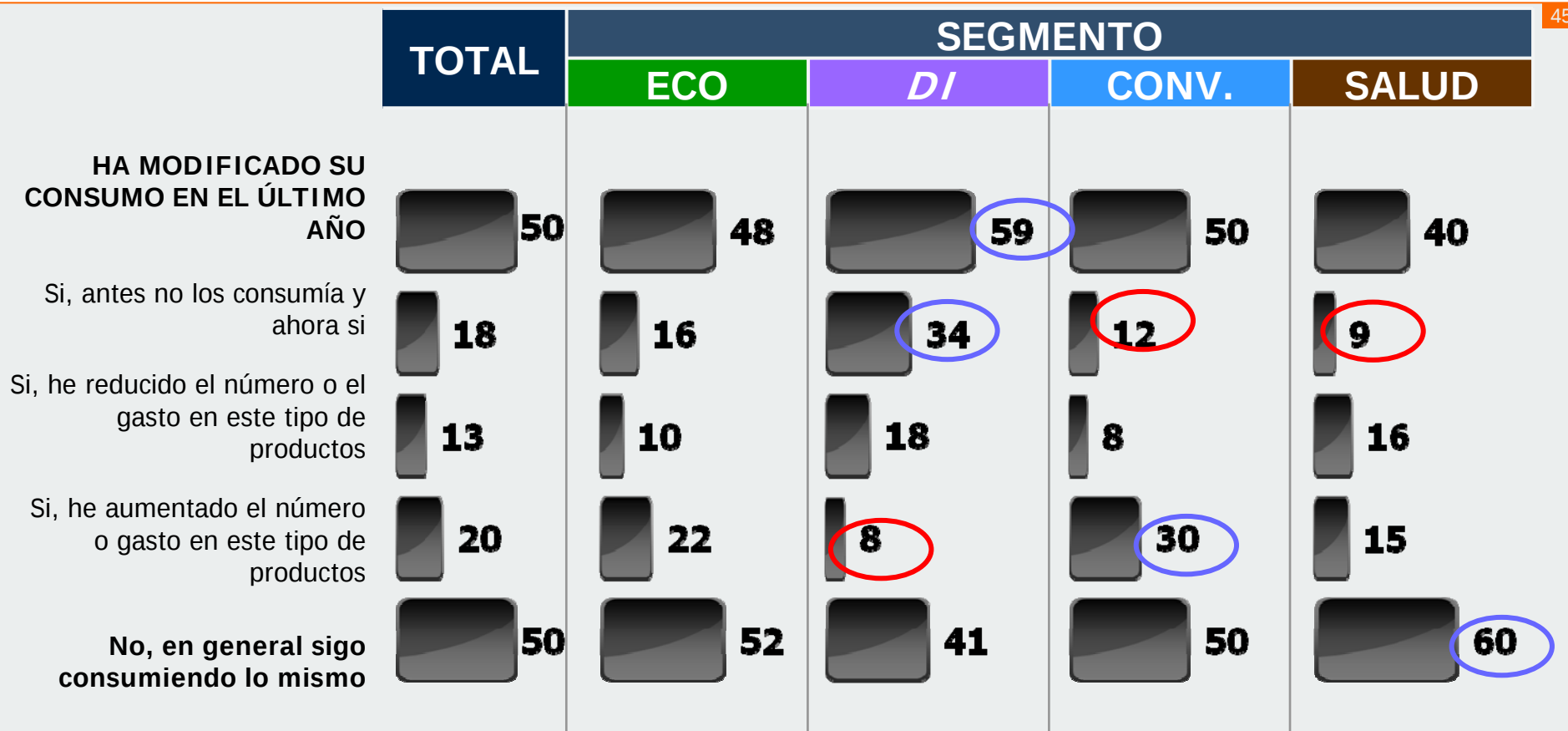
**Base:** Consumidor de alimentación ecológica

“*Des-implicados*” son los menos dispuestos a aumentar el consumo, debido en parte a que también tienen confianza en el resto de productos. El precio es el principal freno para los “Preocupados por la salud”. Entre los convencidos cobra mayor importancia la disponibilidad.

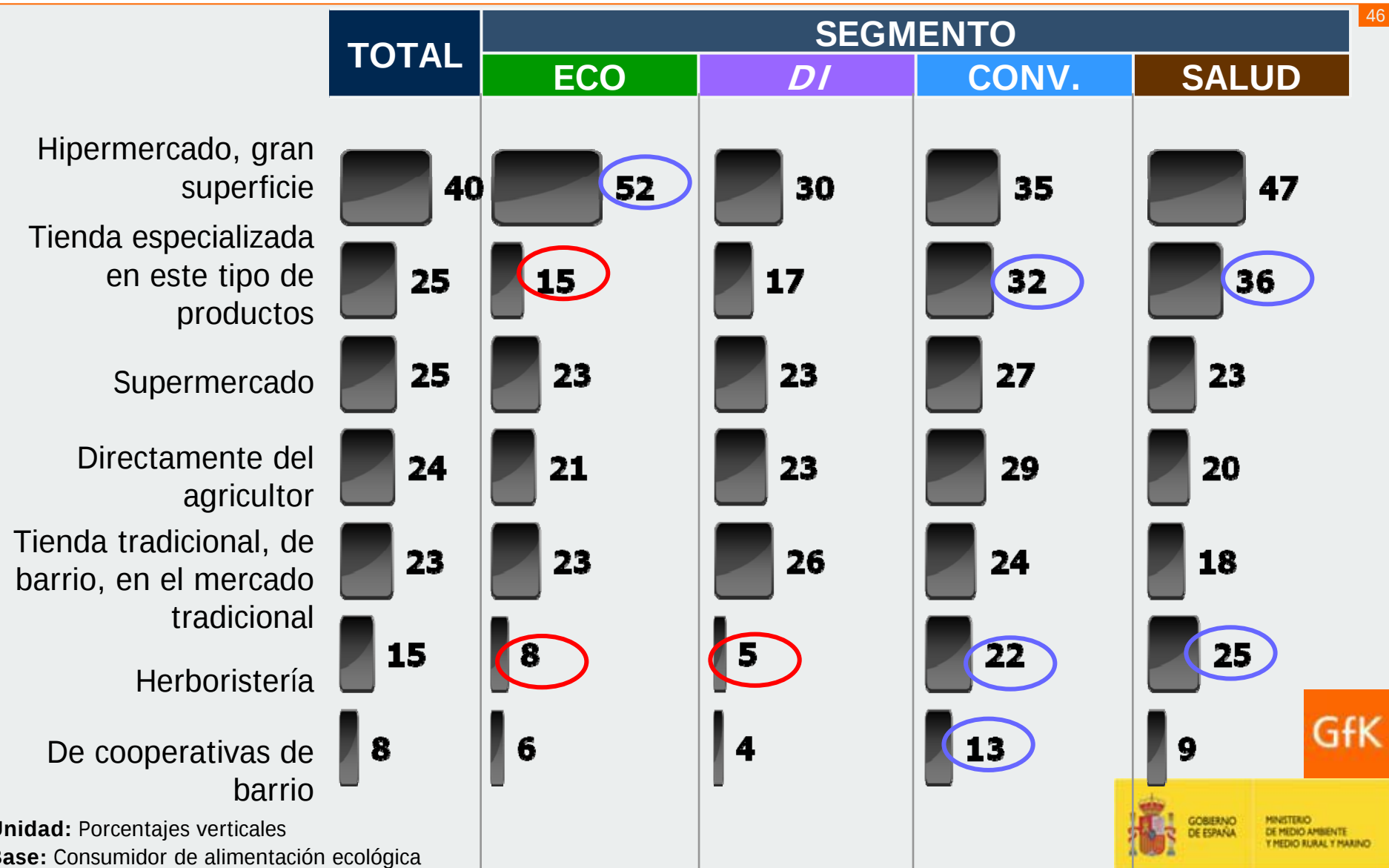
44



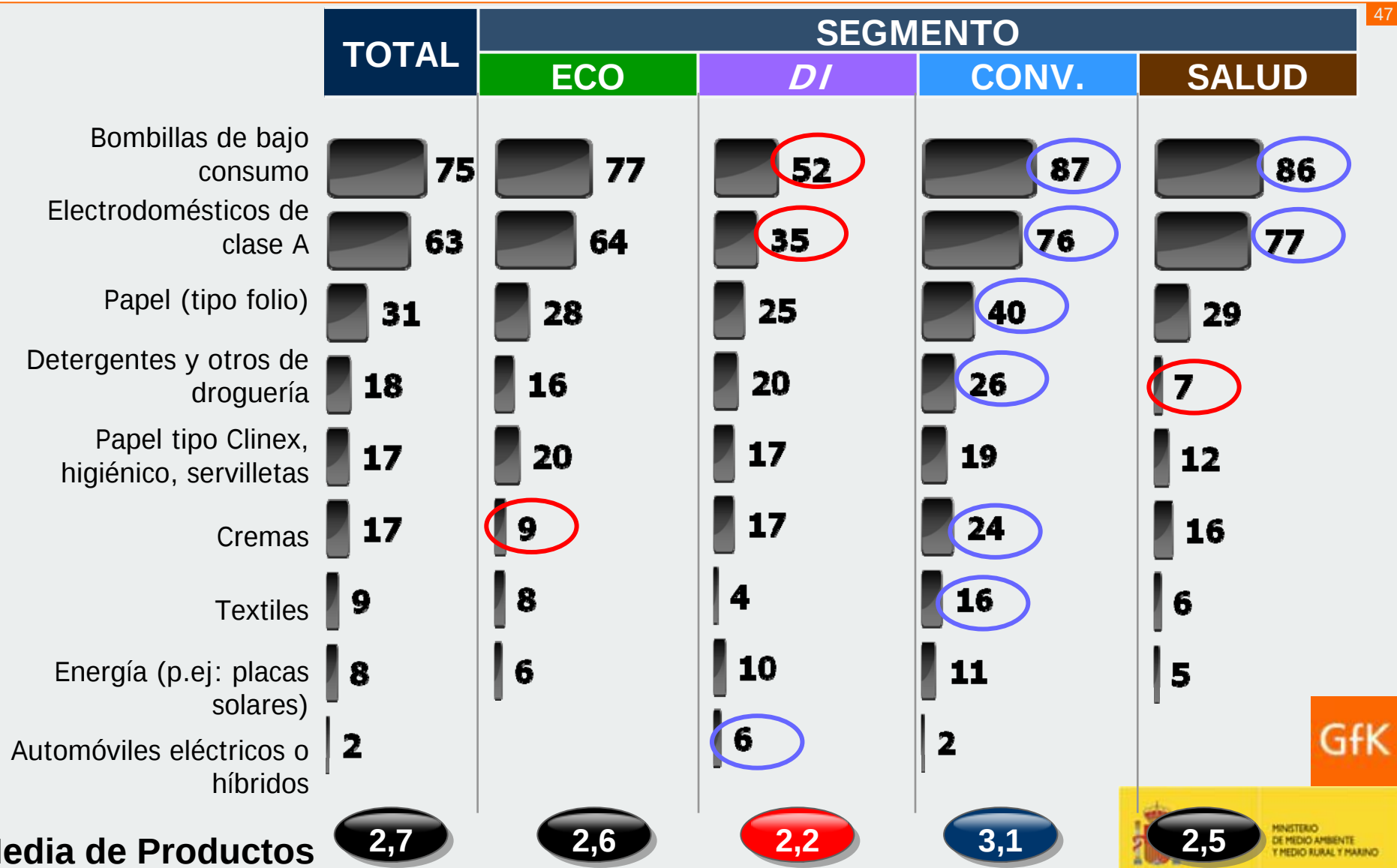
“Ecologistas” y “Convencidos” están incrementando el consumo. Hay nuevos consumidores entre los “*Des-implicados*”, pero también un alto número de ellos ha reducido su consumo



En el caso de los convencidos y preocupados por la salud aparecen destacados *tiendas especializadas, herboristerías y cooperativas*



# Los “convencidos” consumen significativamente un número mayor de productos ecológicos en otras categorías distintas de los alimentos





# Anexo.

## Resultados detallados

# Actitudes hacia el medio ambiente y las marcas

49

## T2B (Totalmente+Bastante de acuerdo)

Unidad: Porcentajes

Base:

|                                                                                                       | TOTAL | SEGMENTO |     |      |       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------|-----|------|-------|
|                                                                                                       |       | ECO      | DI  | CONV | SALUD |
|                                                                                                       | 455   | 96*      | 117 | 148  | 94*   |
| Prefiero consumir productos locales, cultivados cerca de donde vivo                                   | 76    | 84       | 55  | 85   | 80    |
| Suelo comprar algun producto de comercio justo                                                        | 56    | 51       | 52  | 78   | 35    |
| Me fío poco de las marcas en general                                                                  | 42    | 27       | 42  | 49   | 46    |
| No compro marcas ni productos cuyas empresas no sean responsables con el medio ambiente y la sociedad | 41    | 33       | 42  | 65   | 10    |
| Participo en boicots contra las marcas poco respetuosas con el medio ambiente                         | 31    | 9        | 37  | 57   | 3     |
| Reciclo todo lo que puedo y reutilizo todo lo posible                                                 | 87    | 92       | 68  | 97   | 92    |
| Sigo los temas del medio ambiente en los medios de comunicación                                       | 74    | 87       | 62  | 88   | 52    |
| Intento coger menos el coche ya que las ciudades estan cada vez mas contaminadas                      | 68    | 81       | 46  | 82   | 61    |
| Me suelo comprometer con los problemas de mi entorno y suelo colaborar en ellos                       | 63    | 68       | 50  | 84   | 43    |
| Estoy dispuesto a pagar mas por productos respetuosos con el medio ambiente                           | 57    | 62       | 47  | 74   | 39    |
| Estaría dispuesto a vivir con menos                                                                   | 56    | 59       | 44  | 72   | 41    |
| Conozco compañías que hacen un esfuerzo por el medio ambiente                                         | 53    | 64       | 46  | 69   | 25    |
| El deterioro medioambiental es inexorable y no hay solución                                           | 18    | 19       | 45  | 3    | 6     |
| El cambio climático y el deterioro medioambiental no me incumbe                                       | 12    | 0        | 44  | 0    | 4     |

**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 es 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

50

| T2B (Totalmente+Bastante de acuerdo)                                                                             | TOTAL        | SEGMENTO |     |      |       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|----------|-----|------|-------|
|                                                                                                                  |              | ECO      | DI  | CONV | SALUD |
| <i>Unidad: Porcentajes</i>                                                                                       | <i>Base:</i> |          |     |      |       |
|                                                                                                                  | 455          | 96*      | 117 | 148  | 94*   |
| Leo las etiquetas de los productos con cuidado para saber sus ingredientes, elaboración, contenidos, calorías... | 79           | 87       | 53  | 95   | 77    |
| Conozco la diferencia entre un producto ecológico y un producto natural, sano o de la huerta                     | 76           | 81       | 67  | 85   | 67    |
| No todo lo que dice que es ecológico es ecológico                                                                | 75           | 84       | 68  | 73   | 79    |
| Consumo alimentos ecológicos porque es la tendencia y están de moda                                              | 10           | 3        | 32  | 1    | 4     |
| Invierto mas en mi salud que en mi aspecto                                                                       | 69           | 71       | 55  | 70   | 82    |
| Mi alimentación y la de mi familia es muy importante para mi                                                     | 92           | 96       | 75  | 97   | 100   |
| Intento darme un capricho todos los dia                                                                          | 39           | 42       | 45  | 35   | 36    |
| Intento evitar las comidas preparadas                                                                            | 70           | 65       | 56  | 80   | 79    |
| En lo que se refiere a alimentación siempre estoy buscando algo nuevo                                            | 44           | 52       | 42  | 45   | 36    |
| Sigo una dieta mediterránea y tradicional                                                                        | 79           | 78       | 62  | 90   | 83    |
| Hago ejercicio con regularidad                                                                                   | 65           | 56       | 44  | 76   | 81    |
| Cada vez consumo menos carnes y me oriento hacia una alimentación mas vegetariana                                | 51           | 2        | 46  | 75   | 67    |

GfK

*Unidad: Porcentajes*

**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

|                     | TOTAL | SEGMENTO |      |      |       |
|---------------------|-------|----------|------|------|-------|
|                     |       | ECO      | DI   | CONV | SALUD |
| <i>Base:</i>        | 455   | 96*      | 117  | 148  | 94*   |
| <b>SEXO</b>         |       |          |      |      |       |
| Hombre              | 44    | 45       | 49   | 51   | 26    |
| Mujer               | 56    | 56       | 51   | 49   | 74    |
| <b>EDAD</b>         |       |          |      |      |       |
| 18 - 24 años        | 10    | 8        | 16   | 7    | 11    |
| 25 - 29 años        | 12    | 20       | 16   | 8    | 5     |
| 30 - 34 años        | 13    | 14       | 17   | 7    | 18    |
| 35 - 39 años        | 16    | 10       | 12   | 23   | 16    |
| 40 - 44 años        | 13    | 23       | 6    | 12   | 11    |
| 45 - 54 años        | 18    | 15       | 20   | 16   | 19    |
| 55 - 69 años        | 19    | 11       | 13   | 28   | 20    |
| MEDIA               | 40,2  | 38,1     | 37,4 | 43,5 | 40,5  |
| <b>CLASE SOCIAL</b> |       |          |      |      |       |
| Alta / Media-alta   | 34    | 40       | 30   | 33   | 33    |
| Media-media         | 43    | 51       | 29   | 52   | 38    |
| Baja / Media-baja   | 23    | 10       | 41   | 15   | 29    |

51

GfK

# Perfil Socio-demográfico

|                        | TOTAL | SEGMENTO |      |      |       |
|------------------------|-------|----------|------|------|-------|
|                        |       | ECO      | DI   | CONV | SALUD |
| <i>Base:</i>           | 407   | 86*      | 105* | 132* | 84*   |
| <b>ZONA GEOGRÁFICA</b> |       |          |      |      |       |
| Noreste                | 28    | 29       | 23   | 23   | 43    |
| Levante                | 11    | 9        | 14   | 11   | 10    |
| Sur                    | 23    | 21       | 30   | 25   | 12    |
| Centro                 | 19    | 23       | 17   | 21   | 14    |
| Noroeste               | 10    | 10       | 14   | 7    | 8     |
| Norte                  | 9     | 8        | 2    | 14   | 13    |
| <b>HÁBITAT</b>         |       |          |      |      |       |
| Menos de 10.000 hab    | 21    | 21       | 28   | 16   | 19    |
| 10.000 a 50.000 hab    | 25    | 24       | 30   | 25   | 18    |
| 50.001 a 200.000 hab   | 23    | 14       | 22   | 28   | 26    |
| Más de 200.000 hab     | 18    | 25       | 11   | 23   | 13    |
| Madrid Capital         | 5     | 7        | 5    | 4    | 6     |
| Barcelona Capital      | 8     | 10       | 4    | 4    | 19    |

52

# Perfil Socio-demográfico

53

|                                        | TOTAL | SEGMENTO |     |      |       |
|----------------------------------------|-------|----------|-----|------|-------|
|                                        |       | ECO      | DI  | CONV | SALUD |
| <i>Base:</i>                           | 455   | 96*      | 117 | 148  | 94*   |
| <b>CICLO DE VIDA</b>                   |       |          |     |      |       |
| <b>NET HOGARES CON HIJOS</b>           | 70    | 72       | 74  | 68   | 67    |
| <b>SUBNET Hijos hasta 12 años</b>      | 39    | 45       | 38  | 32   | 43    |
| Hog. con hijos <3 años                 | 10    | 13       | 13  | 6    | 11    |
| Hog. con hijos 3-6 años                | 18    | 22       | 16  | 16   | 23    |
| Hog. con hijos 7-12 años               | 20    | 22       | 21  | 19   | 21    |
| <b>SUBNET Hijos mayores de 12 años</b> | 43    | 42       | 46  | 44   | 38    |
| Hod. con hijos 13-18 años              | 19    | 15       | 22  | 14   | 26    |
| Hod. con hijos 19-24 años              | 20    | 18       | 23  | 23   | 12    |
| Hod. con hijos 25-34 años              | 20    | 21       | 22  | 22   | 14    |
| Hod. con hijos >34 años                | 2     | 0        | 1   | 3    | 2     |
| <b>NET HOGARES SIN HIJOS</b>           | 30    | 28       | 26  | 32   | 33    |
| Jóvenes conviviendo                    | 2     | 2        | 3   | 0    | 1     |
| Adultos conviviendo                    | 5     | 6        | 4   | 6    | 5     |
| <b>SUBNET UNIPERSONALES</b>            | 6     | 7        | 1   | 6    | 12    |
| Unipersonales jóvenes                  | 2     | 1        | 1   | 2    | 3     |
| Unipersonales maduros                  | 4     | 5        | 0   | 4    | 9     |
| <b>SUBNET PAREJAS</b>                  | 17    | 14       | 18  | 20   | 15    |
| Parejas jóvenes                        | 9     | 10       | 6   | 10   | 8     |
| Parejas maduras                        | 8     | 3        | 12  | 10   | 6     |



# Perfil Socio-demográfico

|                             | TOTAL | SEGMENTO |      |      |       |
|-----------------------------|-------|----------|------|------|-------|
|                             |       | ECO      | DI   | CONV | SALUD |
| <i>Base:</i>                | 407   | 86*      | 105* | 132* | 84*   |
| <b>PERSONAS EN EL HOGAR</b> |       |          |      |      |       |
| 1                           | 6     | 7        | 1    | 6    | 12    |
| 2                           | 23    | 19       | 24   | 25   | 21    |
| 3                           | 27    | 24       | 29   | 31   | 24    |
| 4                           | 34    | 45       | 35   | 28   | 30    |
| 5                           | 8     | 6        | 8    | 8    | 11    |
| 6 o mas                     | 2     | 0        | 4    | 3    | 2     |
| <b>ESTUDIOS</b>             |       |          |      |      |       |
| Sin estudios                | 2     | 0        | 0    | 0    | 7     |
| Primer grado                | 1     | 0        | 0    | 3    | 1     |
| Segundo grado 1er ciclo     | 10    | 5        | 12   | 14   | 7     |
| Segundo grado 2º ciclo      | 44    | 47       | 45   | 38   | 47    |
| Tercer grado 1er ciclo      | 21    | 19       | 25   | 22   | 18    |
| Tercer grado 2º ciclo       | 22    | 29       | 18   | 23   | 19    |

54

# Perfil Socio-demográfico

|                                          | TOTAL | SEGMENTO |      |      |       |
|------------------------------------------|-------|----------|------|------|-------|
|                                          |       | ECO      | DI   | CONV | SALUD |
| <i>Base:</i>                             | 407   | 86*      | 105* | 132* | 84*   |
| <b>ACTIVIDAD</b>                         |       |          |      |      |       |
| Trabaja actualmente                      | 66    | 71       | 58   | 65   | 73    |
| <b>Net no trabaja</b>                    | 34    | 29       | 42   | 35   | 28    |
| Retirado / pensionista<br>/ incapacitado | 7     | 1        | 5    | 10   | 9     |
| Parado, ha trabajado<br>anteriormente    | 15    | 16       | 21   | 15   | 8     |
| Parado, busca primer<br>empleo           | 0     | 1        | 0    | 1    | 0     |
| Estudiante (que no<br>trabaja)           | 7     | 5        | 13   | 5    | 3     |
| Sus labores (que no<br>trabaja)          | 5     | 6        | 3    | 5    | 7     |

55

# Perfil Socio-demográfico

56

|                                                                               | TOTAL | SEGMENTO |      |      |       |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------|----------|------|------|-------|
|                                                                               |       | ECO      | DI   | CONV | SALUD |
| <i>Base:</i>                                                                  | 407   | 86*      | 105* | 132* | 84*   |
| <b>OCUPACION</b>                                                              |       |          |      |      |       |
| <b>NET CUENTA PROPIA</b>                                                      | 11    | 13       | 6    | 17   | 7     |
| Profesionales/tecnicos cuenta propia (medicos, etc.)                          | 5     | 7        | 4    | 5    | 5     |
| Empresarios/comerciantes sin empleados                                        | 2     | 2        | 1    | 3    | 1     |
| Empresarios agrarios con 1 a 5 empleados                                      | 2     | 0        | 0    | 5    | 0     |
| Empresarios/comerciantes con 1 a 5 empleados                                  | 1     | 2        | 1    | 1    | 1     |
| Trabajadores manuales/artesanos cuenta propia                                 | 1     | 0        | 0    | 3    | 0     |
| Empresarios/comerciantes con 6 y mas empleados                                | 1     | 2        | 0    | 0    | 0     |
| <b>NET CUENTA AJENA</b>                                                       | 83    | 83       | 87   | 74   | 90    |
| Administrativos                                                               | 23    | 23       | 25   | 23   | 22    |
| Obreros especializados, numeros Guardia Civil y Policia                       | 14    | 19       | 11   | 13   | 12    |
| Mandos/empleados nivel medio de empresas, admon. publica y oficiales ejercito | 13    | 15       | 11   | 12   | 16    |
| Obreros sin especializar, peones, servicio domestico                          | 7     | 8        | 10   | 4    | 7     |
| Resto                                                                         | 6     | 4        | 7    | 9    | 3     |
| Mandos superiores/empleados nivel superior de empresas, admon. publica        | 5     | 6        | 5    | 6    | 2     |
| Vendedores, dependientes                                                      | 4     | 2        | 4    | 5    | 6     |
| Empleados subalternos (conserjes, etc.)                                       | 4     | 0        | 10   | 0    | 9     |
| Capataces, encargados, suboficiales ejercito                                  | 4     | 2        | 2    | 5    | 5     |
| Otro personal no cualificado                                                  | 3     | 3        | 0    | 2    | 11    |
| Direc.empresas publicas y privadas 25 y + trab.                               | 2     | 2        | 3    | 2    | 1     |
| Direc.empresas publicas y privadas, menos de 25 trab.                         | 2     | 1        | 3    | 2    | 2     |
| Agentes comerciales, representantes                                           | 1     | 2        | 1    | 1    | 0     |
| Jornaleros del campo                                                          | 1     | 0        | 3    | 0    | 0     |

# Primer alimento ecológico

57

| PRODUCTO DE INICIACIÓN EN LA ALIMENTACIÓN ECOLÓGICA | TOTAL       | SEGMENTO    |             |             |             |
|-----------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                                                     |             | ECO         | DI          | CONV.       | SALUD       |
| <i>Base:</i>                                        | 455         | 96*         | 117         | 148         | 94*         |
| Vegetales                                           | 32          | 38          | 32          | 34          | 22          |
| Fruta                                               | 31          | 34          | 34          | 27          | 32          |
| Leche                                               | 10          | 8           | 13          | 4           | 17          |
| Dulces: Mermelada, miel, etc                        | 5           | 6           | 4           | 5           | 8           |
| Otros derivados lácteos                             | 5           | 2           | 5           | 4           | 10          |
| Alimentación infantil (compra)                      | 2           | 4           | 2           | 3           | 0           |
| Aceite                                              | 2           | 0           | 0           | 6           | 2           |
| Pollo u otras aves                                  | 2           | 3           | 3           | 1           | 3           |
| Carne                                               | 2           | 2           | 4           | 2           | 0           |
| Cereales                                            | 2           | 0           | 0           | 4           | 3           |
| Huevos                                              | 2           | 4           | 2           | 2           | 0           |
| Bebidas                                             | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           |
| Pan                                                 | 1           | 0           | 2           | 0           | 0           |
| Conservas, platos preparados o similares            | 1           | 0           | 0           | 2           | 0           |
| Tofu                                                | 1           | 0           | 1           | 1           | 1           |
| Pasta                                               | 1           | 0           | 0           | 1           | 0           |
| Bebidas                                             | 0           | 0           | 0           | 1           | 0           |
| Arroz                                               | 0           | 0           | 0           | 1           | 0           |
| Otros                                               | 1           | 0           | 0           | 2           | 3           |
| <b>AÑOS LLEVA CONSUMIENDO PRODUCTOS ECOLÓGICOS</b>  | <b>5,64</b> | <b>4,38</b> | <b>4,18</b> | <b>7,48</b> | <b>5,89</b> |

GfK

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?



MINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO

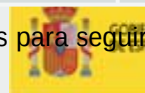
# Motivos para el consumo

Unidad: Porcentajes

58

|                                                                                                            | MOTIVO INICIO |          |     |       |       | TOTAL MOTIVOS (INICIO+CONITNUA) |          |     |       |       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------|-----|-------|-------|---------------------------------|----------|-----|-------|-------|
|                                                                                                            | TOTAL         | SEGMENTO |     |       |       | TOTAL                           | SEGMENTO |     |       |       |
|                                                                                                            |               | ECO      | DI  | CONV. | SALUD |                                 | ECO      | DI  | CONV. | SALUD |
| Base:                                                                                                      | 455           | 96*      | 117 | 148   | 94*   | 455                             | 96*      | 117 | 148   | 94*   |
| Por salud, ayudan a llevar una vida más saludable                                                          | 23            | 17       | 21  | 22    | 32    | 49                              | 43       | 35  | 52    | 68    |
| Para no consumir productos que hayan crecido con pesticidas y fertilizantes químicos de síntesis           | 15            | 24       | 11  | 16    | 10    | 41                              | 41       | 24  | 56    | 42    |
| Para cuidar la naturaleza, para consumir productos que cuiden el ecosistema, el medio ambiente             | 12            | 15       | 10  | 18    | 5     | 35                              | 35       | 21  | 52    | 27    |
| Por su sabor                                                                                               | 10            | 11       | 8   | 9     | 13    | 34                              | 33       | 27  | 37    | 37    |
| Por su calidad superior                                                                                    | 10            | 7        | 13  | 12    | 6     | 36                              | 35       | 30  | 41    | 39    |
| Para tener una alimentación sin elementos no naturales como colorantes y conservantes químicos de síntesis | 7             | 5        | 9   | 7     | 7     | 32                              | 24       | 19  | 40    | 46    |
| Solo por probar, sin motivo en concreto                                                                    | 7             | 5        | 10  | 5     | 8     | 9                               | 7        | 15  | 5     | 9     |
| Porque vienen directamente del campo                                                                       | 5             | 3        | 8   | 4     | 4     | 19                              | 17       | 23  | 19    | 14    |
| Por cuestiones de enfermedad                                                                               | 2             | 2        | 2   | 1     | 4     | 4                               | 4        | 3   | 5     | 4     |
| Los compra mi pareja/mis padres, porque están en casa                                                      | 2             | 3        | 3   | 2     | 0     | 6                               | 6        | 7   | 6     | 4     |
| Porque tienen más nutrientes y alimentan más                                                               | 2             | 0        | 2   | 3     | 2     | 15                              | 1        | 16  | 20    | 23    |
| Para tener garantía que los animales se han criado con productos naturales                                 | 1             | 1        | 2   | 0     | 2     | 22                              | 22       | 18  | 25    | 23    |
| Por recomendación                                                                                          | 1             | 5        | 2   | 0     | 0     | 7                               | 10       | 10  | 1     | 7     |
| Como Delicatessen                                                                                          | 1             | 1        | 0   | 0     | 4     | 4                               | 5        | 1   | 2     | 9     |
| Propia elaboración/elaboración por familiares                                                              | 1             | 0        | 1   | 0     | 2     | 1                               | 0        | 1   | 1     | 2     |
| Para ayudar a los que se dedican a esto en el campo o en mi zona                                           | 0             | 0        | 0   | 0     | 1     | 0                               | 0        | 0   | 0     | 1     |
| Otros                                                                                                      | 1             | 1        | 1   | 0     | 1     | 1                               | 1        | 1   | 0     | 1     |

**P.2.** ¿Cuál es su principal motivo que le llevó a empezar a consumir productos ecológicos? // **P2b.** ¿Además, tiene otros motivos para seguir consumiendo este tipo de productos?



# Frenos al consumo

59

## MOTIVOS PARA NO COMPRAR ALGUNA CATEGORÍA

|                                                                   | TOTAL       | SEGMENTO    |             |             |             |
|-------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                                                                   |             | ECO         | DI          | CONV.       | SALUD       |
| <i>Base: No consume alguna categoría</i>                          | 385         |             |             |             |             |
| No lo encuentro fácilmente, no hay dónde compro                   | 33          | 38          | 22          | 38          | 29          |
| No consumo estas categorías (tampoco no ecológico)                | 27          | 17          | 14          | 36          | 31          |
| Precio, sale muy caro, no puede permitirme comprar todo ecológico | 26          | 27          | 32          | 16          | 34          |
| No sabía que existiesen productos ecológicos de ese tipo          | 23          | 30          | 27          | 18          | 21          |
| Ya no se necesita comer en casa(hijos mayores)                    | 14          | 9           | 19          | 17          | 6           |
| Sin motivo en especial, no me lo he planteado                     | 1           | 2           | 4           | 0           | 0           |
| Otros                                                             | 1           | 1           | 0           | 0           | 4           |
| <b>MEDIA DE MENCIONES</b>                                         | <b>1,24</b> | <b>1,24</b> | <b>1,19</b> | <b>1,26</b> | <b>1,25</b> |

GfK

Unidad: Medias y Porcentajes

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

# Hábitos de consumo de productos ecológicos

60

| <u>PESO DE LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS EN SU CESTA</u> | TOTAL | SEGMENTO |      |       |       |
|-----------------------------------------------------|-------|----------|------|-------|-------|
|                                                     |       | ECO      | DI   | CONV. | SALUD |
| <i>Base:</i>                                        | 455   | 96*      | 117  | 148   | 94*   |
| % PRODUCTOS ECOLÓGICOS QUE CONSUME                  | 23,7  | 20,8     | 20,2 | 26,4  | 26,5  |
| LE GUSTARIA AUMENTAR PORCENTAJE                     | 92    | 95       | 79   | 95    | 98    |

| <u>MOTIVOS POR LOS QUE NO AUMENTA</u>                        | TOTAL | SEGMENTO |     |       |       |
|--------------------------------------------------------------|-------|----------|-----|-------|-------|
|                                                              |       | ECO      | DI  | CONV. | SALUD |
| <i>Base:</i>                                                 | 455   | 96*      | 117 | 148   | 94*   |
| Precio, salen caros                                          | 70    | 73       | 68  | 64    | 80    |
| No es fácil encontrarlos, no los venden en mi tienda         | 38    | 31       | 31  | 46    | 39    |
| Ningún motivo en especial, no me lo he planteado             | 9     | 11       | 10  | 7     | 8     |
| En algunas categorías no creo que sea necesario              | 8     | 14       | 5   | 6     | 10    |
| Tengo total confianza en el resto de productos no ecológicos | 7     | 9        | 13  | 2     | 5     |
| Ya es suficiente con los que consumo                         | 3     | 3        | 3   | 5     | 1     |
| No tengo decisión en la compra                               | 1     | 1        | 2   | 2     | 0     |
| Otros                                                        | 1     | 1        | 0   | 2     | 0     |

GfK

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?

# Hábitos de consumo de productos ecológicos

61

| CAMBIOS EN HÁBITOS DE CONSUMO (ULTIMO AÑO)                     | TOTAL | SEGMENTO |     |       |       |
|----------------------------------------------------------------|-------|----------|-----|-------|-------|
|                                                                |       | ECO      | DI  | CONV. | SALUD |
| Base:                                                          | 455   | 96*      | 117 | 148   | 94*   |
| NET SI                                                         | 50    | 48       | 59  | 50    | 40    |
| Si, antes no los consumía y ahora si                           | 18    | 16       | 34  | 12    | 9     |
| Si, he reducido el número o el gasto en este tipo de productos | 13    | 10       | 18  | 8     | 16    |
| Si, he aumentado el número o gasto en este tipo de productos   | 20    | 22       | 8   | 30    | 15    |
| No, en general sigo consumiendo lo mismo                       | 50    | 52       | 41  | 50    | 60    |

| MOTIVOS PARA REDUCIR GASTO/PRODUCTOS                | TOTAL | SEGMENTO |    |       |       |
|-----------------------------------------------------|-------|----------|----|-------|-------|
|                                                     |       | ECO      | DI | CONV. | SALUD |
| Base: Ha reducido el gasto                          | 57    |          |    |       |       |
| Por el precio, son productos caros                  | 52    | 56       | 48 | 52    | 57    |
| Económicos(menos dinero,paro,crisis)                | 38    | 36       | 32 | 38    | 47    |
| Dificultar para encontrarlos                        | 4     | 0        | 0  | 4     | 13    |
| Los compro a menos precio                           | 2     | 0        | 0  | 7     | 0     |
| No encuentro tanta diferencia con los no ecológicos | 1     | 0        | 0  | 5     | 0     |

| MOTIVOS PARA AUMENTAR GASTO/PRODUCTOS       | TOTAL | SEGMENTO |    |       |       |
|---------------------------------------------|-------|----------|----|-------|-------|
|                                             |       | ECO      | DI | CONV. | SALUD |
| Base: Ha aumentado el gasto                 | 89    |          |    |       |       |
| Por salud/es más sano/natural               | 51    | 35       | 59 | 50    | 72    |
| Mejor calidad de los productos              | 13    | 18       | 0  | 15    | 9     |
| Respeto al Medio Ambiente                   | 13    | 14       | 5  | 17    | 3     |
| Mejor sabor                                 | 10    | 5        | 11 | 9     | 21    |
| Precios más bajos                           | 9     | 3        | 0  | 15    | 4     |
| Mayor oferta/variedad                       | 9     | 3        | 19 | 7     | 16    |
| Cada vez me gustan más, confío más en ellos | 7     | 9        | 12 | 7     | 0     |
| Me resulta más fácil acceder a ellos        | 6     | 5        | 8  | 8     | 0     |
| Por mayor información, concienciación       | 5     | 8        | 4  | 3     | 4     |
| Se encuentra con más facilidad              | 5     | 8        | 11 | 2     | 3     |

Unidad: Porcentajes

P5. ¿Ha cambiado sus hábitos de consumo de productos de alimentación ecológicos durante el último año? // P5a. Por qué motivos



# Lugar de compra

62

|                                                          | TOTAL      | SEGMENTO   |            |            |            |
|----------------------------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|                                                          |            | ECO        | DI         | CONV.      | SALUD      |
| <i>Base:</i>                                             | 455        | 96*        | 117        | 148        | 94*        |
| Hipermercado, gran superficie                            | 40         | 52         | 30         | 35         | 47         |
| Tienda especializada en este tipo de productos           | 25         | 15         | 17         | 32         | 36         |
| Supermercado                                             | 25         | 23         | 23         | 27         | 23         |
| Directamente del agricultor                              | 24         | 21         | 23         | 29         | 20         |
| Tienda tradicional, de barrio, en el mercado tradicional | 23         | 23         | 26         | 24         | 18         |
| Herboristería                                            | 15         | 8          | 5          | 22         | 25         |
| De cooperativas de barrio                                | 8          | 6          | 4          | 13         | 9          |
| Cultivo propio/familiar                                  | 4          | 4          | 7          | 3          | 3          |
| Internet                                                 | 4          | 3          | 5          | 4          | 3          |
| Tienda gourmet, delicatessen o similar                   | 3          | 3          | 4          | 5          | 2          |
| Otros                                                    | 0          | 0          | 0          | 0          | 1          |
| <b>MEDIA DE MENCIONES</b>                                | <b>1,7</b> | <b>1,6</b> | <b>1,5</b> | <b>1,9</b> | <b>1,9</b> |

Unidad: Medias y Porcentajes

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

GfK

# Otros productos comprados

63

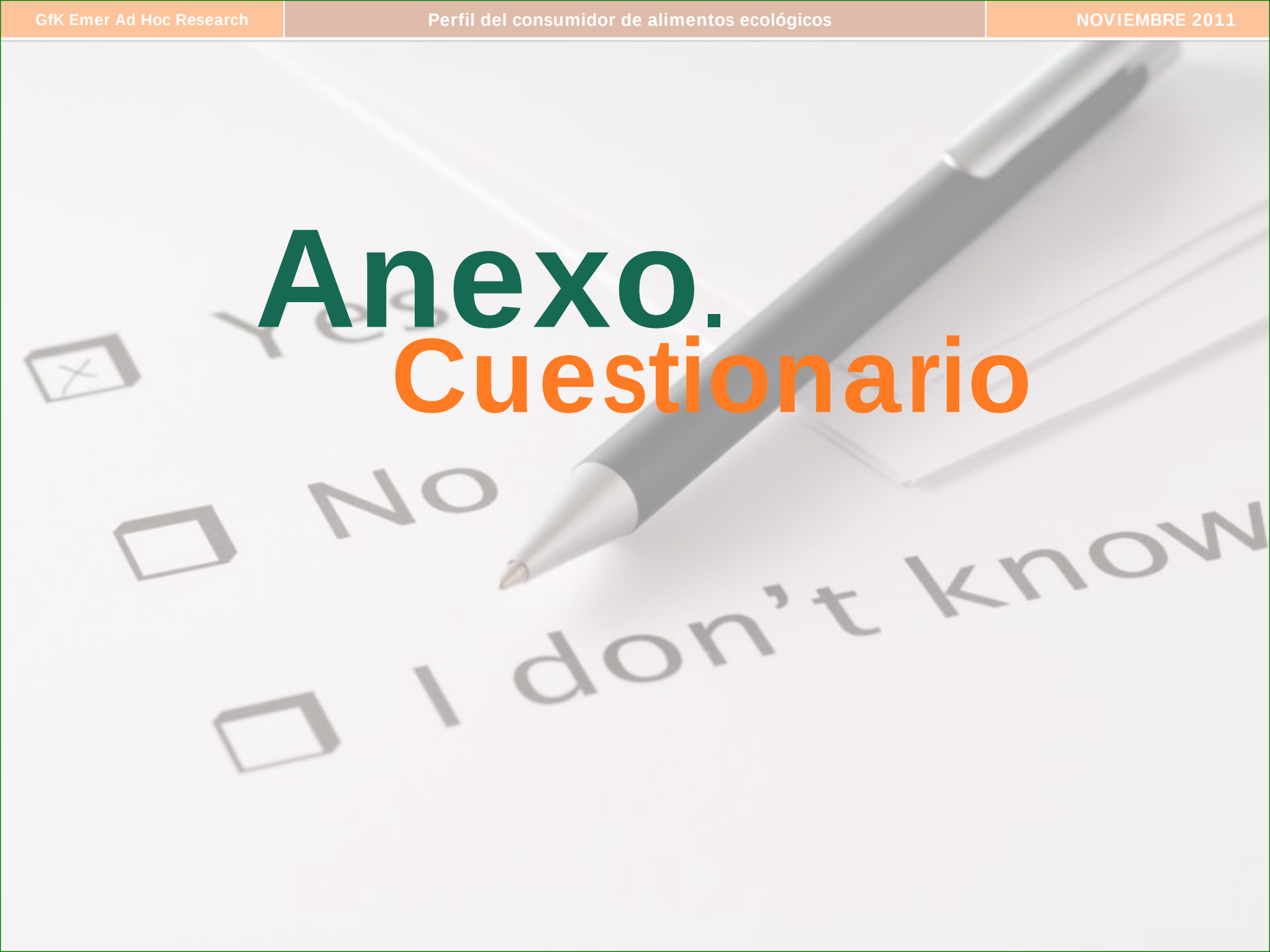
|                                           | TOTAL      | SEGMENTO   |            |            |            |
|-------------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|                                           |            | CONC.      | DI         | CONV.      | SALUD      |
| <i>Base:</i>                              | 455        | 96*        | 117        | 148        | 94*        |
| Bombillas de bajo consumo                 | 75         | 77         | 52         | 87         | 86         |
| Electrodomésticos de clase A              | 63         | 64         | 35         | 76         | 77         |
| Papel (tipo folio)                        | 31         | 28         | 25         | 40         | 29         |
| Detergentes y otros de droguería          | 18         | 16         | 20         | 26         | 7          |
| Papel tipo Clinex, higiénico, servilletas | 17         | 20         | 17         | 19         | 12         |
| Cremas                                    | 17         | 9          | 17         | 24         | 16         |
| Textiles                                  | 9          | 8          | 4          | 16         | 6          |
| Energía (p.ej: placas solares)            | 8          | 6          | 10         | 11         | 5          |
| Automóviles eléctricos o híbridos         | 2          | 0          | 6          | 2          | 0          |
| Otros                                     | 1          | 0          | 0          | 0          | 2          |
| Ninguno                                   | 9          | 14         | 14         | 4          | 5          |
| <b>MEDIA DE MENCIONES</b>                 | <b>2,7</b> | <b>2,6</b> | <b>2,2</b> | <b>3,1</b> | <b>2,5</b> |

Unidad: Medias y Porcentajes

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

GfK

# Anexo. Cuestionario

The background of the slide is a blurred image of a questionnaire form. It features three rows of checkboxes with corresponding labels: 'Yes', 'No', and 'I don't know'. A silver pen is positioned diagonally across the form, pointing towards the bottom right. The text 'Anexo. Cuestionario' is overlaid in the center, with 'Anexo.' in dark green and 'Cuestionario' in orange.



GfK Emer Ad Hoc Research

## CUESTIONARIO

Fecha: Octubre 2011 Versión: VD  
 Nº de Estudio: 10374 Técnico: Elena de Agustín  
 Cristina Martínez

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..... 10 → Fin de entrevista. Añote contacto
- Fabricación o venta de productos de alimentación..... 20 → Fin de entrevista. Añote contacto
- Mayorista de alimentación..... 30 → Fin de entrevista. Añote contacto
- Periodismo..... 40 → Fin de entrevista. Añote contacto
- Marketing/Investigación de mercados..... 50 → Fin de entrevista. Añote contacto
- Desarrollo de nuevos productos..... 60 → Fin de entrevista. Añote contacto
- Relaciones públicas..... 70 → Fin de entrevista. Añote contacto
- Supermercados o tiendas de alimentación..... 80 → Fin de entrevista. Añote contacto
- Televisión, radio o prensa..... 90 → Fin de entrevista. Añote contacto
- Ninguna de estas..... 150 → Continuar entrevista

## C1. Sexo

- Hombre..... 1 ☐
- Mujer..... 2 ☐ Control de cuotas

C2. ¿Sería Vd. Tan amable de indicarme su edad? ☐ ☐ (19-20)

Ent: Además de anotar la edad exacta en las casillas, rellenar el intervalo para verificar cuotas.

## 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 ☐

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

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

- sí..... 1 ☐
- no..... 2 ☐

## C3. Zona geográfica en la que vive habitualmente

- Noroeste..... 1 ☐
- Norte..... 2 ☐
- Noreste..... 3 ☐
- Este..... 4 ☐ CONTROL DE CUOTAS
- Sur..... 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 ☐

Voy 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?

- SI ☐ -> Hacer C5b
- no ☐

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

Programador: 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 ☐

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

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

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

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

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

Programador: 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 cod 1 en C5c -> Ir a ULTIMOS DATOS DE DE CLASIFICACIÓN (PAG 7).

## C.7. ¿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 DE CLASIFICACIÓN (PAG 7).

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

|                                                                                       | Nunca                      | Menos de 1 vez al mes      | 1 ó 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)                       | 9 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| (solo contestan a este ítem los que tengan cod 1 en c2b)                              |                            |                            |                            |                            |                            |
| 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 ULTIMOS DATOS DE DE CLASIFICACIÓN (PAG 7). Si solo tiene "nunca" pero al menos 2 categorías con "al menos una vez al mes" seguiría.

P.2. ¿Cuál es su principal motivo que le llevó a empezar a consumir productos ecológicos?

P2b. ¿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 Delicatessen                                                                                          | 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                          |
| • Otros (especificar) _____                                                                                  |                             |                             |

P3. ¿Cuál fue el primer producto con el que comenzó el consumo estos 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 cuanto tiempo comenzó a consumir este tipo de productos? ☐ años

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

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

|                                                                  |                            |                               |
|------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| • Si, antes no los consumía y ahora si                           | 1 <input type="checkbox"/> |                               |
| • Si, he reducido el número o el gasto en este tipo de productos | 2 <input type="checkbox"/> | -> P5a. Por qué motivos _____ |
| • Si, 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"/> |                               |

P.6. ¿Y por qué motivos nunca consume ..... (programador: mostrar categorías citadas como "nunca")?

|                                                                     |                            |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| • Precio, sale muy caro, no puede 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 ecológicas)               | 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?

|      |                            |
|------|----------------------------|
| • Si | 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?

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 de barrio.....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 (p.ej: placas solares).....2 ☐
- Textiles.....3 ☐
- Bombillas de bajo consumo.....4 ☐
- Electrodomésticos de clase A.....5 ☐
- Papel (tipo folio).....6 ☐
- Papel tipo Clinex, 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 en 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"/> |
| Partido 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 fío 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"/> |
| Prefiero 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 del 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, calorias... | 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"/> |
| Me 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)

A4. DÍGME 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□ (11)
- Casado/a.....2□
- Conviviendo en pareja.....3□
- Divorciado/a o Separado/a.....4□
- Viudo/a.....5□
- Ns/Nc.....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?

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

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

C.15.A. ¿Cuál es su actual actividad?

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

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

|                                       | C15A. ENTREV | C15B. SUST. PRIN |
|---------------------------------------|--------------|------------------|
| Trabaja actualmente                   | 1□ (27)      | 1□ (38)          |
| Retirado / pensionista / incapacitado | 2□           | 2□               |
| Parado, ha trabajado anteriormente    | 3□           | 3□               |
| Parado, busca primer empleo           | 4□           | 4□               |
| Estudiante (que no trabaja)           | 5□           | 5□               |
| Sus labores (que no trabaja)          | 6□           | 6□               |

Entrevistador: si trabaja 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?

(ENT.: 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□ (29)      | 1□ (40)          |
| Empresarios agrarios con 1 a 5 empleados                                                    | 2□           | 2□               |
| Propietarios agrícolas sin empleados                                                        | 3□           | 3□               |
| Miembros de cooperativas agrarias                                                           | 4□           | 4□               |
| Empresarios/comerciantes con 6 y más empleados                                              | 5□           | 5□               |
| Empresarios/comerciantes con 1 a 5 empleados                                                | 6□           | 6□               |
| Empresarios/comerciantes sin empleados                                                      | 7□           | 7□               |
| Profesionales/técnicos cuenta propia (médicos, etc.)                                        | 8□           | 8□               |
| Trabajadores manuales/artesanos cuenta propia                                               | 9□           | 9□               |
| <b>TRABAJA POR CUENTA AJENA</b>                                                             |              |                  |
| Dirac. Empresas públicas y privadas 25 y + trab.                                            | 0□ (30)      | 0□ (41)          |
| Dirac. Empresas públicas y privadas, menos de 25 trab.                                      | 1□           | 1□               |
| Mandos superiores/empleados nivel superior de empresas, Admon. pública y oficiales ejército | 2□           | 2□               |
| Mandos intermedios/empleados nivel medio de empresas, Admon. pública y oficiales ejército   | 3□           | 3□               |
| Cepataces, encargados, suboficiales ejército                                                | 4□           | 4□               |
| Agentes comerciales, representantes                                                         | 5□           | 5□               |
| Administrativos                                                                             | 6□           | 6□               |
| Obreros especializados, números Guardia Civil y Policía                                     | 7□           | 7□               |
| Vendedores, dependientes                                                                    | 8□           | 8□               |
| Empleados subalternos (conserjes, etc.)                                                     | 9□           | 9□               |
| Obreros sin especializar, peones, servicio doméstico                                        | 0□ (31)      | 0□ (42)          |
| Jornaleros del campo                                                                        | 1□           | 1□               |
| Otra personal no cualificada                                                                | 2□           | 2□               |

## Definición A

69

**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**

GfK

## Definición B

70

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

## Definición C

71

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

