

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

2010



**Edita:**

Dirección General de Ordenación e Inspección.  
Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid.

**Dirección Técnica y Coordinación:**

Felipe Vilas Herranz.  
Subdirección General de Sanidad Ambiental.

**Equipo de Trabajo:**

Emiliano Aránguez Ruiz.  
Rocío Bardón Iglesias.  
Fernando Fúster Lorán.  
Eloy Marino Hernando.  
José M<sup>a</sup> Ordóñez Iriarte.  
Miguel Ángel Ribes Ripoll.  
Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud.

**Edición:** Primera, enero 2012.

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

**1 - ALIMENTACIÓN FUERA DEL HOGAR**



**2 - CONFIANZA EN LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS E INTERNET**



**3 - SEGURIDAD ALIMENTARIA**



**4 - CALIDAD ALIMENTARIA**



**5 - INFORMACIÓN EN ALIMENTACIÓN**



**FICHA TÉCNICA**

FICHA TÉCNICA

## BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

### 1 - ALIMENTACIÓN FUERA DEL HOGAR

Más de un tercio de los madrileños continúa comiendo fuera de casa al mediodía de lunes a viernes, unas 3 veces por semana.

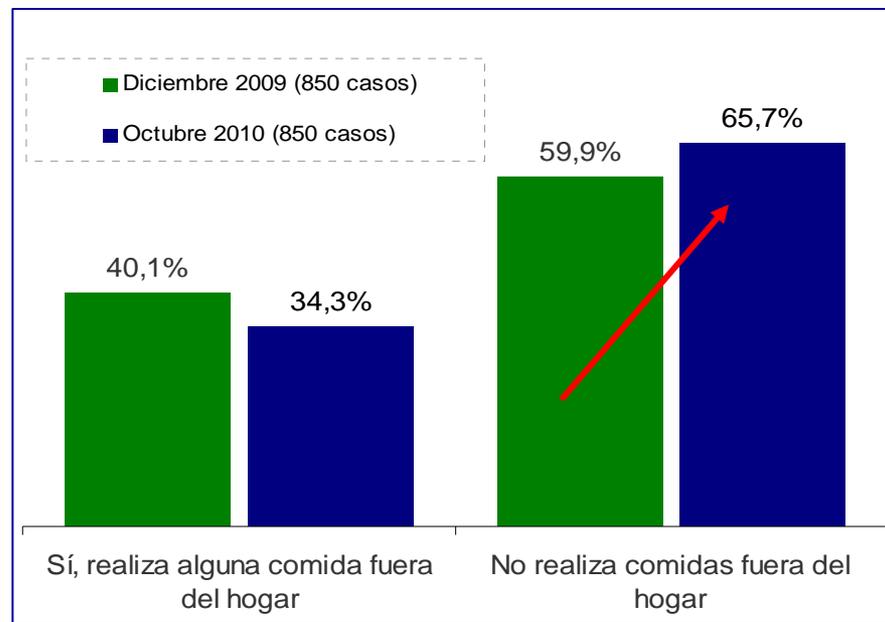
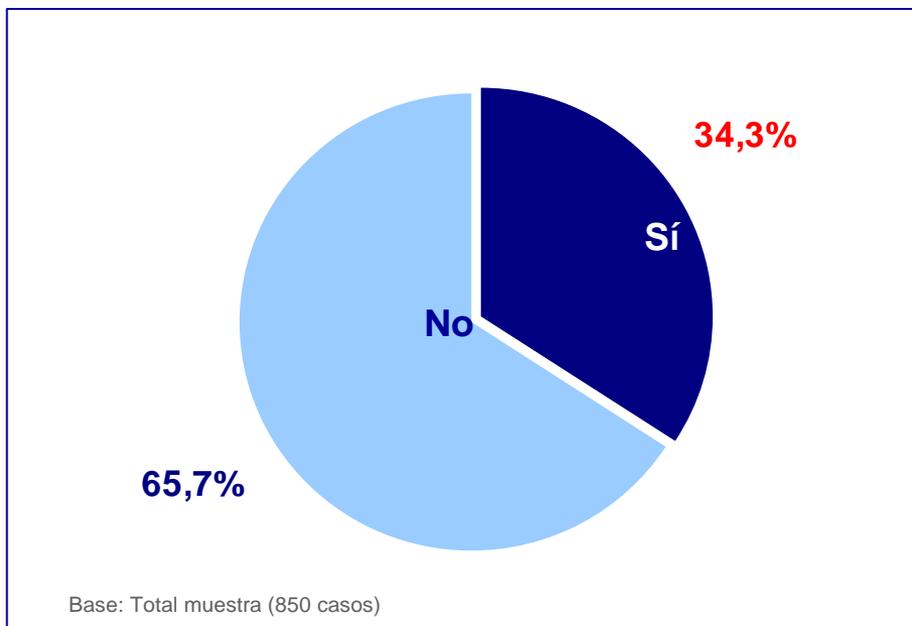
Bares y restaurantes siguen siendo los establecimientos preferidos, aunque aumenta la frecuentación de los establecimientos de comida rápida.



# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 1 - Alimentación fuera del hogar

Alimentación fuera del hogar de lunes a viernes al mediodía  
- Total -



Ha descendido la proporción de madrileños que dicen comer alguna vez al mediodía, de lunes a viernes, fuera del hogar. Consecuentemente ha aumentado, en casi seis puntos, el porcentaje de los que ahora hacen siempre sus comidas en casa.

*¿Realiza alguna vez entre semana (de lunes a viernes) la comida del mediodía fuera de su hogar?*

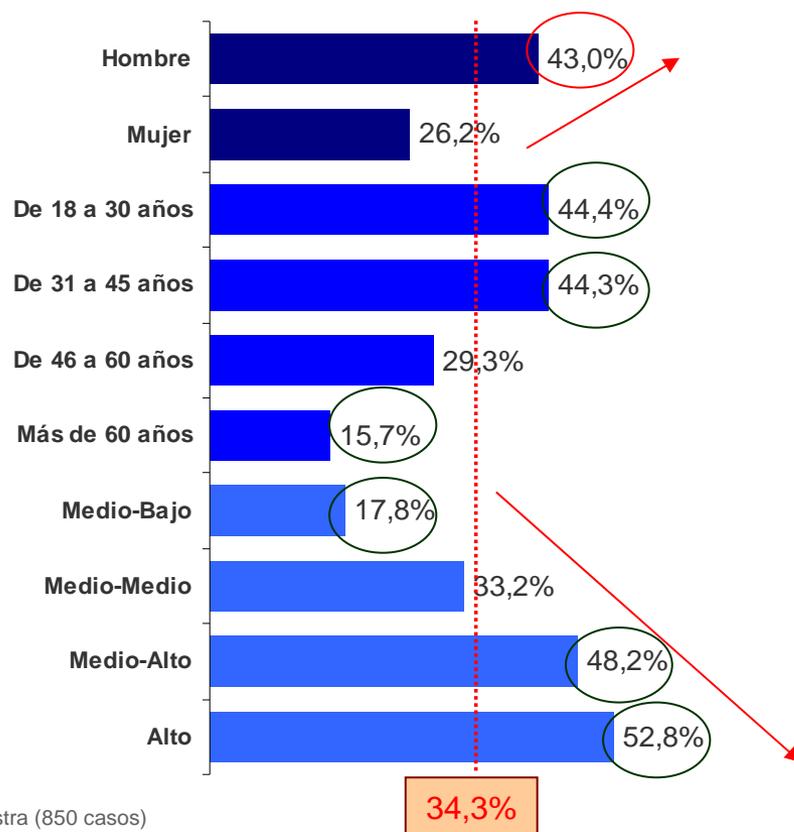
# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 1- Alimentación fuera del hogar

Alimentación fuera del hogar de lunes a viernes al mediodía

- Según sexo, edad y estatus -

- % de Sí -



Base: Total muestra (850 casos)

En términos globales, se observan diferencias significativas en el hábito de comer al mediodía alguna vez fuera de casa:

- Es más habitual entre hombres que entre mujeres.
- Predomina entre los segmentos más jóvenes (menores de 45 años) y es poco frecuente entre los más mayores.
- Aumenta con el nivel socioeconómico.

*¿Realiza alguna vez entre semana (de lunes a viernes) la comida del mediodía fuera de su hogar?*

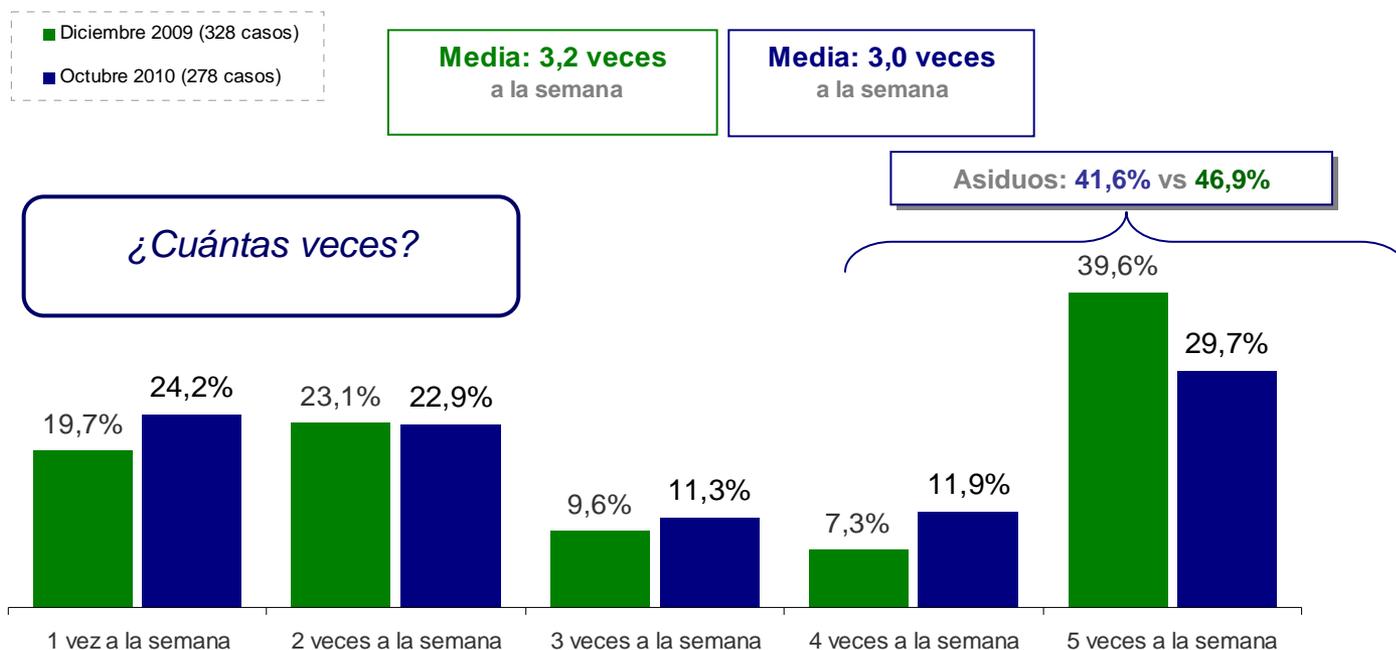
# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 1 - Alimentación fuera del hogar

Frecuencia semanal en la alimentación fuera del hogar (de lunes a viernes al mediodía)

-Total -

La comida del mediodía fuera de casa es un hábito frecuente entre los madrileños con una media de 3 veces a la semana, registrándose un leve descenso respecto al último sondeo (la media el año anterior fue de 3,2 veces). Se observa una caída importante en la proporción de personas que comen fuera de casa todos los días, el 29,7% frente al 39,6% de diciembre de 2009, descendiendo el porcentaje total de asiduos (4 y 5 veces/semana) y aumentando el de los que sólo comen fuera una vez por semana.



Base: "Realiza alguna vez entre semana la comida del mediodía fuera de casa" (278 casos)

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

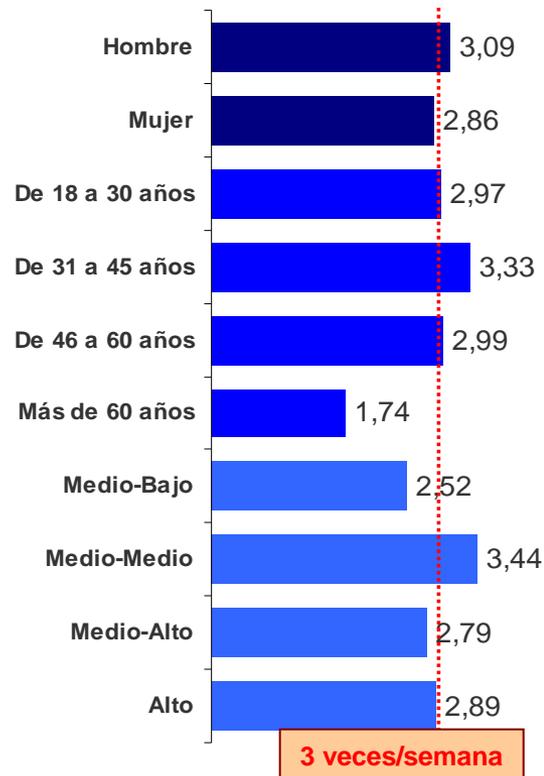
## 1 - Alimentación fuera del hogar

Número de días que se come fuera del hogar (de lunes a viernes al mediodía)

- Según sexo, edad y estatus-



Los madrileños que suelen comer fuera de casa de lunes a viernes más veces por semana son los hombres frente a las mujeres, los de edades intermedias y los de estatus socioeconómico medio.



Base: "Realiza alguna vez entre semana la comida del mediodía fuera de casa" (278 casos)

¿Cuántas veces?

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 1 - Alimentación fuera del hogar

**Tipos de establecimientos más frecuentados para realizar la comida del mediodía fuera de casa entre semana (de lunes a viernes)**  
- Total -

Los bares y restaurantes siguen siendo los lugares más frecuentados para comer fuera de casa, y más que la oleada anterior (61,7% vs 56,9%). Se registra un aumento en la proporción de los que se llevan comida preparada en casa al centro de trabajo y de los que comen en establecimientos de comida rápida.



Base: "Realiza alguna vez entre semana la comida del mediodía fuera de casa" (278 casos)

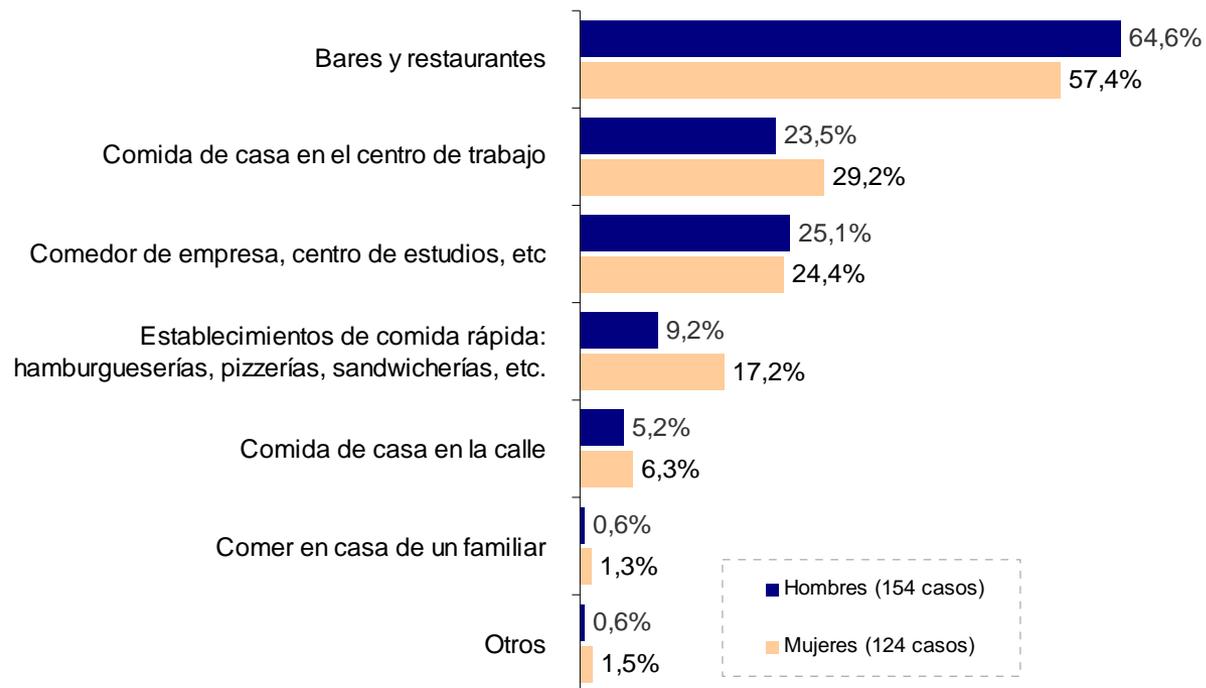
*¿En qué tipo de establecimiento suele realizarla/s con más frecuencia?  
Respuesta múltiple*

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 1 - Alimentación fuera del hogar

**Tipos de establecimientos más frecuentados para realizar la comida del mediodía fuera de casa entre semana (de lunes a viernes)**  
- Según sexo -

El análisis por sexo no arroja diferencias importantes, si bien se aprecia que los hombres acuden más a los bares y restaurantes, las mujeres comen más en el centro de trabajo la comida que preparan en casa y frecuentan más los establecimientos de comida rápida.



Base: "Realiza alguna vez entre semana la comida del mediodía fuera de casa" (278 casos)

*¿En qué tipo de establecimiento suele realizarla/s con más frecuencia?*

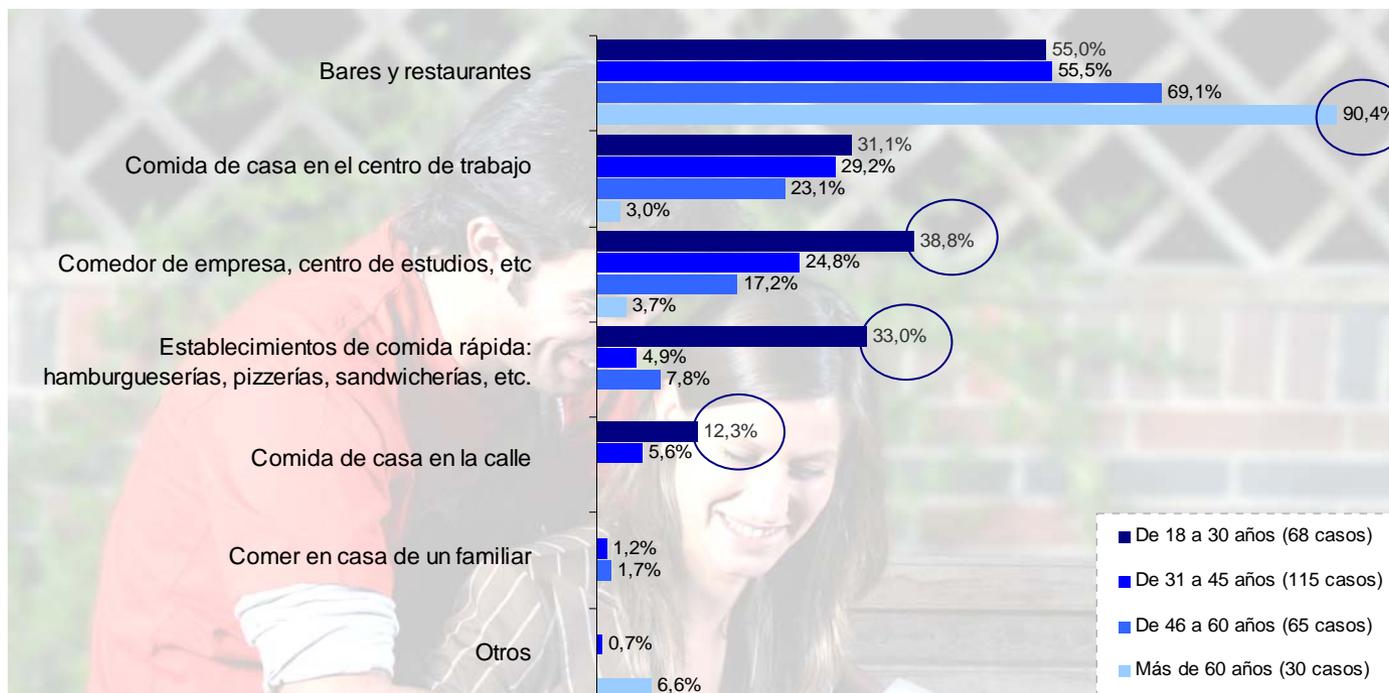
*Respuesta múltiple*

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 1 - Alimentación fuera del hogar

**Tipos de establecimientos más frecuentados para realizar la comida del mediodía fuera de casa entre semana (de lunes a viernes)**  
- Según edad -

La preferencia por bares y restaurantes aumenta con la edad de los madrileños, mientras que los más jóvenes se decantan significativamente por los establecimientos de comida rápida y por el comedor del centro de estudios o de la empresa donde trabajan, o incluso por comer en la calle la comida que traen desde sus casas.



Base: "Realiza alguna vez entre semana la comida del mediodía fuera de casa" (278 casos)

*¿En qué tipo de establecimiento suele realizarla/s con más frecuencia?*  
*Respuesta múltiple*

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 1 - Alimentación fuera del hogar

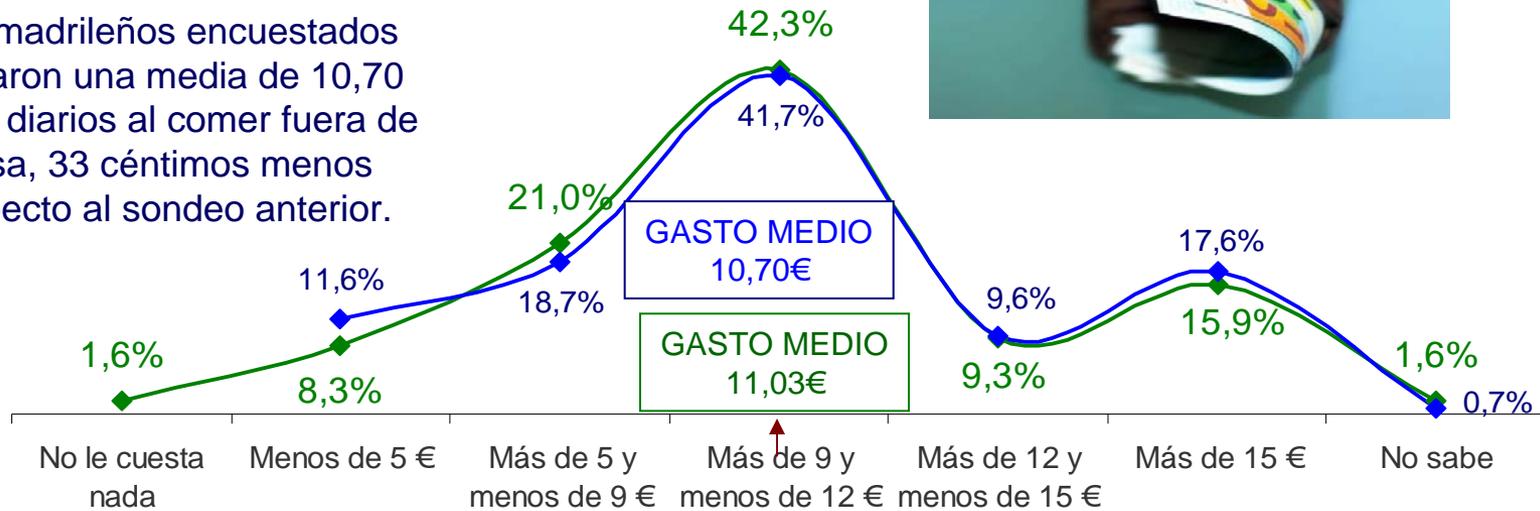
### Gasto medio diario en establecimientos en la comida del mediodía fuera casa (de lunes a viernes)

- Total -

◆ Diciembre 2009 (270 casos)  
◆ Octubre 2010 (236 casos)



Los madrileños encuestados gastaron una media de 10,70 euros diarios al comer fuera de casa, 33 céntimos menos respecto al sondeo anterior.



¿Cuánto le cuesta al día por término medio esta comida cuando la hace en bares, restaurantes o establecimientos similares?

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 1- Alimentación fuera del hogar

Gasto medio diario en establecimientos de alimentación para las comidas del mediodía fuera de casa de lunes a viernes

- Según sexo, edad y estatus -



GASTO MEDIO  
10,70€

El gasto medio diario en comer fuera de casa apenas muestra diferencias según sexo, pero se observa un gasto significativamente superior entre los madrileños de mayor edad y entre los que pertenecen a un estatus socio económico más alto.



Base: "Estas comidas las realiza en algún establecimiento" (236 casos)

¿Cuánto le cuesta al día por término medio esta comida cuando la hace en bares, restaurantes o establecimientos similares?

### 2 - CONFIANZA EN LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS E INTERNET

Los madrileños siguen confiando más en mercados y tiendas tradicionales para comprar alimentos, y en bares y restaurantes para comer fuera de casa, frente a otro tipo de establecimientos.

El nivel de penetración de internet como canal de compra sigue siendo bajo y no poder ver lo que se compra es la principal barrera de uso.



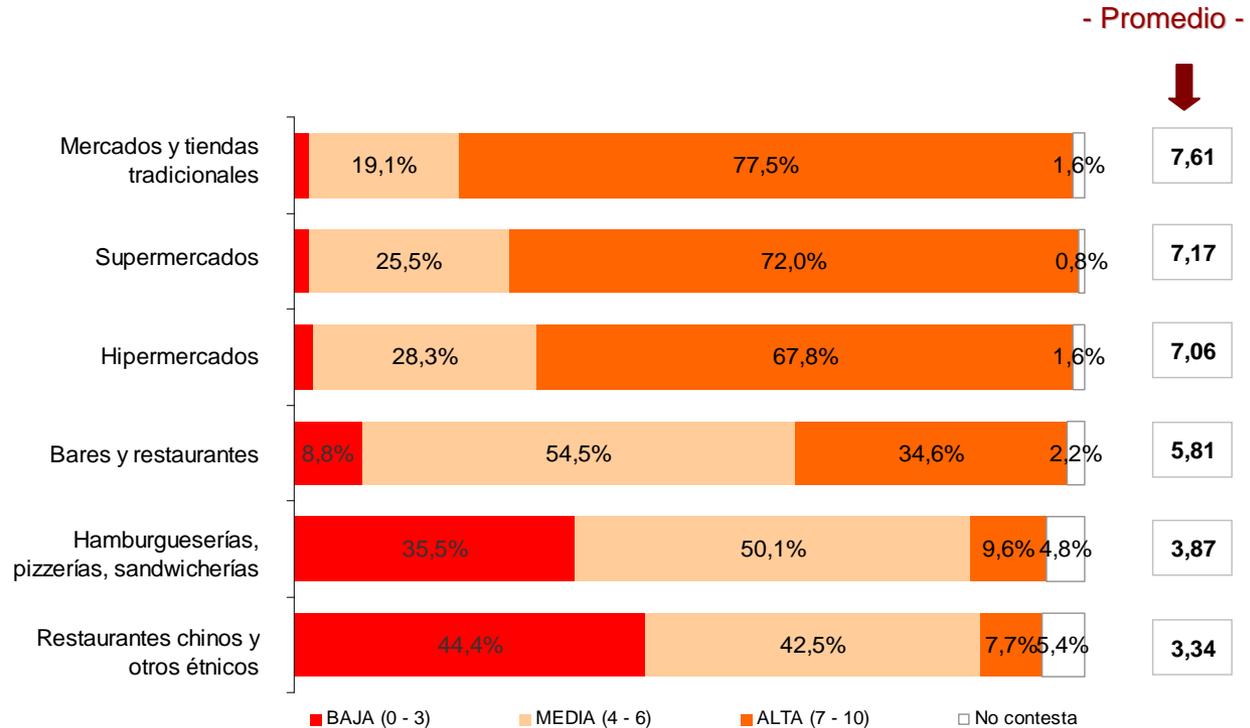
# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 2 - Confianza en los establecimientos alimentarios e internet

Nivel de confianza en los establecimientos donde se compran o consumen alimentos  
- Total -



Los madrileños confían más en los establecimientos de compra, principalmente mercados y tiendas tradicionales, que en los de consumo de comidas. Entre estos, los bares y restaurantes ofrecen mucha más confianza que los locales de comida rápida o los restaurantes chinos y otros étnicos, que siguen ofreciendo un bajo nivel de confianza.



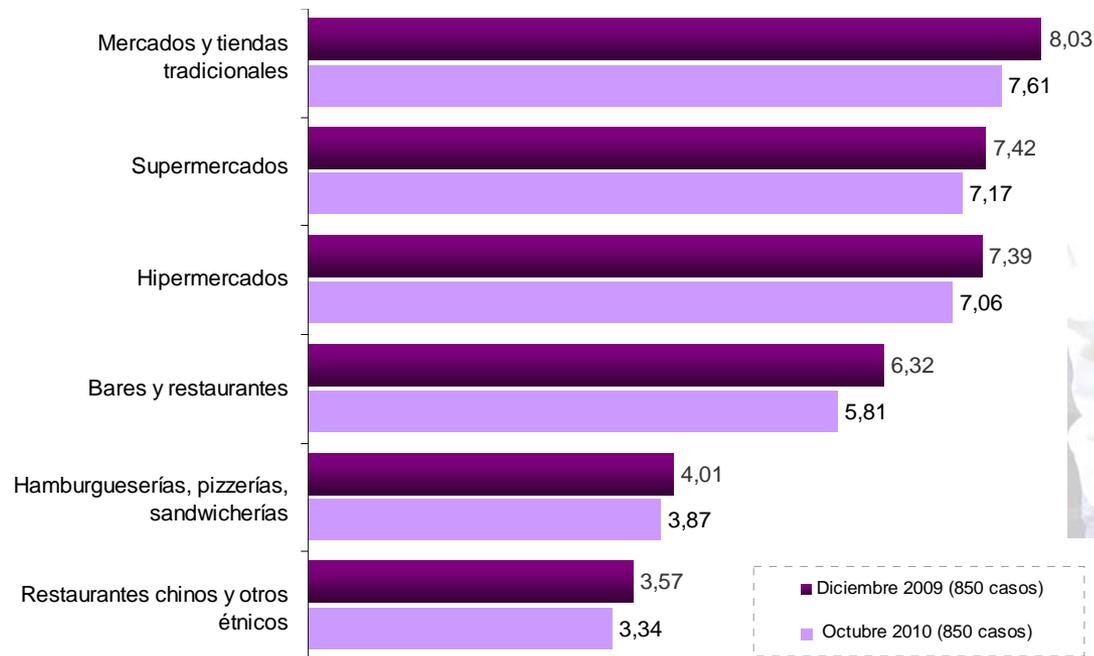
Base: Total muestra (850 casos)

¿Podría indicarme la confianza que le ofrecen los siguientes establecimientos a la hora de hacer la compra o de consumir alimentos?  
(0 es confianza nula y 10 la máxima confianza) (0-3: Baja; 4-6: Media; 7-10: Alta)

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 2 - Confianza en los establecimientos alimentarios e internet

### Nivel de confianza en los establecimientos donde se compran o consumen alimentos



Base: Total muestra (850 casos)

En general, apenas hay variaciones en la confianza otorgada a los distintos tipos de establecimientos respecto a la encuesta anterior, observándose el mismo patrón que en otras ocasiones.

Sin embargo, se detectan valores ligeramente inferiores para todos ellos.

*¿Podría indicarme la confianza que le ofrecen los siguientes establecimientos a la hora de hacer la compra o de consumir alimentos?*

*(0 es confianza nula y 10 la máxima confianza) (0-3: Baja; 4-6: Media; 7-10: Alta)*

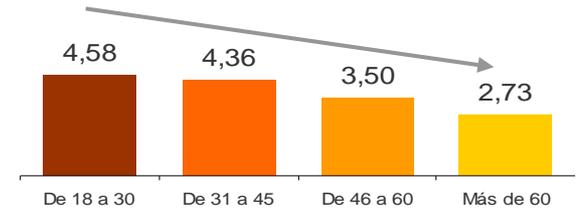
# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 2 - Confianza en los establecimientos alimentarios e internet

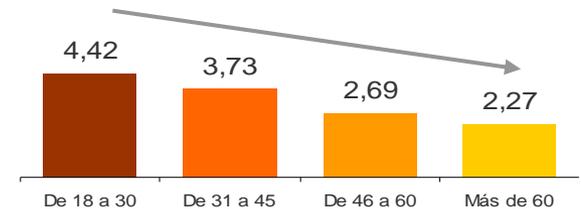
### Nivel de confianza en los establecimientos donde se compran o consumen alimentos

- Según edad-

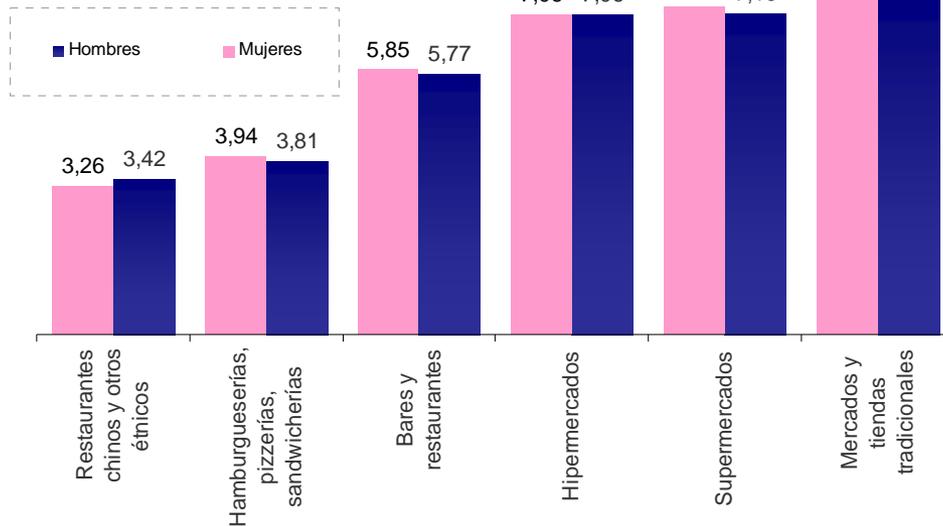
#### Hamburgueserías, pizzerías, sandwicherías



#### Restaurantes chinos y otros étnicos



- Según sexo -



Base: Total muestra (850 casos)

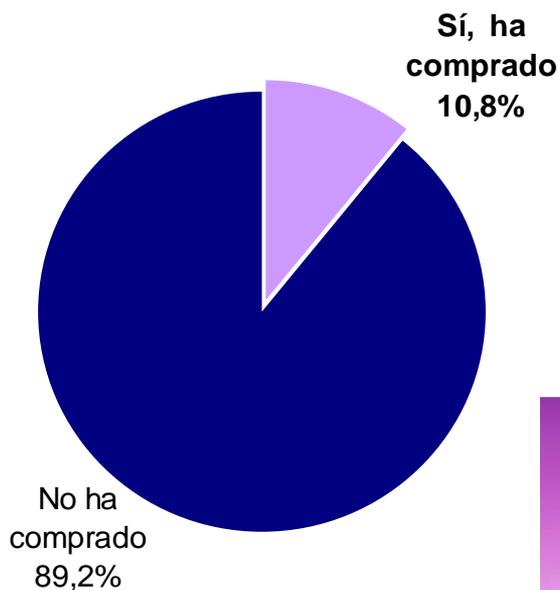
¿Podría indicarme la confianza que le ofrecen los siguientes establecimientos a la hora de hacer la compra o de consumir alimentos?  
(0 es confianza nula y 10 la máxima confianza) (0-3: Baja; 4-6: Media; 7-10: Alta)

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 2 - Confianza en los establecimientos alimentarios e internet

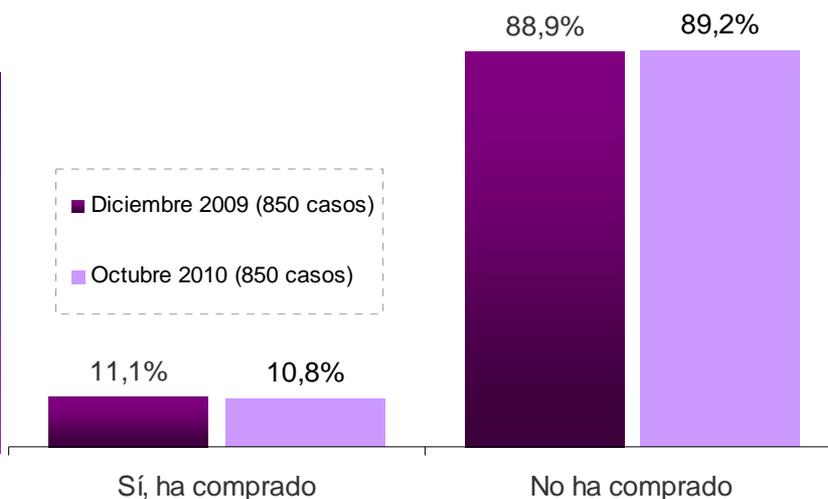
### Compra de alimentos a través de internet

- Total -



Base: Total muestra (850 casos)

Los niveles de compra de alimentos a través de internet se mantienen prácticamente invariables respecto a la anterior medición, sólo uno de cada diez madrileños había comprado alguna vez alimentos a través de la red. Esta opción sigue siendo bastante baja entre la población general.



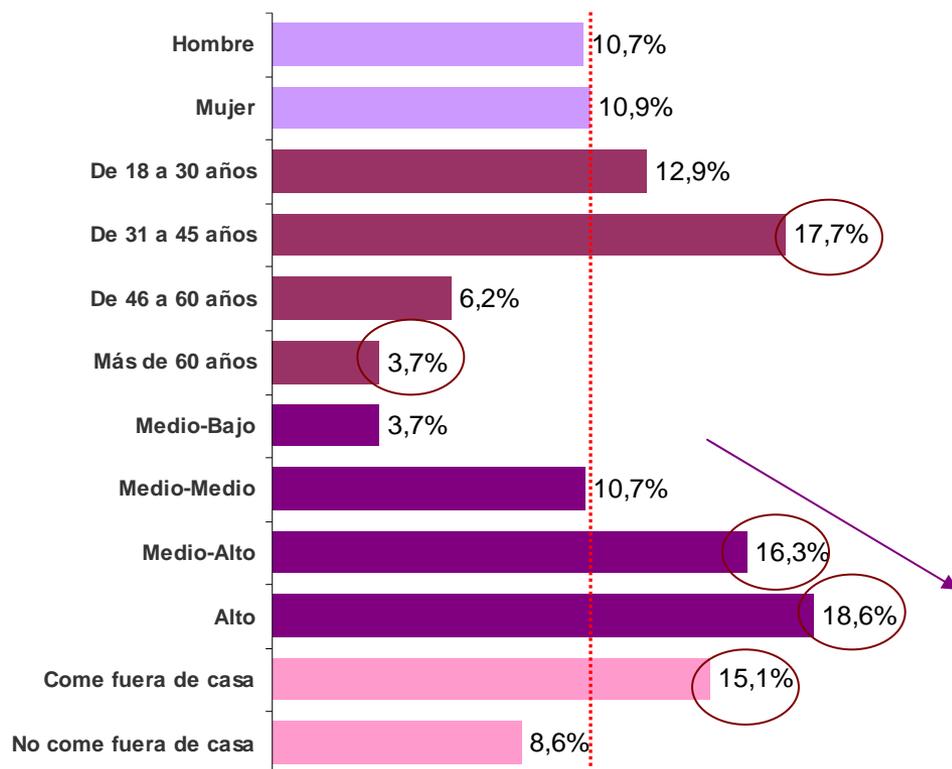
*¿Ha comprado usted alguna vez alimentos a través de internet?*

## BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

### 2 - Confianza en los establecimientos alimentarios e internet

#### Compra de alimentos a través de internet

- Según sexo, edad, estatus y alimentación fuera de casa –  
- % Sí -



Base: Total muestra (850 casos)

TOTAL: 10,8%

La utilización de internet para comprar alimentos no presenta diferencias por sexo. Sin embargo, sí hay diferencias significativas por grupos de edad y estatus socio económico. Se observa, como en encuestas anteriores, que el grupo de edad entre 31 y 45 años es el que más compra alimentos por internet y que el que menos compra es el de más de 60 años.

También se sigue observando una relación directa entre comprar a través de internet y el estatus social así como que las personas que comen fuera de casa hacen un mayor uso de este canal de compra.

*¿Ha comprado usted alguna vez alimentos a través de internet?*

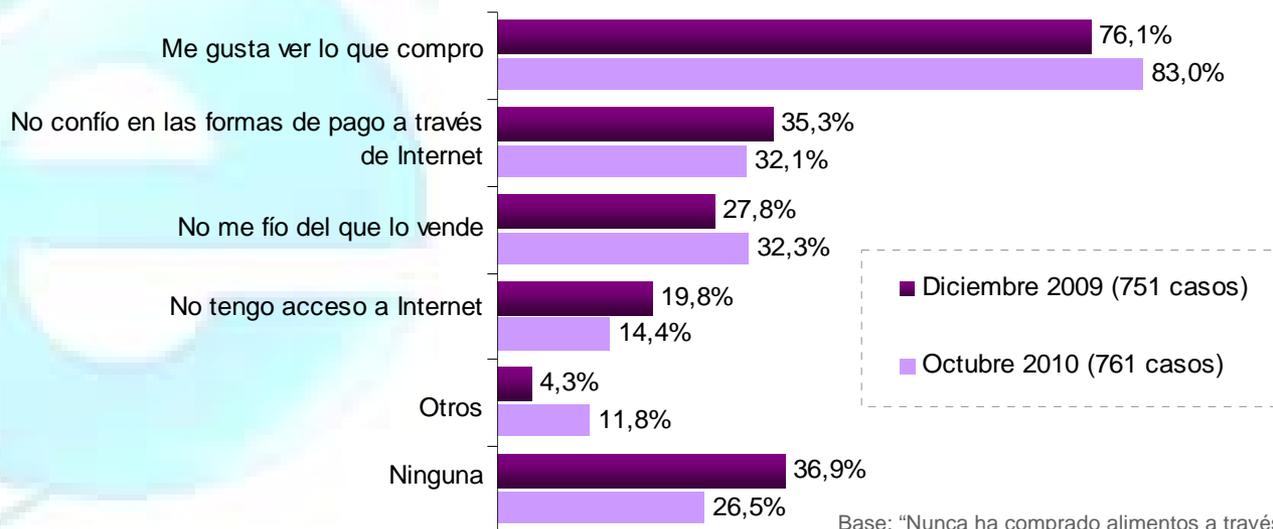
# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 2 - Confianza en los establecimientos alimentarios e internet

### Frenos en la compra de alimentos a través de internet

-Total -

Suma de 1ª y 2ª respuesta\*



Destacan tres tipos de barreras a la hora de comprar alimentos por internet: la barrera sensorial que sigue siendo la principal por la necesidad de “ver” el producto (se cita en un 83% de ocasiones); la desconfianza en el sistema, que sigue siendo el segundo freno, tanto en las formas de pago como en el vendedor y la falta de acceso a internet, barrera que va disminuyendo en cada encuesta. En una proporción bastante alta se reconoce no identificar ninguna razón en concreto.

*Entre los motivos que le voy a leer ¿Podría señalar los dos que más le influyen para no comprar alimentos por este sistema? Me gusta ver lo que compro, no confío en las formas de pago, no me fío del que lo vende, no tengo acceso a internet, otros, ninguna. Leer y elegir dos respuestas\**

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

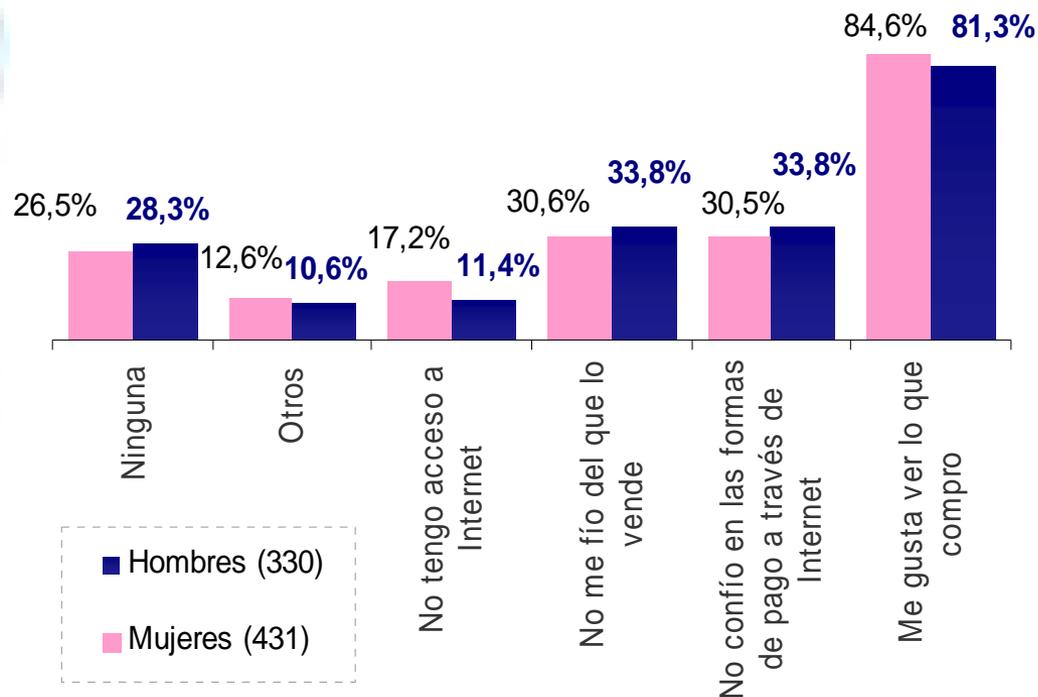
## 2 - Confianza en los establecimientos alimentarios e internet

### Frenos en la compra de alimentos a través de internet

-Según sexo -

Suma de 1ª y 2ª respuesta\*

El análisis por sexo revela pocas diferencias entre hombres y mujeres a la hora de comprar alimentos por internet. Se detecta una diferencia, no significativa, en la falta de acceso a internet por parte de las mujeres como barrera a la hora de utilizarlo como canal de compra.



Base: "Nunca ha comprado alimentos a través de Internet (761)

*Entre los motivos que le voy a leer ¿Podría señalar los dos que más le influyen para no comprar alimentos por este sistema? Me gusta ver lo que compro, no confío en las formas de pago, no me fío del que lo vende, no tengo acceso a internet, otros, ninguna. Leer y elegir dos respuestas\**

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

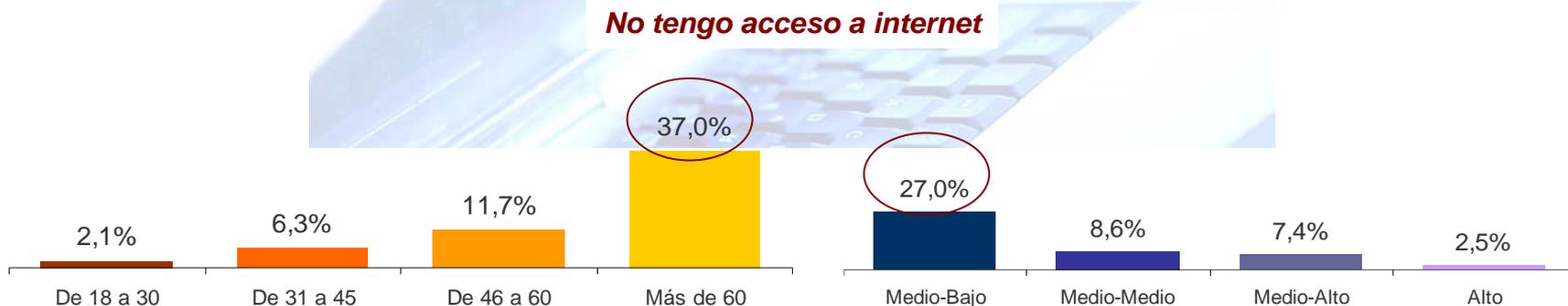
## 2 - Confianza en los establecimientos alimentarios e internet

### Frenos en la compra de alimentos a través de internet

- Según edad y estatus -

Suma de 1ª y 2ª respuesta\*

El análisis por edad y estatus socio económico revela diferencias significativas en el acceso a internet como barrera para comprar alimentos por este canal. En el caso de los mayores de 60 años se cita con mucha más frecuencia que en otros grupos de edad, y en el caso de las personas con un estatus más bajo también se cita con una diferencia importante. En ambos casos el porcentaje de los que indican no tener acceso a internet ha descendido respecto a la encuesta anterior



Base: "Nunca ha comprado alimentos a través de Internet (761)

*Entre los motivos que le voy a leer ¿Podría señalar los dos que más le influyen para no comprar alimentos por este sistema? Me gusta ver lo que compro, no confío en las formas de pago, no me fío del que lo vende, no tengo acceso a internet, otros, ninguna. Leer y elegir dos respuestas\**

### 3 - SEGURIDAD ALIMENTARIA

Los ciudadanos siguen mostrando mucha confianza en los alimentos que compran.

Todavía una proporción importante de los encuestados piensa que la Administración sólo inspecciona cuando surge un problema.



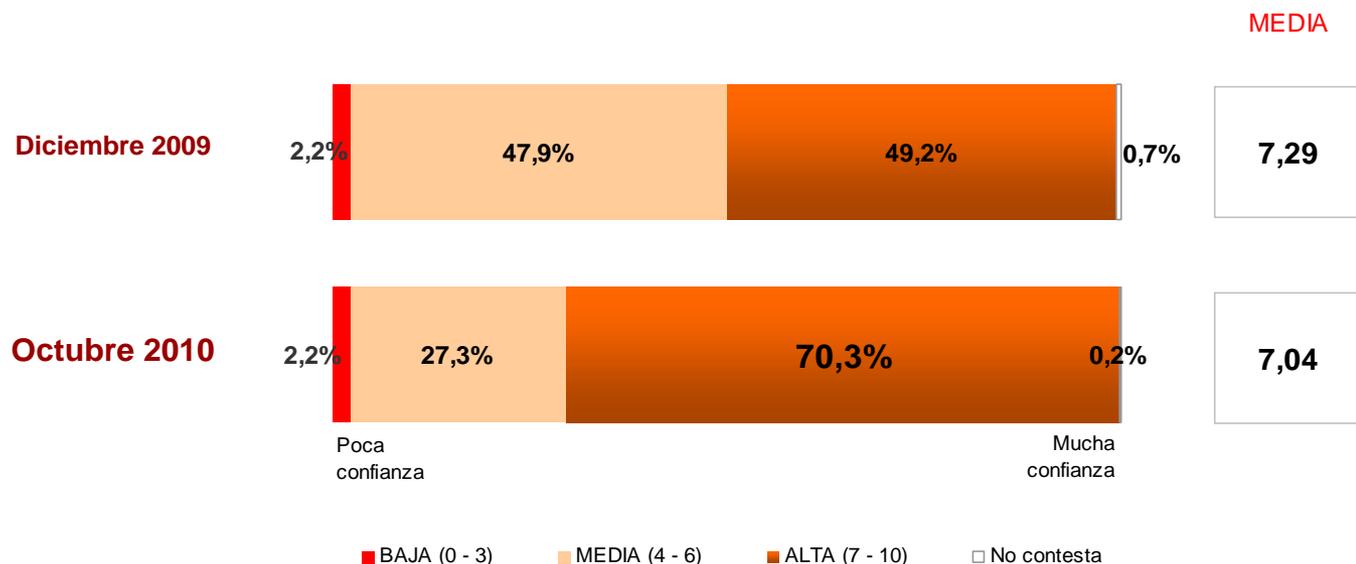
# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 3 - Seguridad Alimentaria

### Grado de confianza en la seguridad de los alimentos comprados

– Total –

El 70,3 % de los encuestados da una “Alta” valoración a la seguridad de los alimentos frente al 49,2 % de los que lo hacían en la encuesta anterior. La valoración media ha pasado del 7,29 al 7,04 sobre diez.



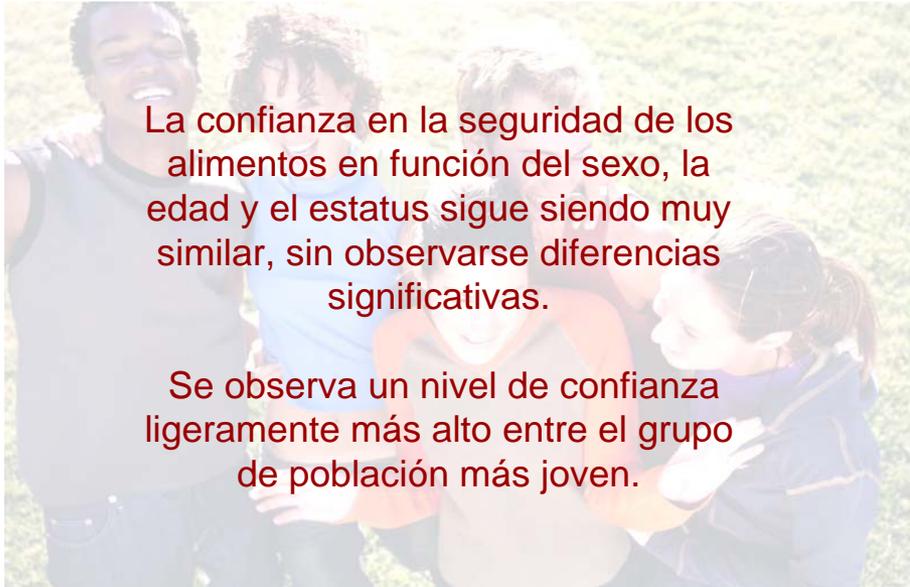
Base: Total muestra (850 casos)

*¿Podría decirme hasta qué punto tiene usted confianza en que los alimentos que compramos son seguros? Utilice una escala donde 0 es poca confianza y 10 mucha confianza*

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 3 - Seguridad Alimentaria

Grado de confianza en la seguridad de los alimentos comprados  
- Según sexo, edad y estatus -



PROMEDIO  
7,04

Base: Total muestra (850 casos)

*¿Podría decirme hasta qué punto tiene usted confianza en que los alimentos que compramos son seguros? Utilice una escala donde 0 es poca confianza y 10 mucha confianza*

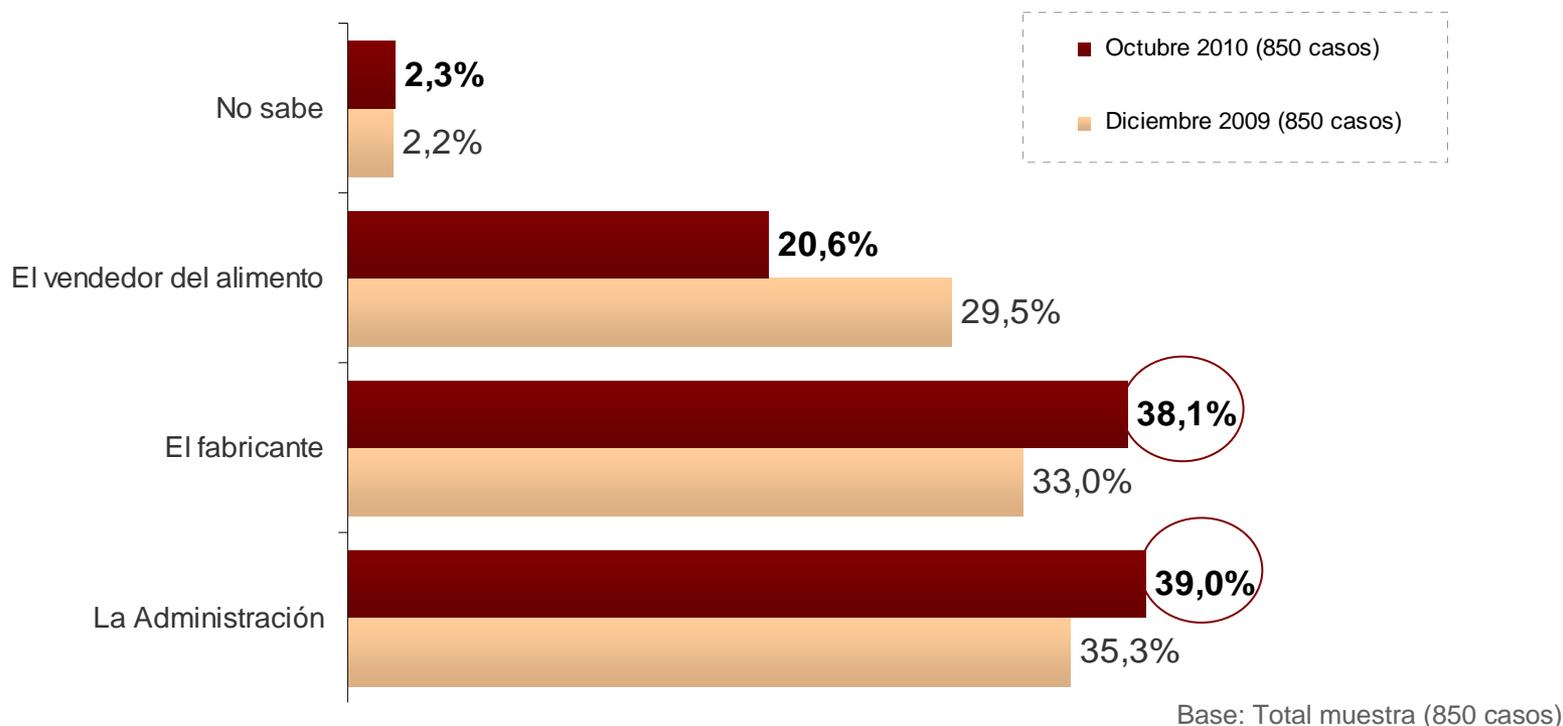
# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 3 - Seguridad Alimentaria

Agentes responsables de la seguridad de los alimentos puestos a la venta

– Total –

Los madrileños encuestados piensan que la Administración y el fabricante son los principales responsables de la seguridad de los alimentos, detectándose en esta ocasión un incremento en el nivel de responsabilidad atribuida a ambos y, por tanto, un protagonismo menor al vendedor del producto.



*¿Quién cree usted que tiene mayor responsabilidad de que los alimentos que se ponen a la venta sean seguros? El fabricante, la Administración, el vendedor del alimento, no sabe.*

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

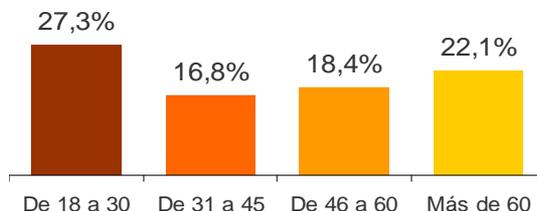
## 3 - Seguridad Alimentaria

Agentes responsables de la seguridad de los alimentos puestos a la venta

- Según edad y estatus -

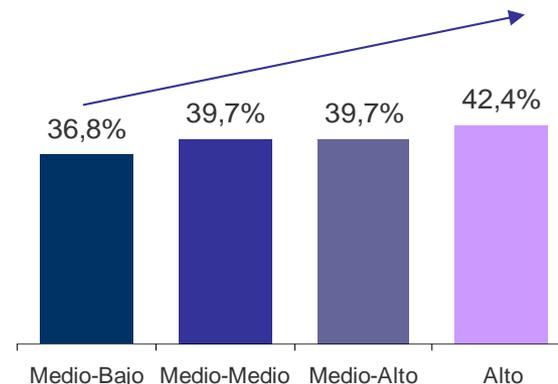
El análisis por cuotas de edad y estatus socioeconómico no arroja diferencias significativas en la atribución de responsabilidades respecto a la seguridad de los alimentos. Tan sólo se observa que los jóvenes madrileños atribuyen, en mayor proporción, más responsabilidad a los vendedores de los alimentos y que a medida que aumenta el nivel socioeconómico se atribuye algo más de responsabilidad a la Administración.

*El vendedor del alimento*



Base: Total muestra (850 casos)

*La Administración*

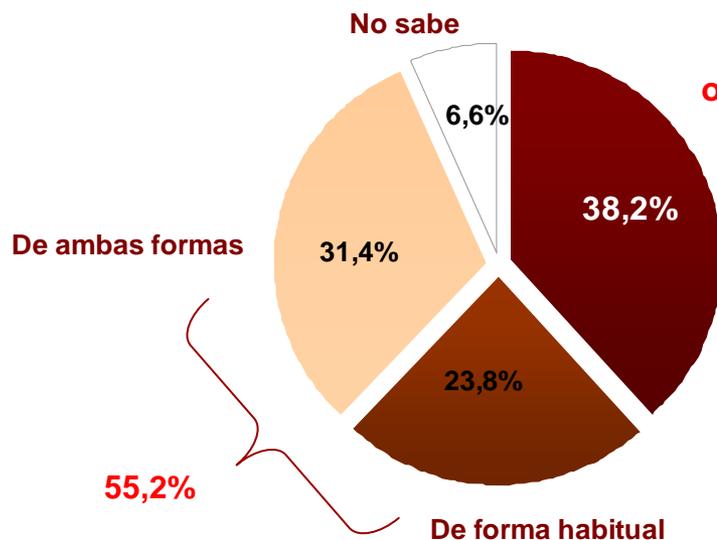


*¿Quién cree usted que tiene mayor responsabilidad de que los alimentos que se ponen a la venta sean seguros? El fabricante, la Administración, el vendedor del alimento, no sabe.*

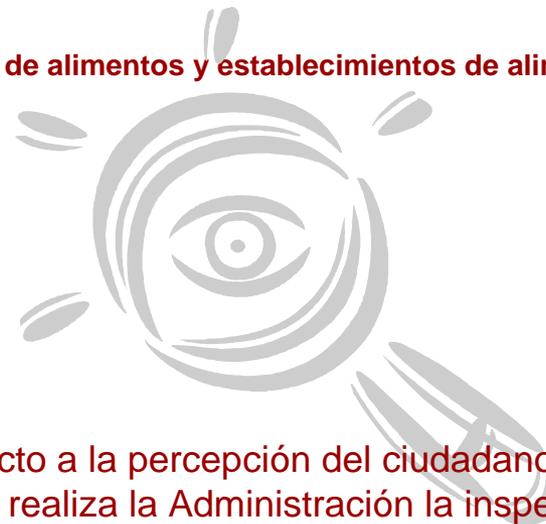
# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 3 - Seguridad Alimentaria

Modo de actuación de la Administración ante la inspección sanitaria de alimentos y establecimientos de alimentación  
- Total -



De manera  
ocasional ante un  
problema



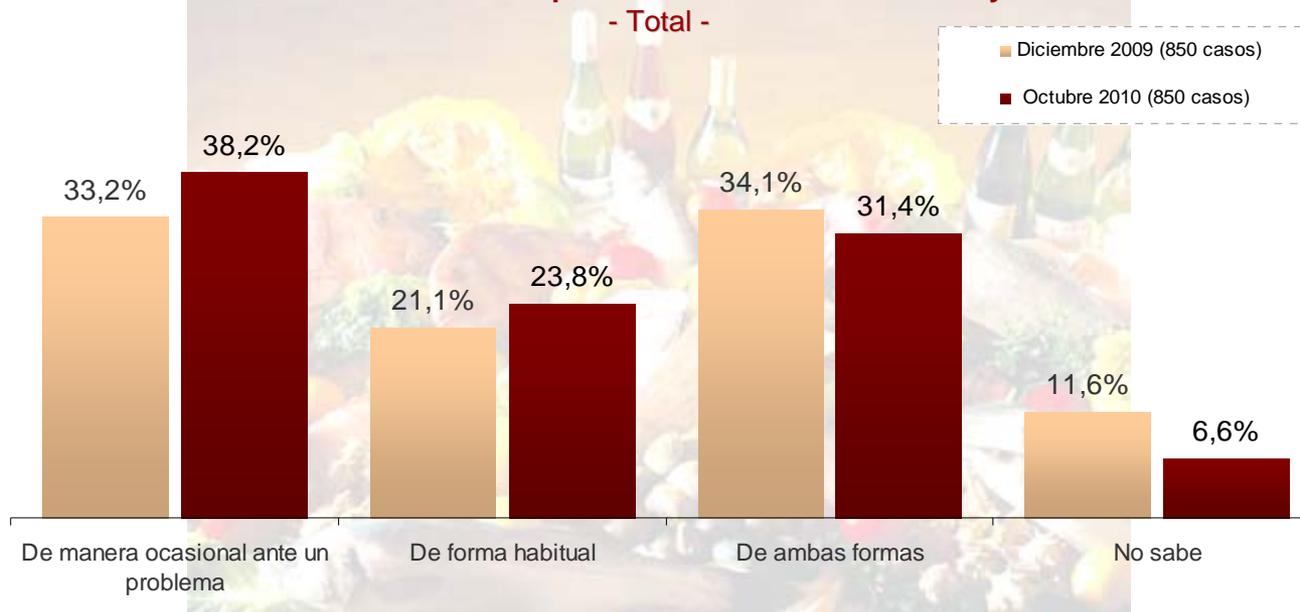
Respecto a la percepción del ciudadano sobre cómo realiza la Administración la inspección sanitaria de alimentos y establecimientos alimentarios, algo más de la mitad (55,2%) sabe que la Administración inspecciona permanentemente. Sin embargo, todavía un 38,2% cree que sólo se inspecciona de manera ocasional cuando surge un problema.

*¿Cómo cree que realiza la Administración la inspección sanitaria de alimentos y establecimientos alimentarios? De manera ocasional ante un problema, de forma habitual, de ambas formas, no sabe (Leer todas las opciones y elegir una)*

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 3 - Seguridad Alimentaria

Modo de actuación de la Administración ante la inspección sanitaria de alimentos y establecimientos de alimentación



Una proporción considerable de consumidores, superior a la de la encuesta anterior, sigue pensando que la Administración sólo realiza inspecciones de manera ocasional cuando surgen problemas. Va disminuyendo el porcentaje de los que no saben que contestar.

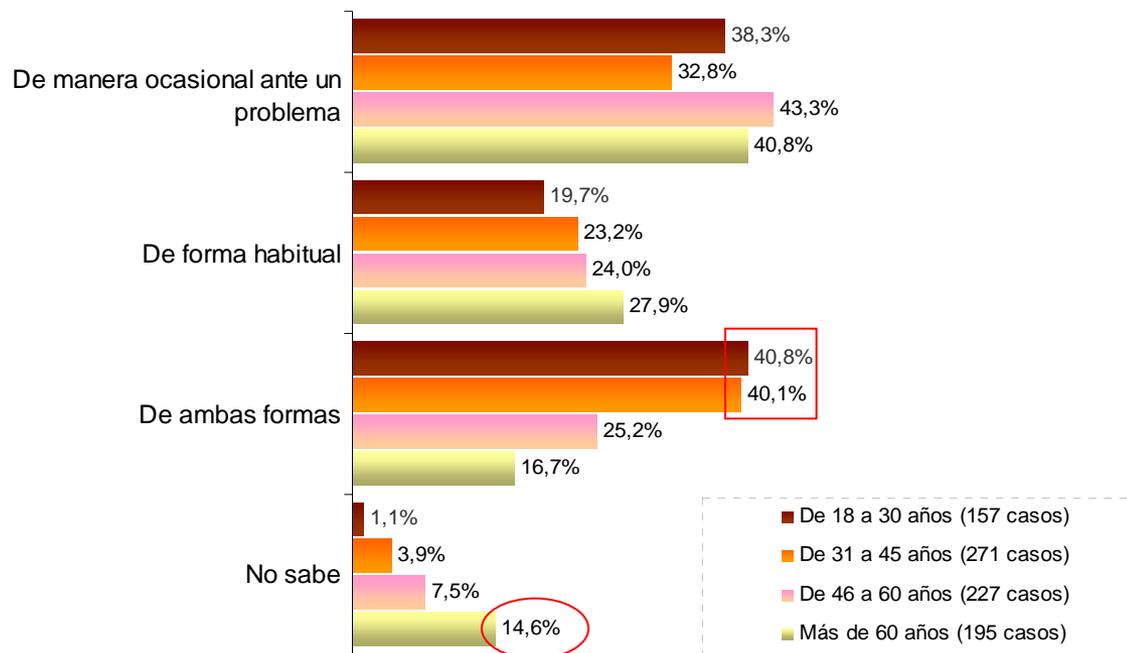
*¿Cómo cree que realiza la Administración la inspección sanitaria de alimentos y establecimientos alimentarios? De manera ocasional ante un problema, de forma habitual, de ambas formas, no sabe (Leer todas las opciones y elegir una)*

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 3 - Seguridad Alimentaria

### Modo de actuación de la Administración ante la inspección sanitaria de alimentos y establecimientos alimentarios

- Según edad -



Base: Total muestra (850 casos)

El análisis según la edad del encuestado revela que los de menos edad (de 18 a 30 años y de 31 a 45 años) son los que mejor conocen como se realizan los controles oficiales. Contestaron mayoritariamente que “De ambas formas”, es decir, de forma habitual e intensificándolos siempre que además haya necesidad ante un problema concreto. Esta diferencia es significativa.

También es significativo el nivel de desconocimiento entre los mayores de 60 años.

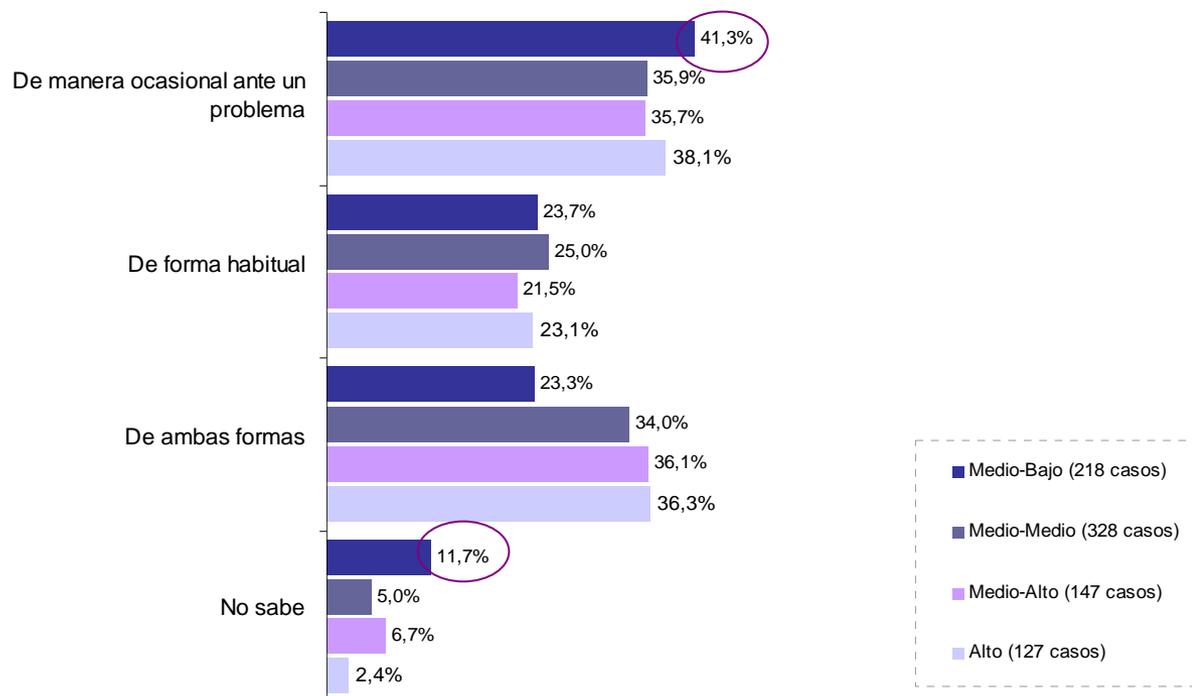
*¿Cómo cree que realiza la Administración la inspección sanitaria de alimentos y establecimientos alimentarios? De manera ocasional ante un problema, de forma habitual, de ambas formas, no sabe (Leer todas las opciones y elegir una)*

## BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

### Modo de actuación de la Administración ante la inspección sanitaria de alimentos y establecimientos alimentarios

- Según estatus -

Entre los madrileños de estatus social medio-bajo se observa significativamente un mayor grado de desconocimiento explícito sobre cómo se hacen los controles (“No sabe”) y es también dónde existe una mayor percepción de que la Administración sólo hace inspecciones de forma ocasional

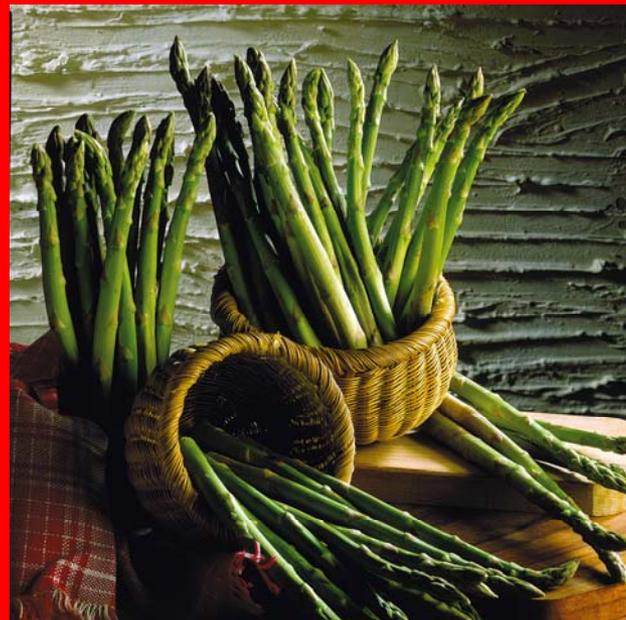


*¿Cómo cree que realiza la Administración la inspección sanitaria de alimentos y establecimientos alimentarios? De manera ocasional ante un problema, de forma habitual, de ambas formas, no sabe (Leer todas las opciones y elegir una)*

### 4 - CALIDAD ALIMENTARIA

Los madrileños consideran bastante útil la información de las etiquetas en los alimentos, especialmente la lista de ingredientes.

Siguen percibiendo la publicidad y etiquetado engañosos como el fraude alimentario más probable, siendo muy escépticos respecto a las indicaciones sobre efectos beneficiosos para la salud.



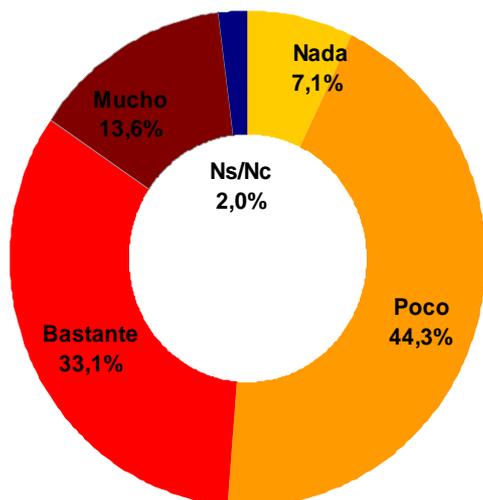
# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 4 - Calidad Alimentaria

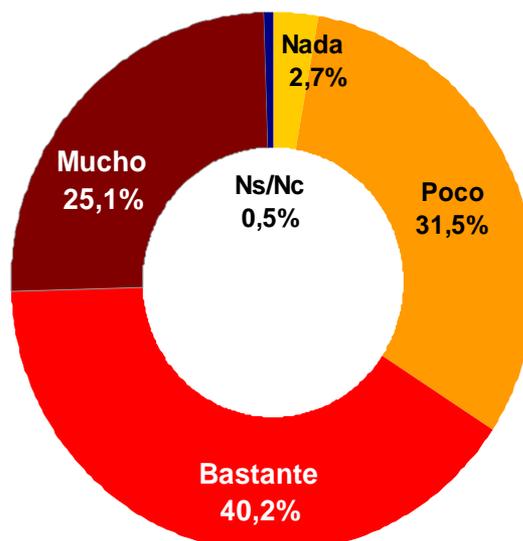
### Frecuencia de engaños o fraudes alimentarios - Total -

Entre los posibles fraudes alimentarios por los que hemos preguntado, el que sigue preocupando más al consumidor es la publicidad y etiquetado engañosos, con un 65,3% de respuesta entre “Mucho” y “Bastante”. El peso o contenido menor del señalado en el envase (46,6%) y la sustitución de un producto por otro de menor calidad (32,9%) preocupan bastante menos.

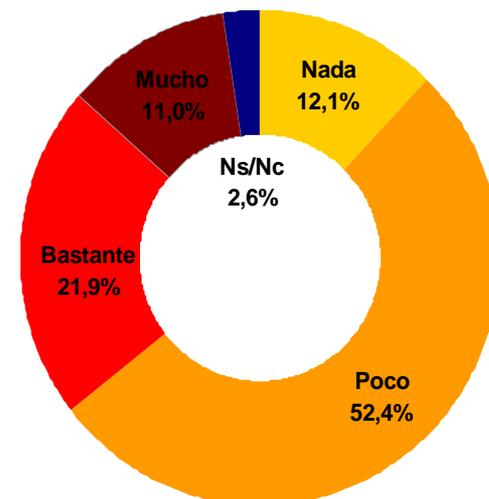
*Peso o contenido menor del señalado en el envase*



*Publicidad y etiquetado engañosos*



*Sustitución de un producto por otro de menor calidad*



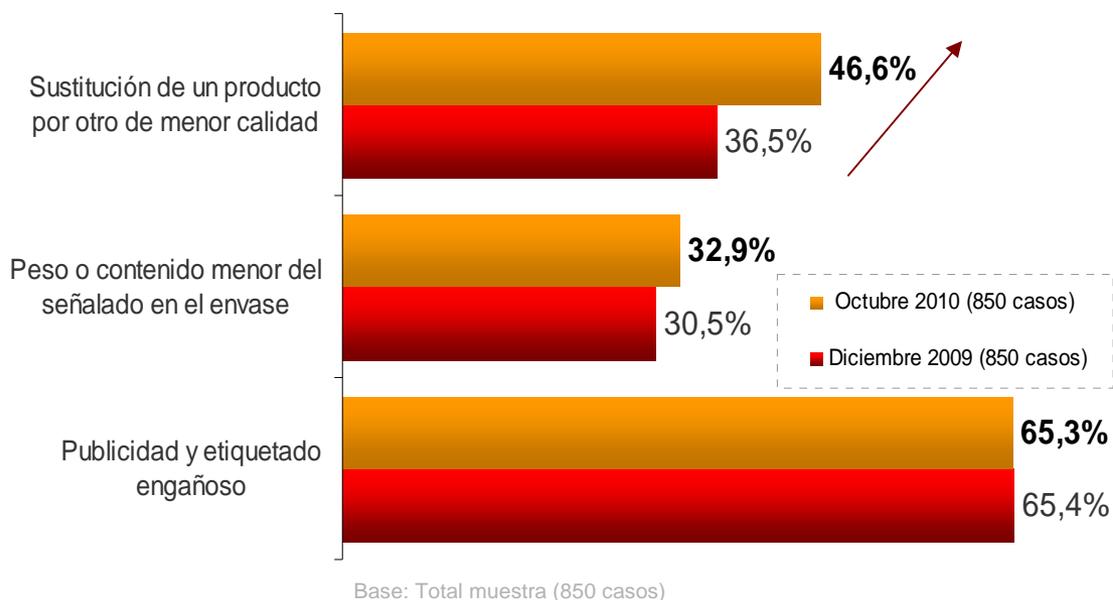
Base: Total muestra (850 casos)

*¿Con qué frecuencia cree que pueden darse los siguientes aspectos relacionados con el fraude o engaño en los alimentos? (Mucho, Bastante, Poco o Nada): Publicidad y etiquetado engañosos, peso o contenido menor del señalado en el envase y sustitución de un producto por otro de menor calidad.*

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 4 - Calidad Alimentaria

### Frecuencia de engaños o fraudes alimentarios - Total -



Respecto a la encuesta anterior, y aunque la publicidad y etiquetado engañosos sigue siendo el fraude que más preocupa, se detecta que ha aumentado la preocupación por sustituir un producto por otro de peor calidad.

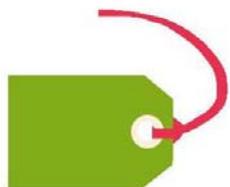
*¿Con qué frecuencia cree que pueden darse los siguientes aspectos relacionados con el fraude o engaño en los alimentos? (Mucho, Bastante, Poco o Nada): Publicidad y etiquetado engañosos, peso o contenido menor del señalado en el envase y sustitución de un producto por otro de menor calidad.*

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 4 - Calidad Alimentaria

Grado de utilidad de las etiquetas informativas en la compra de alimentos

- Total -



MEDIA

Diciembre 2009



6,89

Octubre 2010



6,79

No me ayuda nada

Es fundamental

Base: Total muestra (850 casos)

■ BAJA (0 - 3)

■ MEDIA (4 - 6)

■ ALTA (7 - 10)

□ No contesta

El consumidor considera útiles las etiquetas informativas a la hora de comprar alimentos. La puntuación media de 0 a 10 se mantiene prácticamente igual (ha bajado en una décima) pero el porcentaje de los que las consideran muy importantes para la decisión de compra ha subido del 42,1% al 62,6%.

*¿En qué medida le sirve la información de las etiquetas a la hora de comprar alimentos?  
Para ello utilice una escala de 0 a 10, donde 0 es no me ayuda nada y 10 es fundamental.*

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 4 - Calidad Alimentaria

Grado de utilidad de las etiquetas informativas en la compra de alimentos  
- Según sexo y edad -

El análisis por cuotas de sexo, edad y estatus socioeconómico no revela diferencias significativas entre grupos a la hora de valorar la utilidad de las etiquetas de los alimentos, salvo entre los mayores de 60 años para los que la valoración media es la más baja.



¿En qué medida le sirve la información de las etiquetas a la hora de comprar alimentos?  
Para ello utilice una escala de 0 a 10, donde 0 es no me ayuda nada y 10 es fundamental.

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 4 - Calidad Alimentaria

Interés del consumidor por determinados aspectos del etiquetado  
- Total -

De los tres aspectos de las etiquetas de los alimentos por los que hemos preguntado, los madrileños se siguen fijando principalmente en la lista de ingredientes (el 66,4% se fija “Mucho” o “Bastante”) frente al 48% que se fija “Mucho” o “Bastante” en las expresiones relacionadas con la salud. Para este último aspecto se registra casi un 20% de personas que contestan “No sabe”, es decir, no identifican estas menciones de la etiqueta.

Ingredientes: Leche desnatada, suero de leche concentrado, zumo de fresa a base de concentrado (5%), fructosa, caseína hidrolisada e proteína de leche (0,6%), aromas, almidón modificado de maíz, colorante: E-163, espesante: E-410, edulcorantes: aspartamo\* y acesulfamo K, fermentos lácticos (bifidobacterias y lactobacillus acidophilus)

Lista de ingredientes

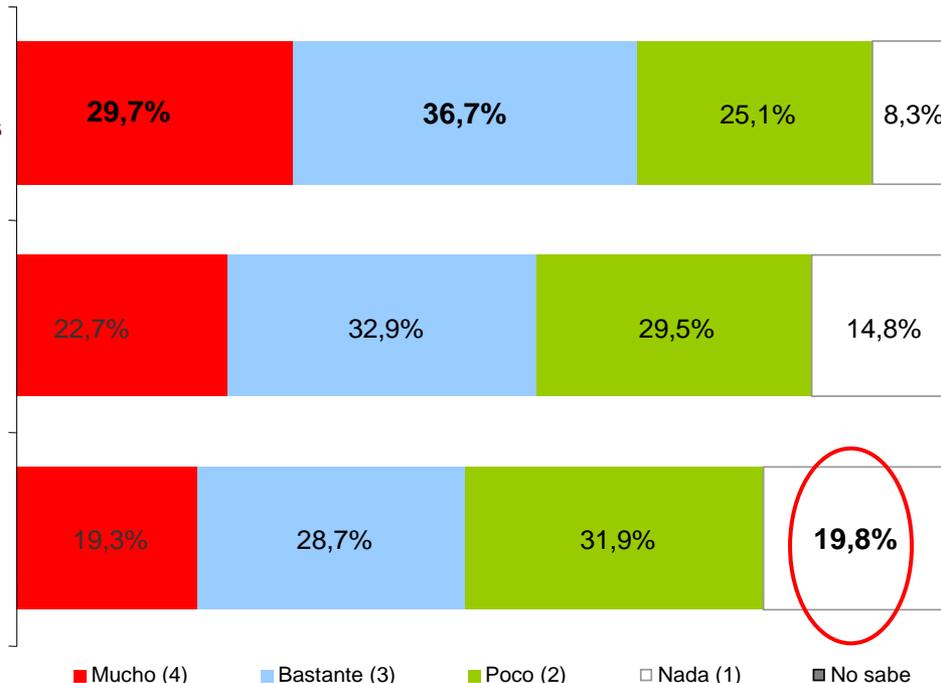
La información  
nutricional

Las expresiones  
relacionadas con la  
salud

INFORMACIÓN NUTRICIONAL / NUTRITION INFORMATION (100 g)	
Valor energético/Energetic value	369 kcal / 1552 kJ
Proteínas/Proteins	10 g
Hidratos de carbono/Total carbohydrates de los cuales/of:	68 g
azúcares/sugars**	2,5 g
polialcoholes/polyalcohols	18 g
Grasas/Total fat de las cuales/of:	9,5 g
saturadas/saturated	2 g
Moninsaturadas/Monounsaturated	5,5 g
Polinsaturadas/Polinsaturated	2 g
Fibra alimentaria/Dietary fiber	6,6 g
Sodio/Sodium	0,15 g
** Sacarosa/saccharose: 0,5g Lactosa/lactose: 2 g	

Ayuda a controlar la  
tensión arterial

Base: Total muestra (850 casos)

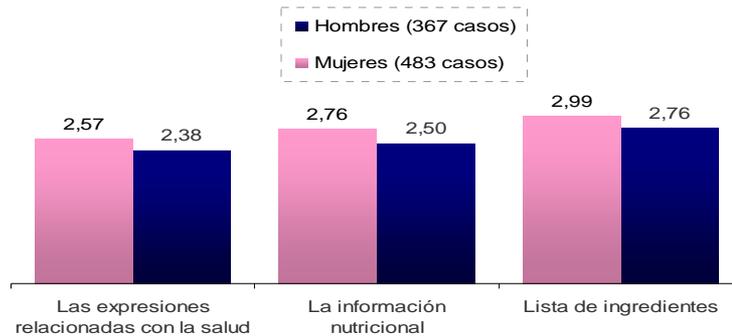


Por favor, indique en qué grado se fija en los siguientes apartados del etiquetado de los productos alimenticios a la hora de hacer la compra. Entrevistador: leer todos (Mucho, Bastante, Poco o Nada) y elegir uno: Lista de ingredientes, información nutricional, expresiones relacionadas con la salud.

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 4 - Calidad Alimentaria

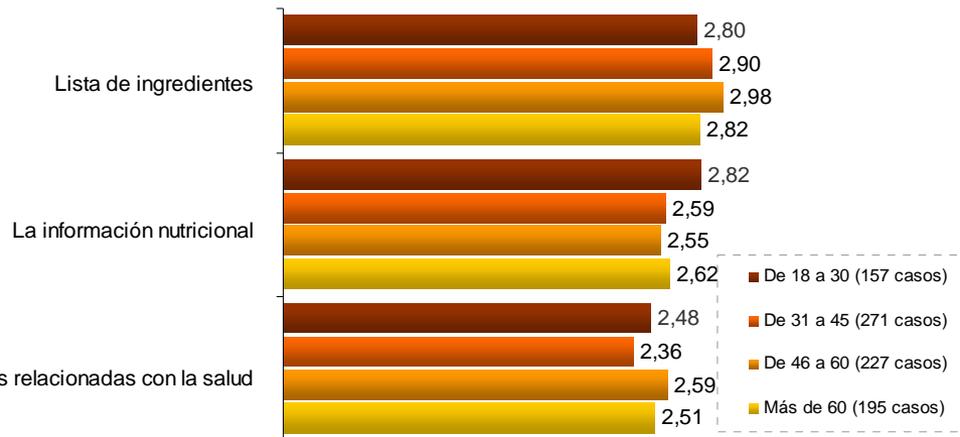
**Interés del consumidor por determinados aspectos del etiquetado**  
- Según sexo y edad -



La valoración media es ligeramente superior entre las mujeres, aunque no significativamente. En la “Información nutricional” se observan diferencias significativas entre las que se fijan “Mucho” respecto a los hombres así como en “Las expresiones relacionadas con la salud” pues son menos las que se fijan “Poco”.

Por edades también se observan pocas diferencias en la valoración media respecto a si se fijan más o menos en los distintos apartados.

El grado de interés se ha valorado una escala donde 1 es “Nada”, 2 “Poco”, 3 “Bastante” y 4 “Mucho”.



Base: Total muestra (850 casos)

*Por favor, indique en qué grado se fija en los siguientes apartados del etiquetado de los productos alimenticios a la hora de hacer la compra. Entrevistador: leer todos (Mucho, Bastante, Poco o Nada) y elegir uno: Lista de ingredientes, información nutricional, expresiones relacionadas con la salud.*

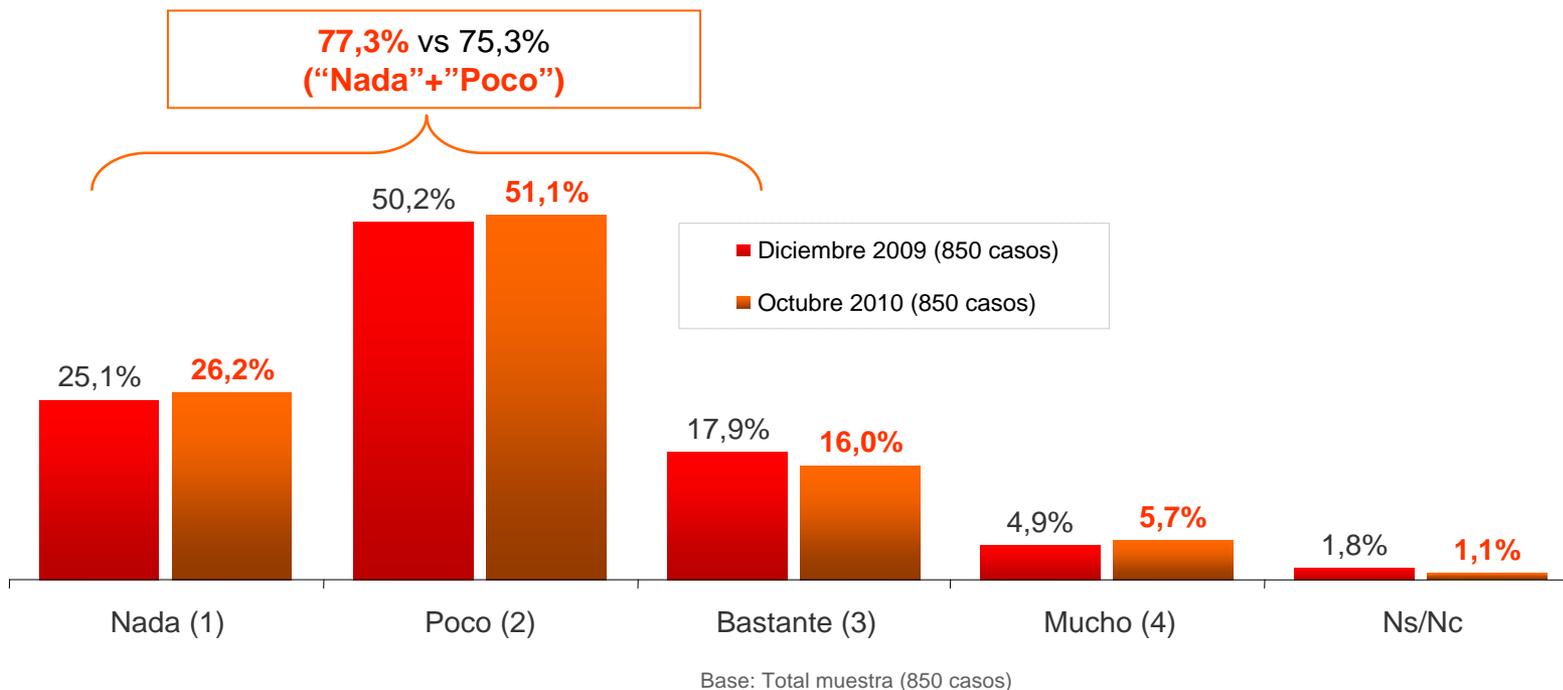
# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 4 - Calidad Alimentaria

### Creencia en los beneficios saludables

- Total -

Los beneficios para la salud ofertados a través del etiquetado de muchos alimentos, tales como la ayuda para reducir el colesterol o para mejorar las defensas, son objeto de bastante escepticismo entre la población, que va incrementándose poco a poco en cada encuesta. En esta ocasión la desconfianza alcanza el 77,3%.



¿En qué medida cree usted en los beneficios para la salud que se publicitan hoy en día en muchos de los alimentos, como por ejemplo "ayuda a reducir el colesterol", "ayuda a mejorar tus defensas", etc.? (1) Nada, (2) Poco, (3) Bastante, (4) Mucho.

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 4 - Calidad Alimentaria

### Creencia en los beneficios saludables que se publicitan actualmente

- Según sexo, edad y estatus -



Base: Total muestra (850 casos)

PROMEDIO  
2,01

El análisis por cuotas de sexo, edad y estatus no revela diferencias importantes en la credibilidad que ofrecen los mensajes sobre beneficios para la salud en los alimentos, salvo en el grupo de mayores de 60 años donde un 38% manifestó no creer “Nada”, proporción significativamente mayor que para los otros grupos de edad.

La valoración media en este grupo fue de 1,82 en una escala entre 1 y 4.

*¿En qué medida cree usted en los beneficios para la salud que se publicitan hoy en día en muchos de los alimentos, como por ejemplo “ayuda a reducir el colesterol”, “ayuda a mejorar tus defensas”, etc.? (1) Nada, (2) Poco, (3) Bastante, (4) Mucho.*

### 5 - INFORMACIÓN EN ALIMENTACIÓN

Los consumidores valoran principalmente la información sobre alimentación que procede de médicos y otros profesionales sanitarios y saben dónde acudir para denunciar un problema relacionado con alimentos en mal estado o con un fraude alimentario.

La mayoría muestra interés por conocer cómo se inspeccionan los alimentos.

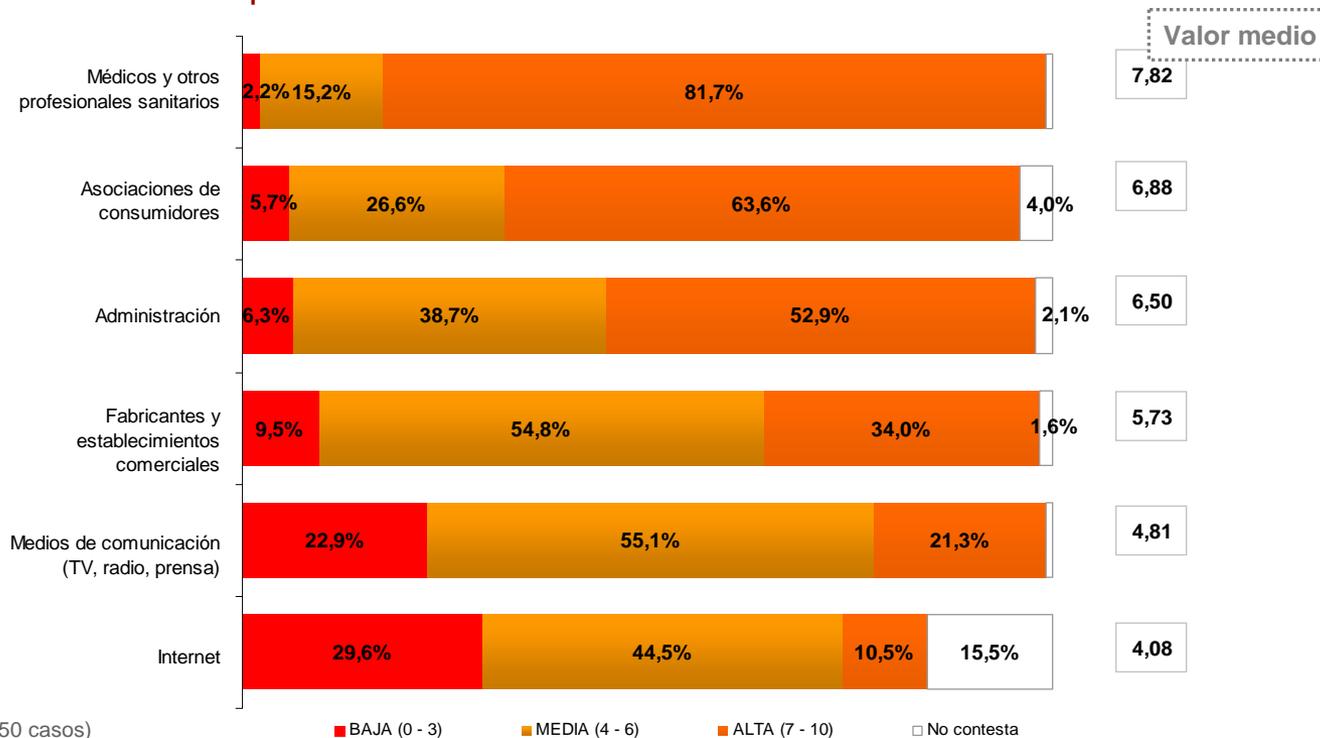


# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 5 - Información en Alimentación

### Credibilidad de los agentes de información alimentaria - Total -

El nivel de credibilidad que transmiten las distintas fuentes de información en materia de alimentación sigue mostrando el mismo patrón que en anteriores encuestas; los médicos y otros profesionales sanitarios siguen siendo los más creíbles mientras que los medios de comunicación e internet ofrecen bastante desconfianza.

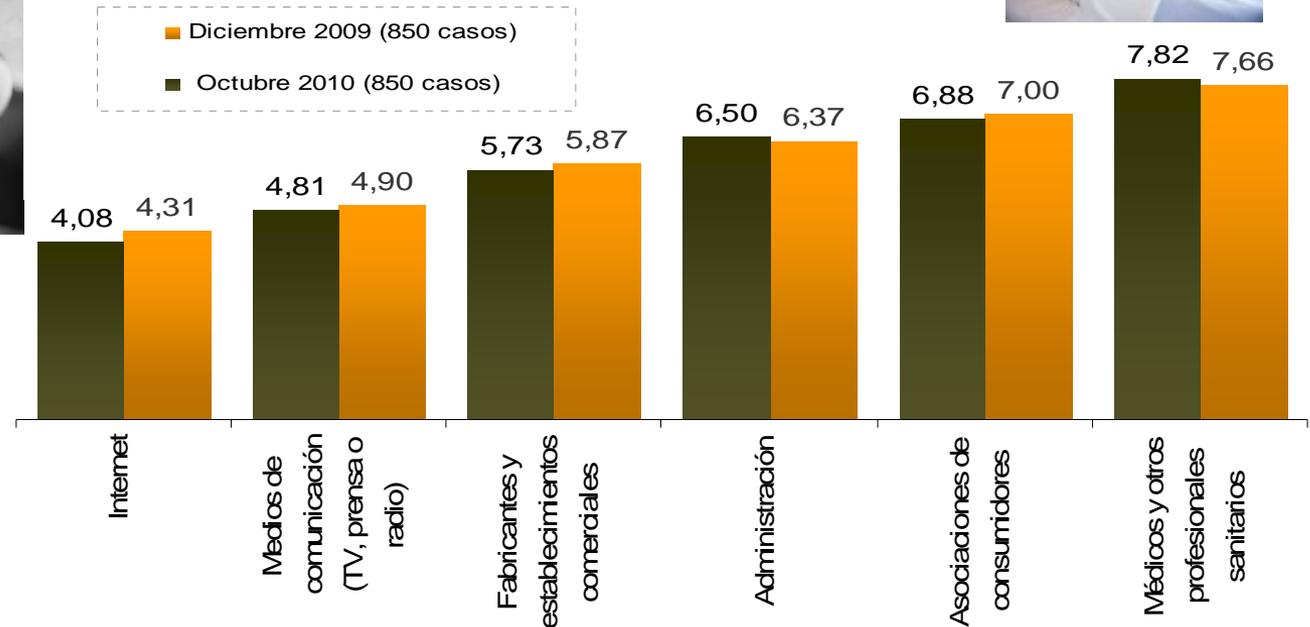


*¿En qué medida le resulta creíble la información sobre alimentación que proviene de...?  
Médicos y otros profesionales sanitarios, asociaciones de consumidores, Administración, fabricantes y establecimientos, medios de comunicación e internet. 0 indica mínima credibilidad y 10 máxima credibilidad.*

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 5 - Información en Alimentación

### Credibilidad de los agentes de información alimentaria



Base: Total muestra (850 casos)

Escala: 0 'Mínima' – 10 'Máxima'

La monitorización de la credibilidad que ofrecen las distintas fuentes de información arroja muy pocas variaciones entre las sucesivas encuestas realizadas. El consumidor tiene claro en quién confiar cuando se lanzan mensajes sobre alimentación.

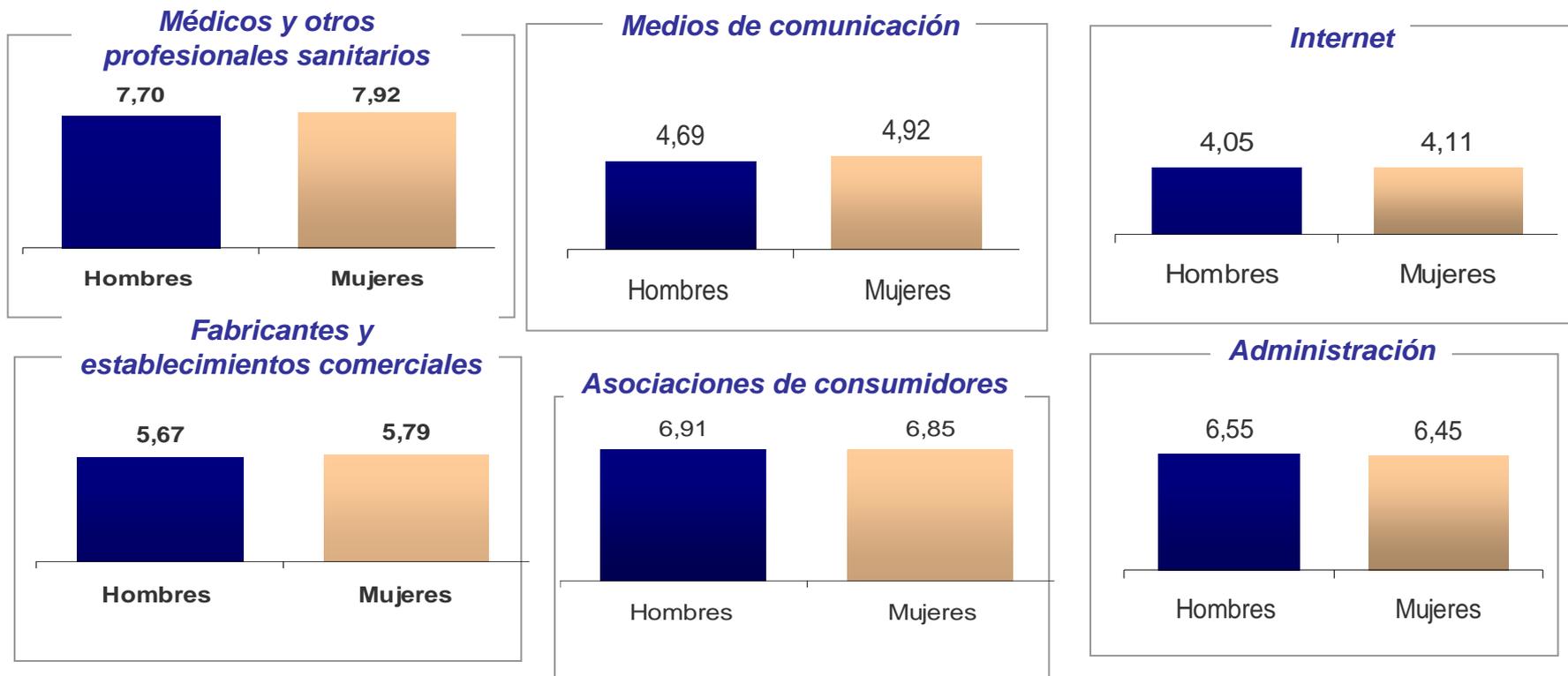
*¿En qué medida le resulta creíble la información sobre alimentación que proviene de...? Médicos y otros profesionales sanitarios, asociaciones de consumidores, Administración, fabricantes y establecimientos, medios de comunicación e internet. 0 indica mínima credibilidad y 10 máxima credibilidad.*

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 5 - Información en Alimentación

### Credibilidad de los agentes de información alimentaria - Según sexo -

En general, las mujeres confían algo más en las fuentes de información alimentaria que los hombres, excepto en las Asociaciones de consumidores y en la Administración, aunque no son diferencias significativas.



¿En qué medida le resulta creíble la información sobre alimentación que proviene de...?  
Médicos y otros profesionales sanitarios, asociaciones de consumidores, Administración, fabricantes y establecimientos, medios de comunicación e internet. 0 indica mínima credibilidad y 10 máxima credibilidad.

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

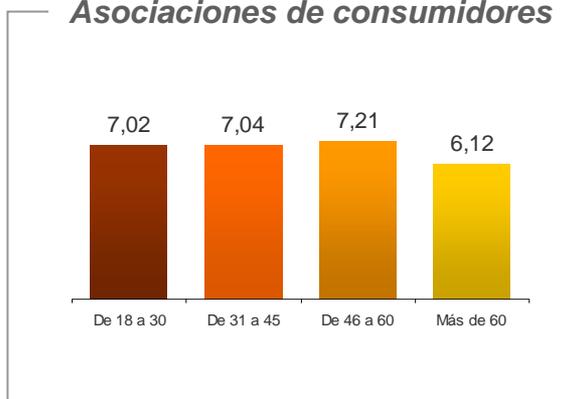
## 5 - Información en Alimentación

### Credibilidad de los agentes de información alimentaria - Según edad -

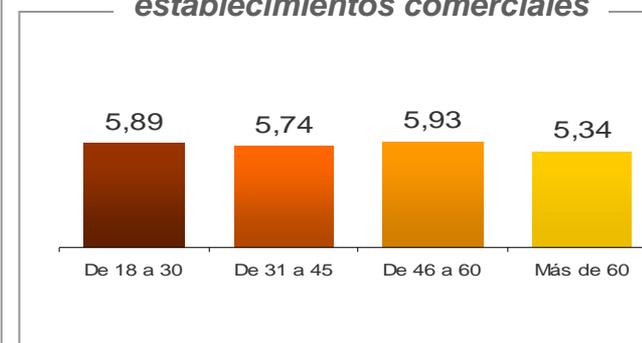
*Médicos y otros  
profesionales sanitarios*



*Asociaciones de consumidores*



*Fabricantes y  
establecimientos comerciales*



Base: Total muestra (850 casos)

Base: Total muestra: de 18 a 30 años (157 casos); de 31 a 45 años (271 casos); de 46 a 60 años (227 casos); más de 60 años (195 casos)

La diferencia de edad no supone diferencias significativas en el nivel de credibilidad que inspiran los médicos u otros profesionales sanitarios, las asociaciones de consumidores ni los fabricantes y establecimientos comerciales.

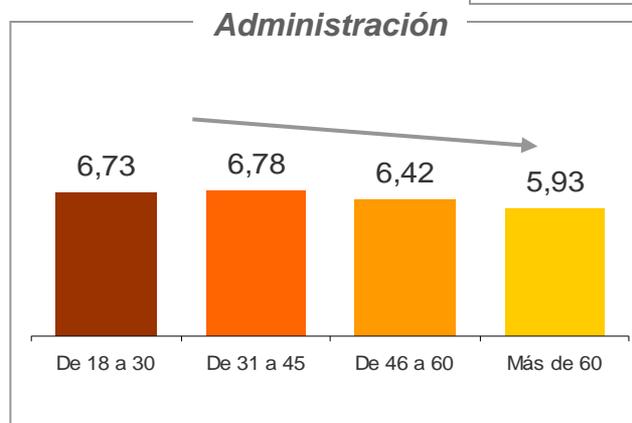
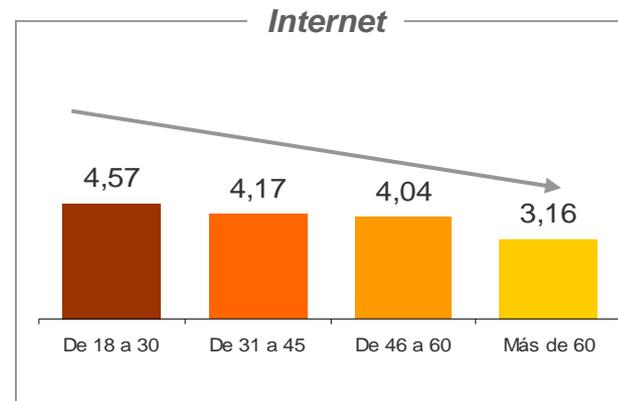
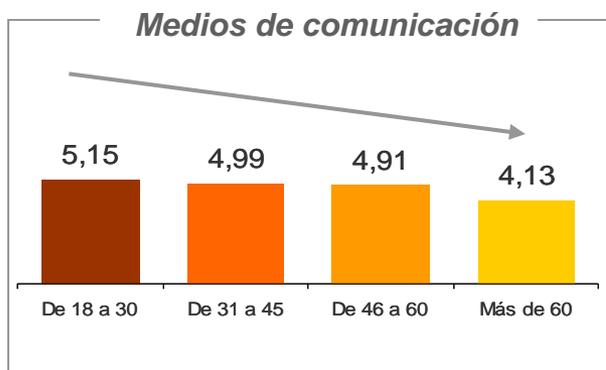
*¿En qué medida le resulta creíble la información sobre alimentación que proviene de...?  
Médicos y otros profesionales sanitarios, asociaciones de consumidores, Administración, fabricantes  
y establecimientos, medios de comunicación e internet. 0 indica mínima credibilidad y 10 máxima credibilidad.*

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 5 - Información en Alimentación

### Credibilidad de los agentes de información alimentaria

- Según edad -



Sí se observan diferencias entre los distintos grupos de edad cuando las fuentes son los medios de comunicación, internet y la Administración, en cuyo caso se detecta una menor credibilidad a medida que aumenta la edad del encuestado.

Base: Total muestra: de 18 a 30 años (157 casos); de 31 a 45 años (271 casos); de 46 a 60 años (227 casos); más de 60 años (195 casos)

*¿En qué medida le resulta creíble la información sobre alimentación que proviene de...?  
Médicos y otros profesionales sanitarios, asociaciones de consumidores, Administración, fabricantes  
y establecimientos, medios de comunicación e internet. 0 indica mínima credibilidad y 10 máxima credibilidad.*

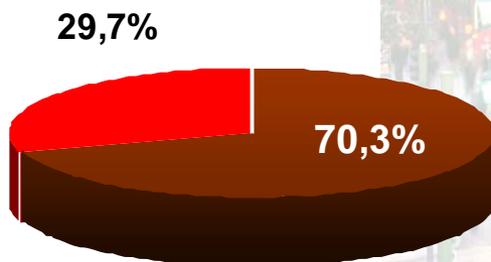
# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 5.-Información en Alimentación

### Conocimiento de entidades/organizaciones donde tramitar una denuncia sobre alimentos

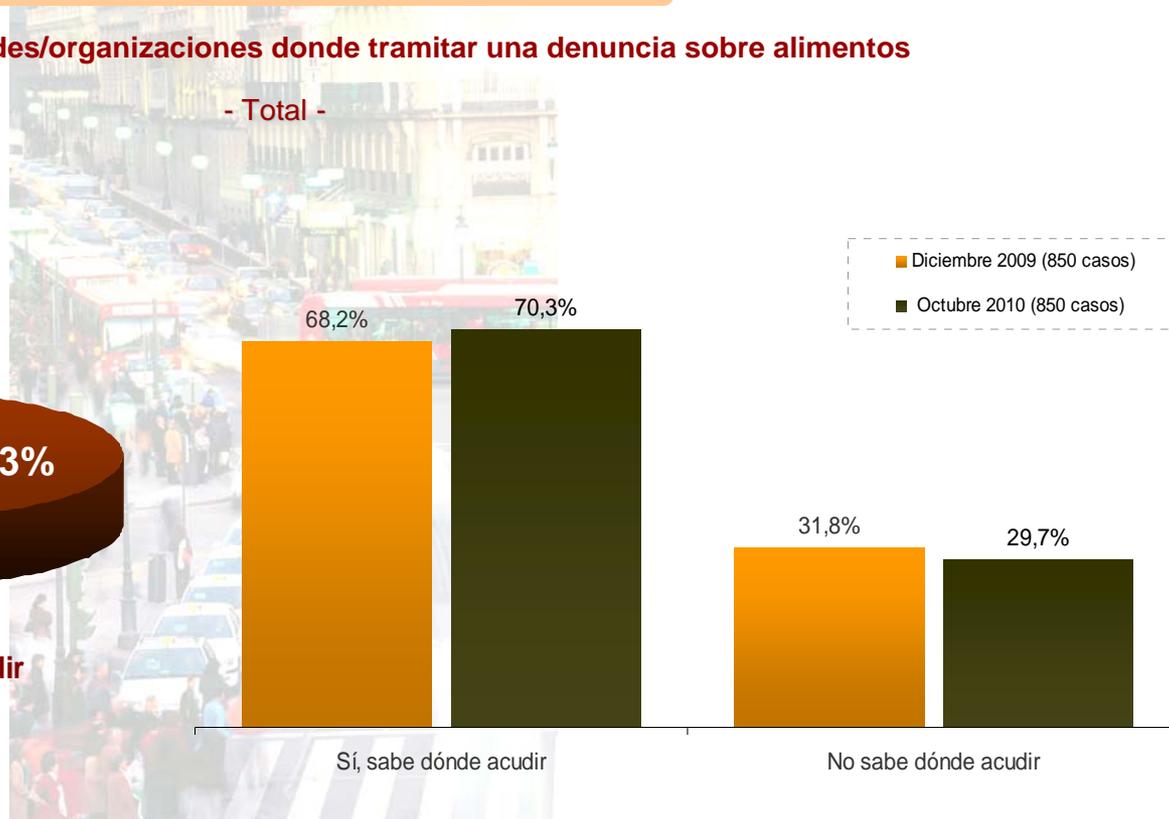
- Total -

No sabe dónde acudir



Sí, sabe dónde acudir

Base: Total muestra (850 casos)



Siete de cada diez madrileños consultados saben dónde acudir a la hora de poner una denuncia sobre un alimento en mal estado o sobre un posible fraude alimentario. El nivel de conocimiento ha subido ligeramente respecto a la última consulta.

*¿Sabe dónde acudir si quiere poner una denuncia sobre un alimento en mal estado o un posible fraude?*

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 5 - Información en Alimentación

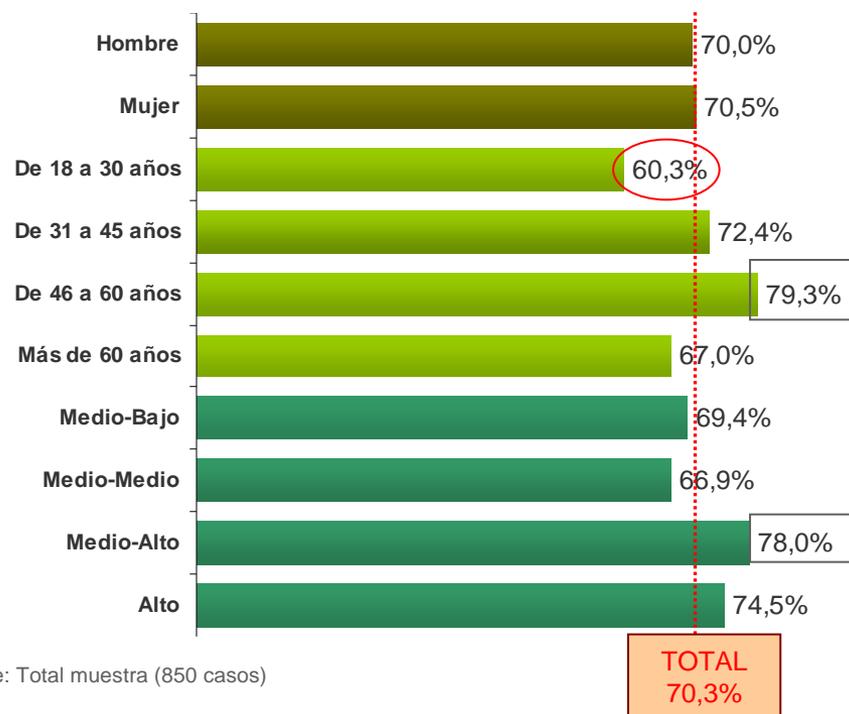
### Conocimiento de entidades/organizaciones donde tramitar una denuncia sobre alimentos

- Según sexo, edad y estatus -

- % Sí -

El análisis por cuotas indica que los colectivos que mejor conocen dónde poner una queja o una denuncia sobre alimentación son los madrileños de 46 a 60 años y los de perfil socioeconómico medio-alto.

Los más jóvenes siguen son los que menos saben dónde deberían acudir, aunque la proporción de los que sí lo saben ha subido respecto a la última encuesta (del 53% al 60,3%).

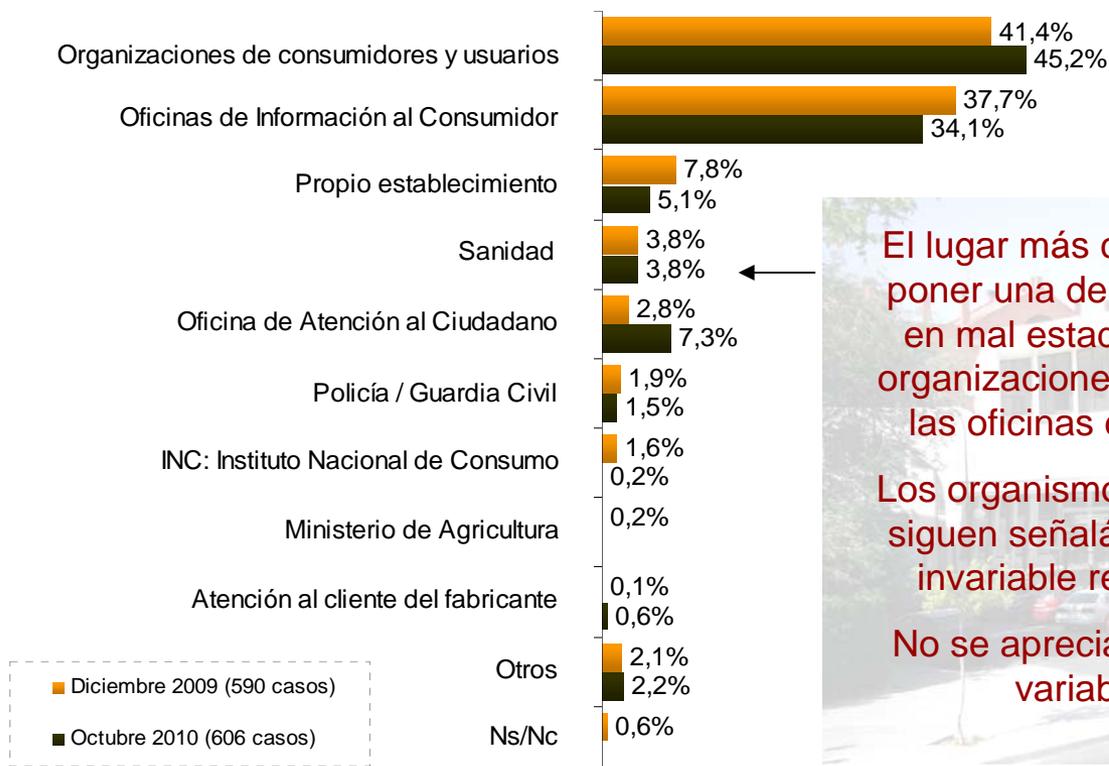


*¿Sabe dónde acudir si quiere poner una denuncia sobre un alimento en mal estado o un posible fraude?*

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 5 - Información en Alimentación

### Entidades y organizaciones elegidas para tramitar una denuncia sobre alimentos - Total -



El lugar más citado por los encuestados para poner una denuncia o queja sobre alimentos en mal estado o fraude alimentario son las organizaciones de consumidores y usuarios y las oficinas de información al consumidor.

Los organismos de la administración sanitaria siguen señalándose en una baja proporción, invariable respecto a la última encuesta .

No se aprecian diferencias atendiendo a las variables socio demográficas

Base: "Sabe donde acudir si quiere poner denuncia sobre alimentación" (606 casos)

¿Y dónde acudiría?

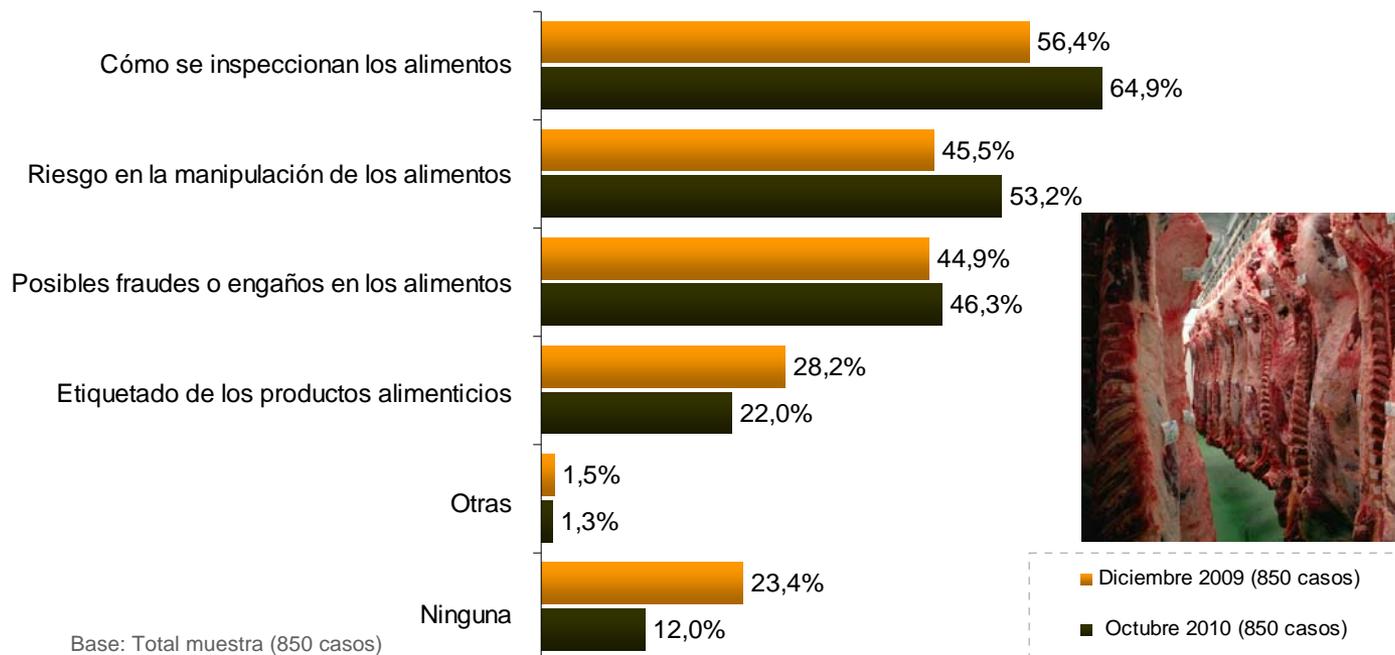
# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 5 - Información en Alimentación

### Necesidades de información en alimentación - Total -

Suma de 1ª y 2ª respuesta

Se observa, en general, una mayor demanda de información sobre los temas propuestos: al consumidor le gustaría recibir más información de la Administración respecto a cómo se inspeccionan los alimentos, con casi un 65% de respuesta, y después sobre riesgos en la manipulación de alimentos (53,2%). Se ha reducido la proporción de los que se mostraron desinteresados por cualquier tema en la encuesta anterior.

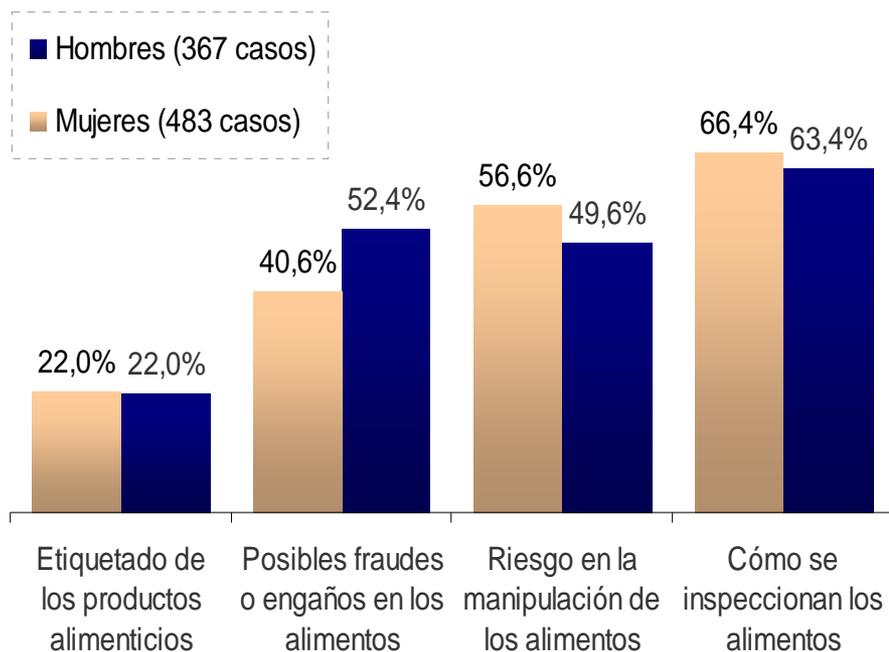


*De los siguientes temas de alimentación indique dos sobre los que Ud. cree que la Administración debería informar más: Riesgo en la manipulación de alimentos, etiquetado de los productos alimenticios, calidad de los alimentos, cómo se inspeccionan los alimentos, otros, o ninguno.*

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 5 - Información en Alimentación

### Necesidades de información en alimentación - Según sexo -



Base: Total muestra (850 casos)

Las mujeres prefieren que la Administración informe más sobre cómo se inspeccionan los alimentos y sobre cuáles son los riesgos en su manipulación.

Los hombres parecen más interesados en los posibles fraudes o engaños relacionados con los alimentos.



*De los siguientes temas de alimentación indique dos sobre los que Ud. cree que la Administración debería informar más: Riesgo en la manipulación de alimentos, etiquetado de los productos alimenticios, calidad de los alimentos, cómo se inspeccionan los alimentos, otros, o ninguno.*

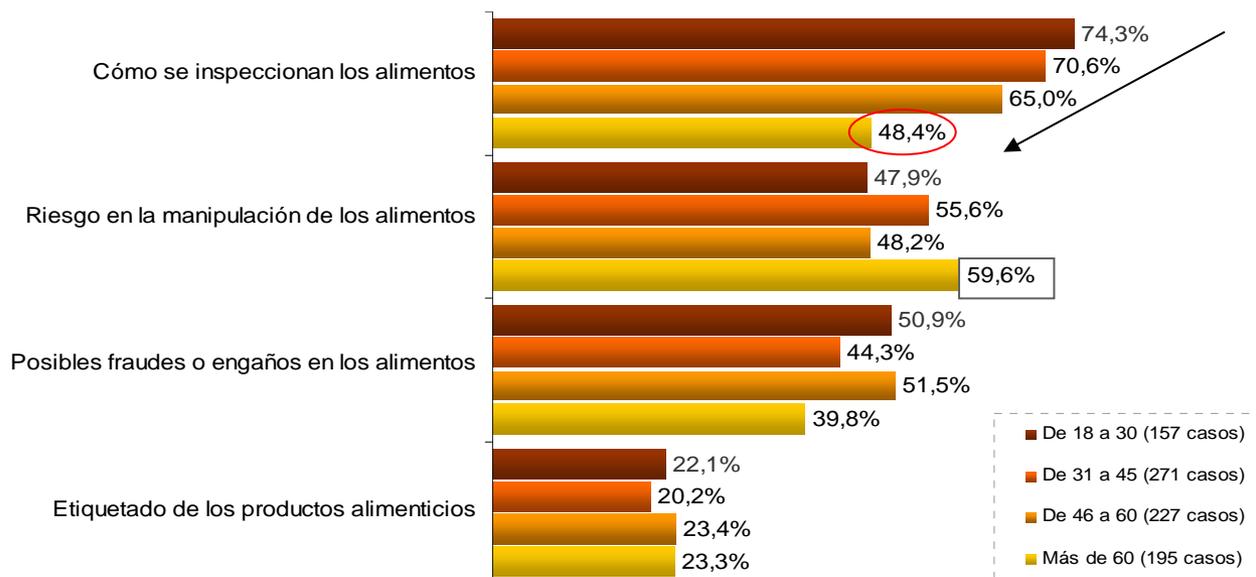
# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 5 - Información en Alimentación

### Necesidades de información en alimentación

- Según edad -

El análisis por grupos de edad revela que a medida que aumenta la edad de los encuestados disminuye el interés por conocer cómo se inspeccionan los alimentos, siendo los de más de 60 años los menos interesados. Los mayores son por el contrario los que más se interesan más por los riesgos en la manipulación de alimentos.



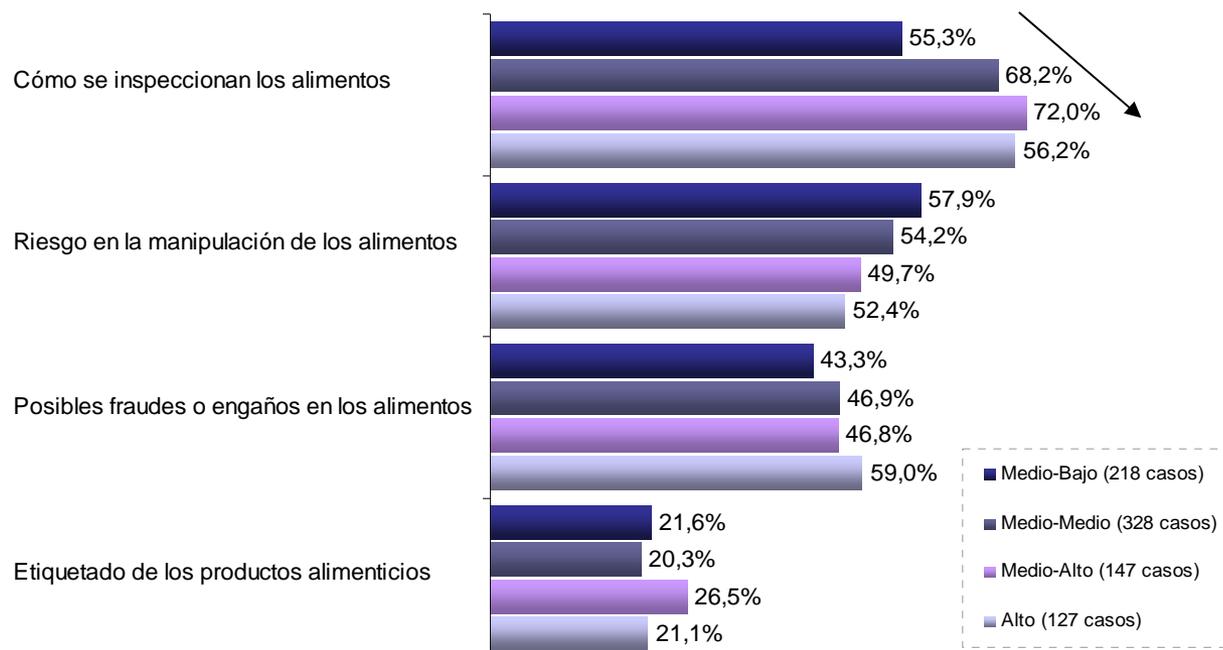
Base: Total muestra (850 casos)

*De los siguientes temas de alimentación indique dos sobre los que Ud. cree que la Administración debería informar más: Riesgo en la manipulación de alimentos, etiquetado de los productos alimenticios, calidad de los alimentos, cómo se inspeccionan los alimentos, otros, o ninguno.*

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## 5 - Información en Alimentación

### Necesidades de información en alimentación - Según estatus -



El interés por conocer cómo se inspeccionan los alimentos aumenta con el estatus socioeconómico mientras que en las clases más altas parece que disminuye la demanda de información sobre los riesgos de una incorrecta manipulación.

*De los siguientes temas de alimentación indique dos sobre los que Ud. cree que la Administración debería informar más: Riesgo en la manipulación de alimentos, etiquetado de los productos alimenticios, calidad de los alimentos, cómo se inspeccionan los alimentos, otros, o ninguno.*

## BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

Barómetro 2010

**FICHA TÉCNICA**

## BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

Metodología: ficha técnica

- ❑ **Ámbito:** Comunidad de Madrid
- ❑ **Universo:** Población mayor de 18 años
- ❑ **Tipo de entrevista:** Telefónica asistida por ordenador (Sistema CATI)
- ❑ **Cuestionario:** Estructurado
- ❑ **Sistema muestral:** Muestreo estratificado con afijación no proporcional y corregido por criterios de sexo y edad
- ❑ **Fecha de campo:** Del 18 de septiembre de 2010 al 4 de octubre de 2010
- ❑ **Supervisión:** Se ha realizado supervisión directa del 100% de los encuestadores y supervisión telefónica del 15% de las encuestas mediante técnica de re-test
- ❑ **Control de calidad:** De acuerdo a la Norma ISO 20252 certificada por AENOR y el Código de conducta internacional ICC/ESOMAR
- ❑ **Empresa colaboradora:** *ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN. Estudios de Mercado, Marketing y Opinión*

# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## Metodología: ficha técnica

### ❑ Error muestral y muestra:

Tamaño de hábitat	UNIVERSO(*)	MUESTRA REAL	ERROR MUESTRAL(**)
1-Menos de 10.000 habitantes	282.272	50	14,14%
2-Entre 10.001 y 25.000 hab.	237.425	50	14,14%
3- Entre 25.001 y 50.000 hab.	206.151	50	14,14%
4-Entre 50.001 y 100.000 hab.	531.525	100	10,00%
5-Mayor de 100.000 hab.	1.194.844	200	7,07%
6-Madrid ciudad	2.718.252	400	5,00%
<b>Total general</b>	<b>5.170.469</b>	<b>850</b>	<b>3,46%(***)</b>

\* Fuente: INE Revisión de Padrón Municipal 2008

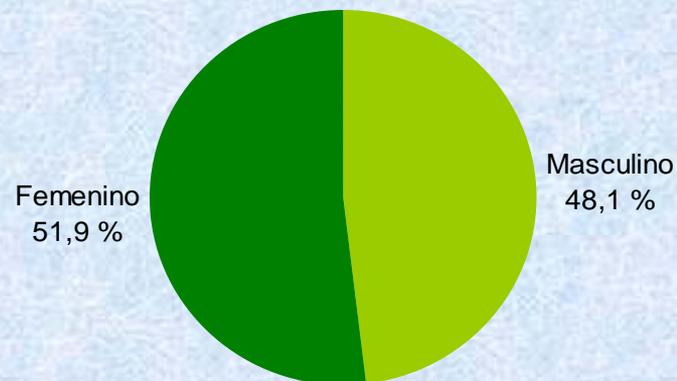
\*\* Los errores han sido calculados en el supuesto de muestreo aleatorio simple para un  $p=q$  y un intervalo de confianza del 95% y población infinita.

\*\*\* El error total ha sido calculado según la fórmula de error total para una muestra con un sistema de afijación no proporcional, en el supuesto de muestreo aleatorio simple para un  $p=q$  y un intervalo de confianza del 95% y población infinita.

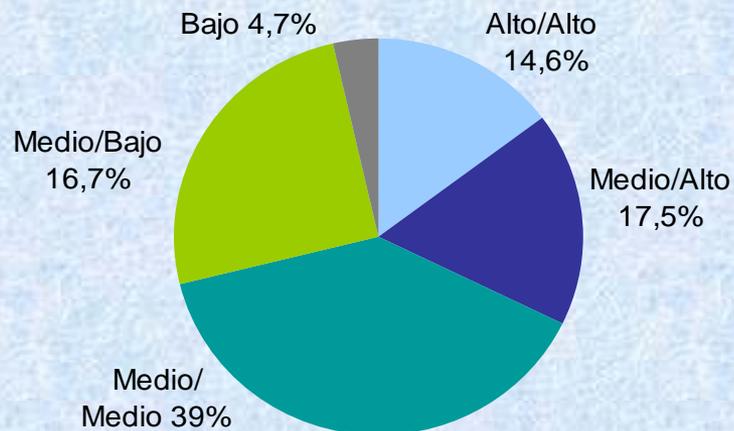
# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

## Metodología: ficha técnica

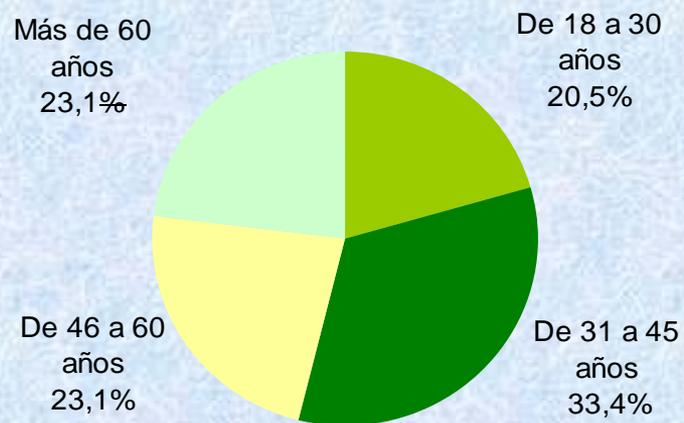
### SEXO



### ESTATUS



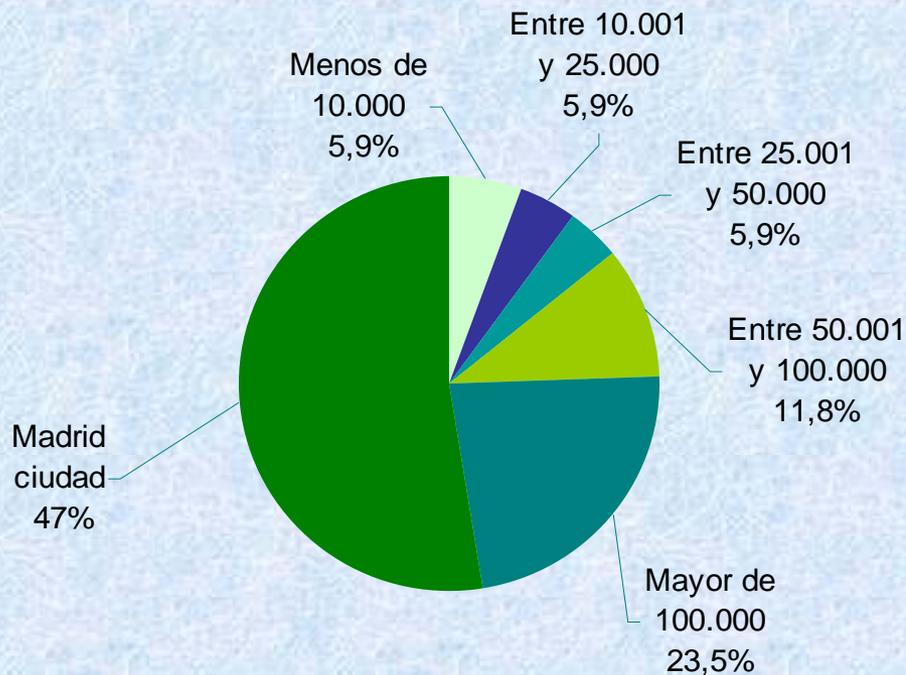
### EDAD



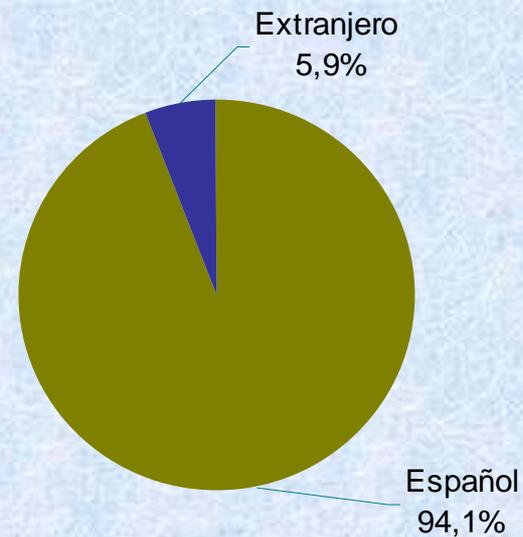
# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN

Metodología: ficha técnica

## HABITAT



## PAÍS DE ORIGEN



# BARÓMETRO DE ALIMENTACIÓN 2010

