



Barómetro clima de confianza del sector agroalimentario

**Monográfico Miel**  
(Consumidores)  
Segundo Trimestre 2020



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

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

## Índice

Objetivos.....	4
Agentes Entrevistados.....	5
Ficha Técnica.....	6
Conclusiones .....	8
Resultados Monográfico Miel – Segundo Trimestre 2020 .....	10
¿Cuáles son los 3 factores más importantes a la hora de comprar miel?.....	11
Frecuencia de consumo de miel.....	14
Establecimiento donde compra la miel .....	16
¿Examina la información del etiquetado de la miel antes de comprarla?.....	19
¿Sabe que en el etiquetado de la miel se indica el origen de la misma?.....	21
Valoración de diferentes expresiones para conocer el origen de la miel .....	23
Valoración de la sustitución de las diferentes expresiones por la indicación de los países de origen de la miel.....	25
Compra de miel según país de origen .....	27

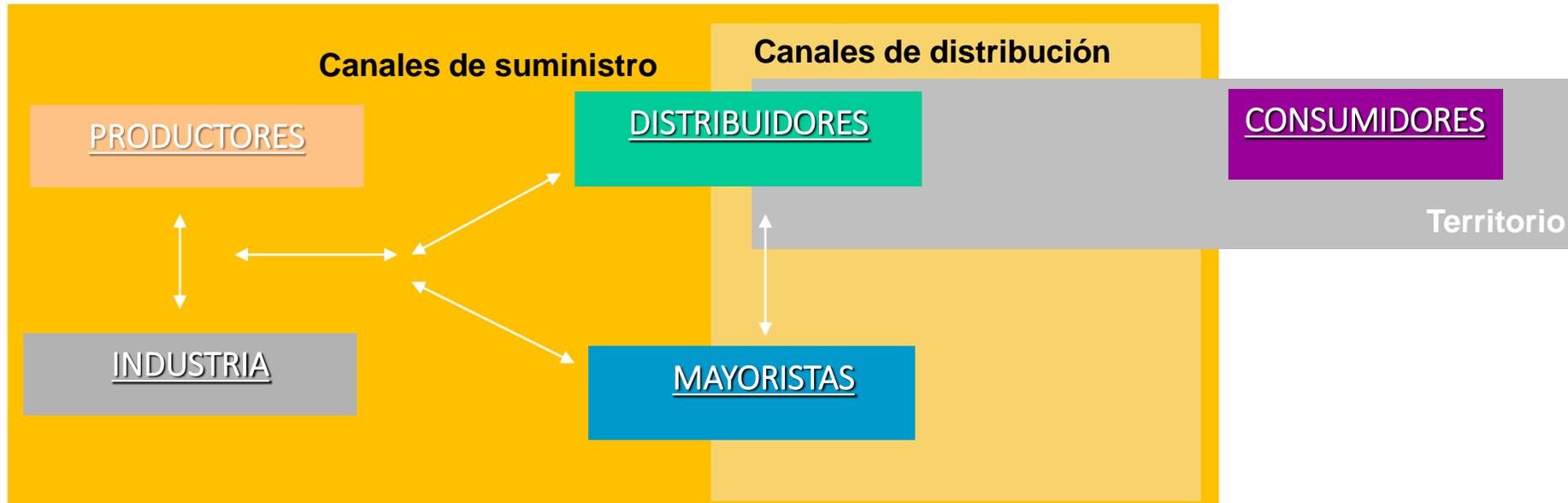
## Objetivos

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

## Agentes Entrevistados

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

### Estructura general del sistema agroalimentario español



- En el presente informe se muestran los resultados de los consumidores.

## Ficha Técnica

### DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

### CONSUMIDORES

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

COMUNIDAD AUTÓNOMA	PROVINCIA	De 0 a 10.000	De 10.001 a 50.000	50.001 a 100.000	Más de 100.000	TOTAL
ANDALUCIA	ALMERIA	5	5	6	6	22
	CADIZ	3	9	13	14	39
	CORDOBA	7	8	0	11	26
	GRANADA	9	11	2	7	29
	HUELVA	5	7	0	5	17
	JAEN	7	8	2	4	21
	MALAGA	6	10	14	23	53
	SEVILLA	9	23	4	26	62
<b>Total</b>		<b>51</b>	<b>81</b>	<b>41</b>	<b>96</b>	<b>269</b>
ARAGON	HUESCA	3	2	2	0	7
	ZARAGOZA	7	3	0	21	31
	TERUEL	3	2	0	0	5
<b>Total</b>		<b>13</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>43</b>
ASTURIAS	ASTURIAS	5	8	4	16	33
<b>Total</b>		<b>5</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>33</b>
BALLEAR ILLES	BALLEAR ILLES	5	18	0	13	36
<b>Total</b>		<b>5</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>13</b>	<b>36</b>
C DE NAVARRA	NAVARRA	9	6	0	6	21
<b>Total</b>		<b>9</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>21</b>
C VALENCIANA	ALICANTE	8	20	13	18	59
	CASTELLÓ	4	7	2	6	19
	VALENCIA	15	32	9	25	81
<b>Total</b>		<b>27</b>	<b>59</b>	<b>24</b>	<b>49</b>	<b>159</b>
CANARIAS	LAS PALMAS	2	12	6	15	35
	STA CRUZ TENEI	5	14	2	12	33
<b>Total</b>		<b>7</b>	<b>26</b>	<b>8</b>	<b>27</b>	<b>68</b>
CANTABRIA	CANTABRIA	6	5	2	6	19
<b>Total</b>		<b>6</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>19</b>
CASTILLA Y LEON	AVILA	3	0	2	0	5
	BURGOS	4	2	0	5	11
	LEON	7	2	2	4	15
	PALENCIA	3	0	2	0	5
	SALAMANCA	5	1	0	5	11
	SEGOVIA	3	0	2	0	5
	SORIA	2	1	0	0	3
	VALLADOLID	5	2	0	10	17
	ZAMORA	3	1	2	0	6
	<b>Total</b>		<b>35</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>24</b>

COMUNIDAD AUTÓNOMA	PROVINCIA	De 0 a 10.000	De 10.001 a 50.000	50.001 a 100.000	Más de 100.000	TOTAL
CASTILLA LA MANCA	ALBACETE	4	3	0	6	13
	CIUDAD REAL	6	8	2	0	16
	CUENCA	4	0	2	0	6
	GUADALAJARA	3	2	3	0	8
	TOLEDO	12	5	5	0	22
<b>Total</b>		<b>29</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>65</b>
CATALUÑA	BARCELONA	20	44	27	89	180
	TARRAGONA	9	9	0	8	26
	LLEIDA	8	2	0	4	14
	GIRONA	9	12	0	3	24
<b>Total</b>		<b>46</b>	<b>67</b>	<b>27</b>	<b>104</b>	<b>244</b>
EXTREMADURA	CACERES	7	2	3	0	12
	BADAJOS	10	5	2	5	22
<b>Total</b>		<b>17</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>34</b>
GALICIA	CORUÑA	10	13	5	8	36
	LUGO	5	2	3	0	10
	OURENSE	5	2	0	3	10
	PONTEVEDRA	5	13	2	10	30
<b>Total</b>		<b>25</b>	<b>30</b>	<b>10</b>	<b>21</b>	<b>86</b>
LA RIOJA	LA RIOJA	3	2	0	5	10
<b>Total</b>		<b>3</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>10</b>
MADRID	MADRID	11	20	28	152	211
<b>Total</b>		<b>11</b>	<b>20</b>	<b>28</b>	<b>152</b>	<b>211</b>
MURCIA	MURCIA	2	19	5	21	47
<b>Total</b>		<b>2</b>	<b>19</b>	<b>5</b>	<b>21</b>	<b>47</b>
PAIS VASCO	ALAVA	2	1	0	8	11
	GUIPÚZCOA	5	10	2	6	23
	VIZCAYA	7	13	3	14	37
<b>Total</b>		<b>14</b>	<b>24</b>	<b>5</b>	<b>28</b>	<b>71</b>
CEUTA Y MELILLA	CEUTA	0	0	3	0	3
	MELILLA	0	0	3	0	3
<b>Total</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>6</b>
<b>Total General</b>		<b>305</b>	<b>406</b>	<b>189</b>	<b>600</b>	<b>1500</b>

## Ficha Técnica

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

## Conclusiones

- El **76,0%** de los españoles **consume miel**, entre éstos un 32,5% la consume habitualmente (mínimo 2/3 veces por semana) y un 43,5% la consume esporádicamente (1 vez por semana o con menos frecuencia). Un **24,0%** de los entrevistados **no consume nunca miel**.
- La frecuencia media de consumo es de 7,37 días al mes. Esta frecuencia aumenta a 14,10 días/mes entre los consumidores habituales y disminuye a 2,36 veces/mes entre los esporádicos. Por sexo, el porcentaje de no consumidores aumenta entre los hombres, pero la frecuencia de consumo es ligeramente más elevada entre los hombres que entre las mujeres. Por edad, los mayores de 55 años son los que más consumen miel.
- Entre los consumidores de miel, el 69% la adquiere en establecimientos de Venta Organizada (Hiper, super o discount) frente a un 19,0% que la adquiere en Tiendas Tradicionales, Especializadas o Delicatessen y un 11,8% que la compra directamente al productor.
- A la hora de comprar miel, los 3 factores más importantes son, por este orden: **calidad, sabor y precio**. Los resultados son homogéneos por sexo, edad y hábitat, **pero encontramos diferencias según el canal de compra** donde se adquiere la miel. Los entrevistados que adquieren la miel directamente al productor y en mercadillos priorizan el origen por encima de la calidad y el sabor. Los que la adquieren en tiendas especializadas/ delicatessen priorizan la tipología (flores, romero, eucaliptus, etc) por encima de la calidad y el origen.
- **6 de cada 10 consumidores de miel examinan la información del etiquetado antes de comprar este producto**. Por sexo, las mujeres y los entrevistados con edades hasta 55 años son los que más examinan el etiquetado.
- Respecto al **origen de la miel**:
  - Algo más de 7 de cada 10 consumidores saben que en el etiquetado de la miel se indica el origen de la misma. Resultados homogéneos por sexo, edad y hábitat.
  - 7 de cada 10 entrevistados no consideran suficiente las expresiones *“miel originaria de la UE, miel no originaria de la UE o mezcla de miel originaria y no originaria de la UE”* para conocer el origen de la miel.
  - 9 de cada 10 entrevistados estaría de acuerdo con que se sustituyeran estas expresiones por la indicación de los países de origen de todas las mieles que forman la mezcla.
  - 9 de cada 10 entrevistados compraría miel si su origen fuera España y 6 de cada 10 si su origen fuera la Unión Europea. En el extremo opuesto, sólo 1 de cada 10 entrevistados compraría miel si supiera que su origen en China y 2 de cada 10 si supiera que su origen es Ucrania.

## Resultados Monográfico Miel

## ¿Cuáles son para Ud los tres factores más importantes a la hora de comprar miel? (%)

(\*) Pregunta Espontánea

### Resultado Total 2020

	Top of Mind	Resto	Total
<b>Calidad</b>	18,3	29,2	<b>47,4</b>
<b>Sabor</b>	14,4	30,0	<b>44,4</b>
<b>Precio</b>	11,0	25,5	<b>36,4</b>
Tipología (flores, romero, eucaliptus, etc)	10,6	19,5	<b>30,1</b>
Origen	8,3	16,0	<b>24,2</b>
Marca	6,2	13,0	<b>19,2</b>
Producto en oferta/promoción	0,8	5,6	<b>6,4</b>
Tamaño del envase	0,5	5,2	<b>5,8</b>
Fecha de caducidad	0,3	5,4	<b>5,6</b>
Composición nutricional	1,6	3,0	<b>4,6</b>
Formato del envase	0,8	3,4	<b>4,2</b>
Lista de ingredientes	0,6	1,7	<b>2,2</b>
Presencia de etiquetas o sellos de calidad	0,4	1,6	<b>2,0</b>
Propiedades terapéuticas del producto	0,9	0,8	<b>1,7</b>
Prestigio	0,1	1,4	<b>1,5</b>
Presencia de alérgenos	0,1	0,8	<b>0,9</b>
<b>NO COMPRO MIEL</b>	<b>25,1</b>	–	<b>25,1</b>
<b>Base</b>	1.500		

## ¿Cuáles son para Ud los tres factores más importantes a la hora de comprar miel? (%)

(\*) Pregunta Espontánea

### Resultados según sexo, edad y hábitat

	Total 2020	Sexo		Edad			Hábitat			
		Hombre	Mujer	De 25 a 39	De 40 a 55	Más de 55	Menos de 10.000 hab.	10.001-50.000 hab.	50.001-100.000 hab.	Más de 100.000 hab.
<b>Calidad</b>	<b>47,4</b>	<b>44,6</b>	<b>48,6</b>	<b>50,1</b>	<b>46,8</b>	<b>45,7</b>	<b>49,9</b>	<b>48,9</b>	<b>47,2</b>	<b>45,2</b>
<b>Sabor</b>	<b>44,4</b>	<b>41,7</b>	<b>45,6</b>	<b>43,2</b>	<b>46,2</b>	<b>43,5</b>	<b>51,3</b>	<b>43,2</b>	<b>50,0</b>	<b>40,0</b>
<b>Precio</b>	<b>36,4</b>	<b>33,8</b>	<b>37,6</b>	<b>35,8</b>	<b>35,6</b>	<b>38,0</b>	<b>37,3</b>	<b>39,2</b>	<b>39,4</b>	<b>33,2</b>
Tipología (flores, romero, eucaliptus, etc)	30,1	27,2	31,3	26,1	29,5	34,2	28,5	29,8	29,9	31,1
Origen	24,2	22,7	24,8	23,4	24,4	24,6	25,9	23,2	23,3	24,2
Marca	19,2	20,5	18,6	19,8	19,7	18,0	22,8	18,9	20,6	17,0
Producto en oferta/promoción	6,4	6,0	6,6	5,4	7,0	6,5	7,0	5,6	8,4	6,0
Tamaño del envase	5,8	5,8	5,7	5,2	5,6	6,5	6,0	6,2	6,4	5,2
Fecha de caducidad	5,6	4,5	6,1	5,4	6,6	4,6	8,6	5,4	4,8	4,5
Composición nutricional	4,6	5,8	4,1	6,8	4,0	3,5	3,2	5,2	3,2	5,4
Formato del envase	4,2	3,3	4,6	3,1	4,9	4,5	5,1	3,8	3,6	4,3
Lista de ingredientes	2,2	2,2	2,2	1,9	2,3	2,3	1,4	3,0	0,5	2,5
Presencia de etiquetas o sellos de calidad	2,0	2,1	1,9	1,2	2,6	1,9	1,0	0,8	1,1	3,5
Propiedades terapéuticas del producto	1,7	1,8	1,6	0,7	1,6	2,6	0,3	2,0	2,1	2,0
Prestigio	1,5	2,2	1,1	1,4	1,9	1,0	1,3	1,2	2,0	1,5
Presencia de alérgenos	0,9	0,9	1,0	0,7	0,5	1,6	0,3	1,0	1,6	1,0
<b>NO COMPRO MIEL</b>	<b>25,1</b>	<b>30,0</b>	<b>23,0</b>	<b>26,8</b>	<b>25,9</b>	<b>22,6</b>	<b>23,1</b>	<b>25,1</b>	<b>20,9</b>	<b>27,3</b>
Base	1.500	450	1.050	426	580	494	305	406	189	600

## ¿Cuáles son para Ud los tres factores más importantes a la hora de comprar miel? (%)

(\*) *Pregunta Espontánea*

### Resultados según canal de compra

	Total 2020	Tipología de establecimiento donde compra la Miel					
		Hiper/Super	Hard Discount	Tienda Tradicional	Tienda Especializada/Delicatessen	Directamente al productor	Mercadillos
<b>Calidad</b>	<b>47,4</b>	<b>63,6</b>	<b>58,1</b>	<b>65,4</b>	<b>62,1</b>	<b>64,8</b>	<b>67,2</b>
<b>Sabor</b>	<b>44,4</b>	<b>61,8</b>	<b>63,8</b>	<b>54,0</b>	<b>48,2</b>	<b>55,4</b>	<b>67,0</b>
<b>Precio</b>	<b>36,4</b>	<b>56,4</b>	<b>59,5</b>	<b>53,9</b>	<b>22,5</b>	<b>14,3</b>	<b>33,0</b>
Tipología (flores, romero, eucaliptus, etc)	30,1	35,4	45,1	32,5	65,9	49,0	0,0
Origen	24,2	22,1	23,0	31,9	56,7	72,8	100,0
Marca	19,2	32,2	29,1	18,7	15,9	3,0	0,0
Producto en oferta/promoción	6,4	8,9	14,7	7,6	5,4	3,7	32,8
Tamaño del envase	5,8	6,5	13,8	8,5	11,7	4,7	0,0
Fecha de caducidad	5,6	9,5	9,4	6,1	3,1	0,0	0,0
Composición nutricional	4,6	6,2	6,1	6,6	4,3	7,0	0,0
Formato del envase	4,2	7,8	5,4	5,1	0,0	0,0	0,0
Lista de ingredientes	2,2	2,3	2,8	2,5	7,6	3,2	0,0
Presencia de etiquetas o sellos de calidad	2,0	1,5	4,3	1,6	3,4	7,0	0,0
Propiedades terapéuticas del producto	1,7	0,3	0,9	2,6	6,5	9,8	0,0
Prestigio	1,5	0,5	3,4	1,6	4,4	6,8	0,0
Presencia de alérgenos	0,9	0,9	0,9	3,4	3,3	0,0	0,0
<b>NO COMPRO MIEL</b>	<b>25,1</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>
<b>Base</b>	<b>1.500</b>	<b>659</b>	<b>116</b>	<b>120</b>	<b>93</b>	<b>132</b>	<b>3</b>

## ¿Con qué frecuencia se consume miel en su hogar? (%)

(\*) Respuesta única

Resultado Total 2020

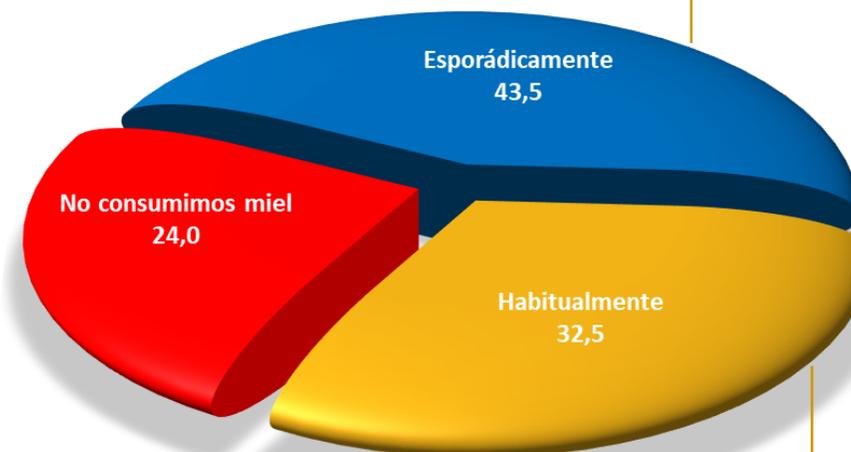
Frecuencia Media Mensual Consumidores Miel (1.140 entrevistados): 7,37 veces/mes



Base Total: 1.500

Frecuencia Media: 2,36 veces/mes

Consumidores esporádicos de miel



Base Total: 1.500

Frecuencia Media: 14,10 veces/mes

Consumidores habituales de miel

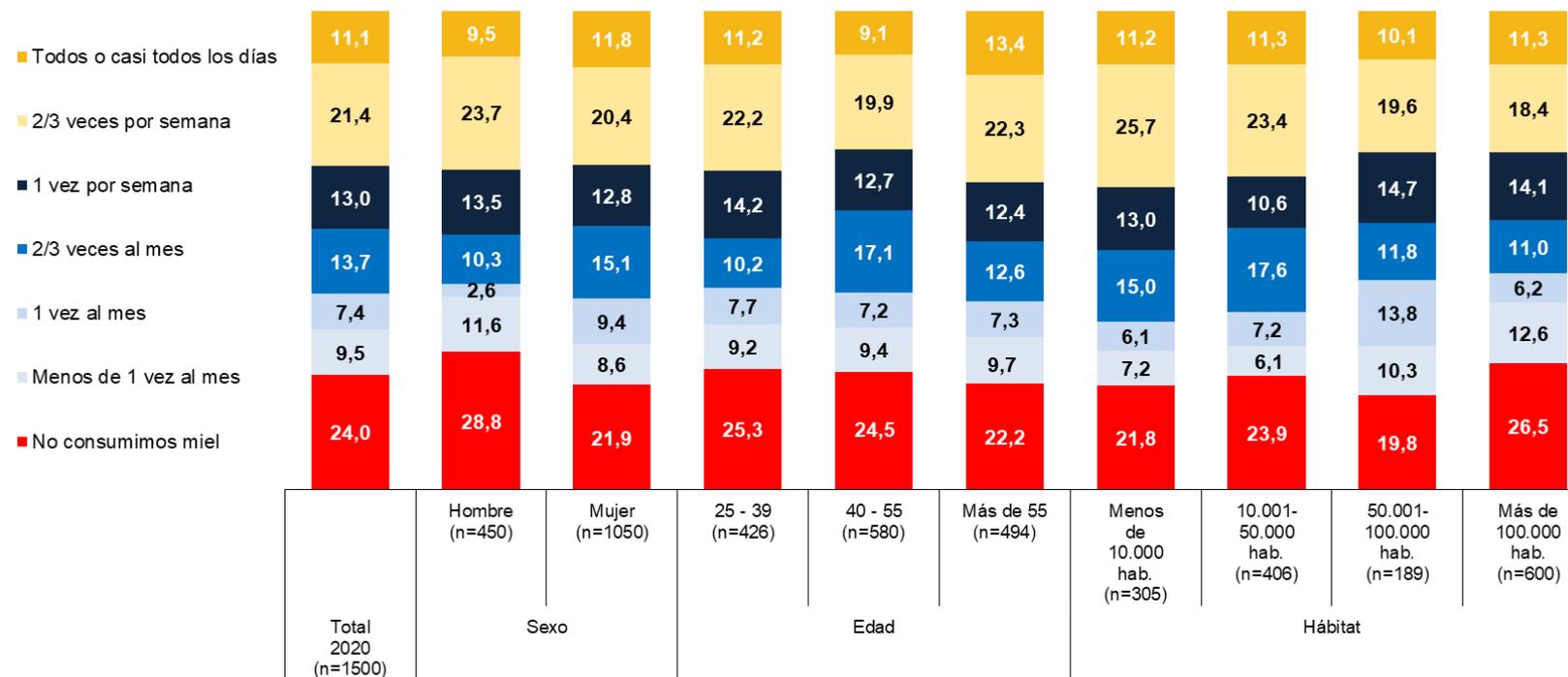
## ¿Con qué frecuencia se consume miel en su hogar? (%)

(\*) Respuesta única

### Resultados según sexo, edad y hábitat

#### Consumidores de Miel

Frecuencia Media Mensual	7,37	7,56	7,30	7,59	6,74	7,92	7,75	7,64	6,60	7,25
--------------------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------



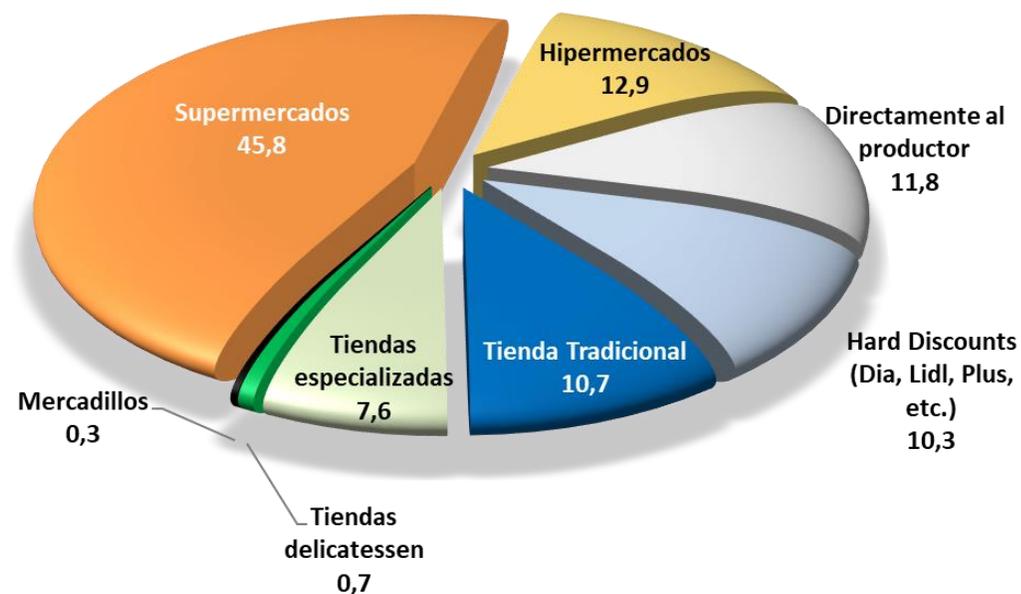
## ¿Dónde acostumbra habitualmente a comprar la miel? (%)

(\*) Respuesta única

### Resultado Total 2020

Venta Organizada	69,0
Tienda Tradicional/Especializada/Delicatessen	19,0
Directamente al productor	11,8

Base Compran y Consumen Miel: 1.123



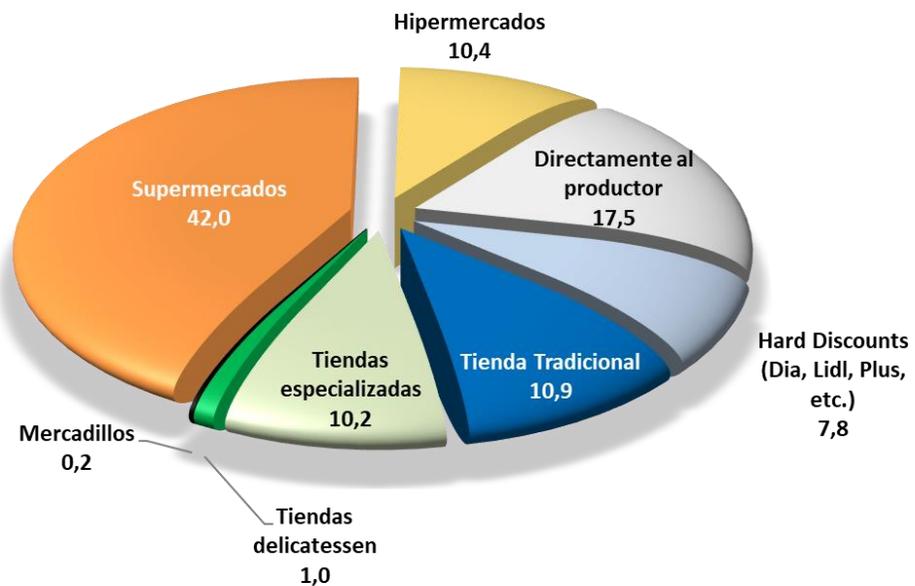
## ¿Dónde acostumbra habitualmente a comprar la miel? (%)

(\*) Respuesta única

### Resultados según frecuencia de consumo: habitual Vs. esporádico

#### CONSUMEN MIEL HABITUALMENTE

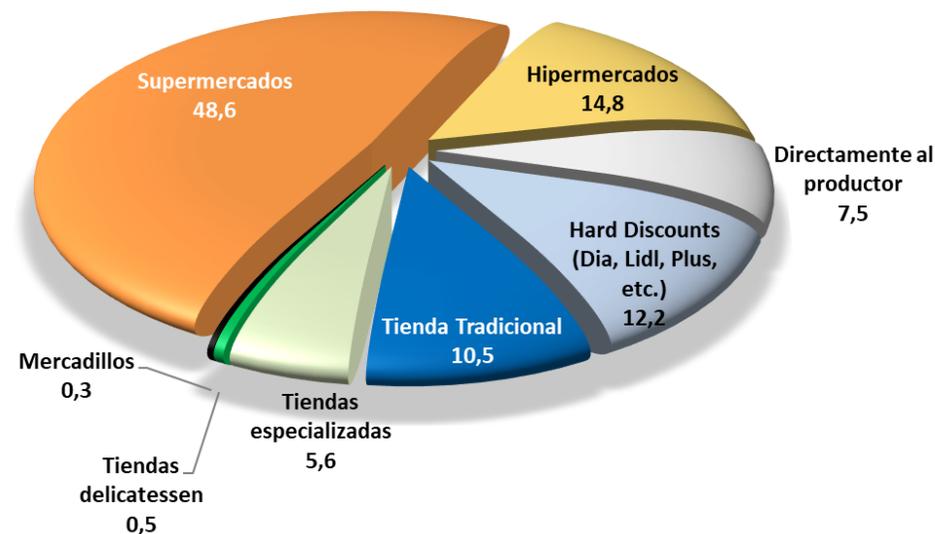
Venta Organizada	60,2
Tienda Tradicional/Especializada/Delicatessen	22,1
Directamente al productor	17,5



Base Consumen Miel habitualmente: 481

#### CONSUMEN MIEL ESPORÁDICAMENTE

Venta Organizada	75,6
Tienda Tradicional/Especializada/Delicatessen	16,6
Directamente al productor	7,5



Base Consumen Miel esporádicamente: 642

## ¿Dónde acostumbra habitualmente a comprar la miel? (%)

(\*) Respuesta única

### Resultados según sexo, edad y hábitat

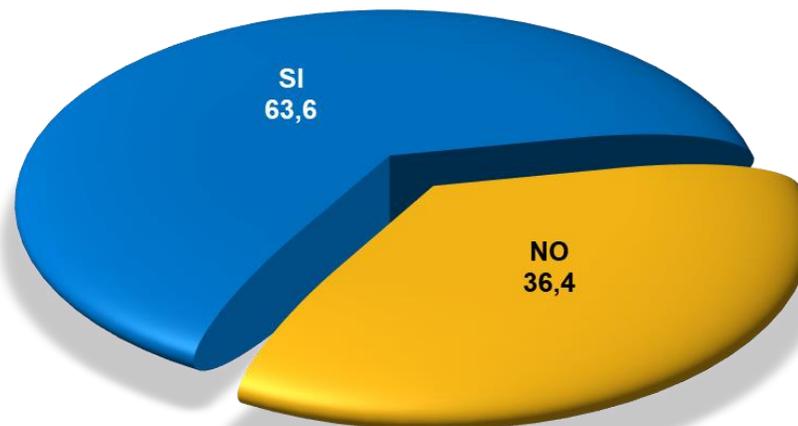
	Total 2020	Sexo		Edad			Hábitat			
		Hombre	Mujer	De 25 a 39	De 40 a 55	Más de 55	Menos de 10.000 hab.	10.001-50.000 hab.	50.001-100.000 hab.	Más de 100.000 hab.
<b>Supermercados</b>	<b>45,8</b>	<b>45,9</b>	<b>45,7</b>	<b>51,8</b>	<b>44,2</b>	<b>42,7</b>	<b>44,7</b>	<b>45,7</b>	<b>46,3</b>	<b>46,3</b>
<b>Hipermercados</b>	<b>12,9</b>	<b>13,3</b>	<b>12,8</b>	<b>17,5</b>	<b>12,3</b>	<b>9,9</b>	<b>11,0</b>	<b>11,5</b>	<b>17,8</b>	<b>13,3</b>
<b>Directamente al productor</b>	<b>11,8</b>	<b>9,5</b>	<b>12,7</b>	<b>7,4</b>	<b>11,2</b>	<b>16,0</b>	<b>15,8</b>	<b>10,2</b>	<b>8,6</b>	<b>11,8</b>
Hard Discounts (Dia, Lidl, Plus, etc.)	10,3	14,2	8,8	10,3	13,6	6,6	10,2	11,9	7,9	10,1
Tienda Tradicional	10,7	8,9	11,3	6,4	8,6	16,4	12,0	12,2	11,9	8,4
Tiendas especializadas	7,6	6,3	8,0	6,7	7,8	8,0	6,3	7,2	4,8	9,5
Tiendas delicatessen	0,7	1,3	0,5	0,0	1,9	0,0	0,0	0,3	2,7	0,7
Mercadillos	0,3	0,6	0,1	0,0	0,5	0,3	0,0	1,0	0,0	0,0
<b>Base</b>	<b>1.123</b>	<b>315</b>	<b>808</b>	<b>312</b>	<b>429</b>	<b>382</b>	<b>234</b>	<b>304</b>	<b>149</b>	<b>436</b>

En el caso de la miel  
¿Examina Ud la información del etiquetado antes de comprarla? (%)

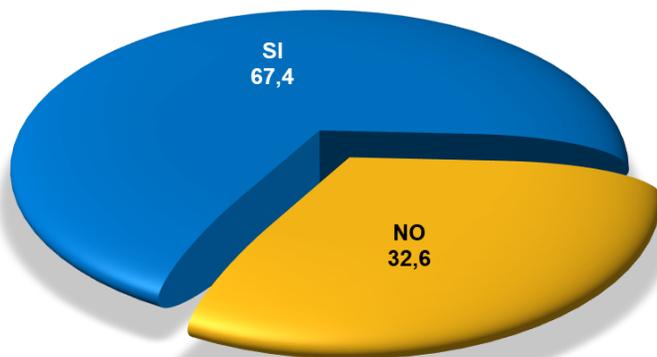
(\*) Respuesta única

Resultado Total 2020

Base Compran y Consumen Miel: 1.123

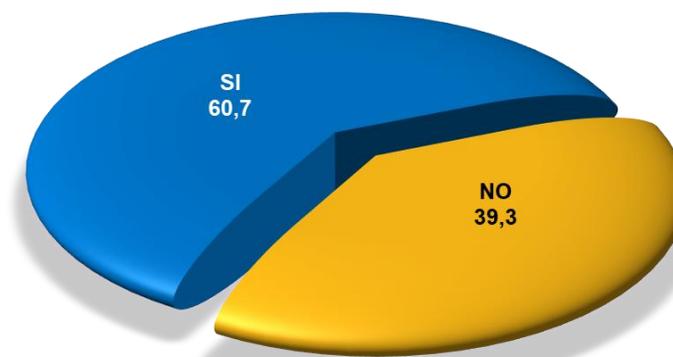


CONSUMEN MIEL HABITUALMENTE



Base Consumen Miel habitualmente: 481

CONSUMEN MIEL ESPORÁDICAMENTE

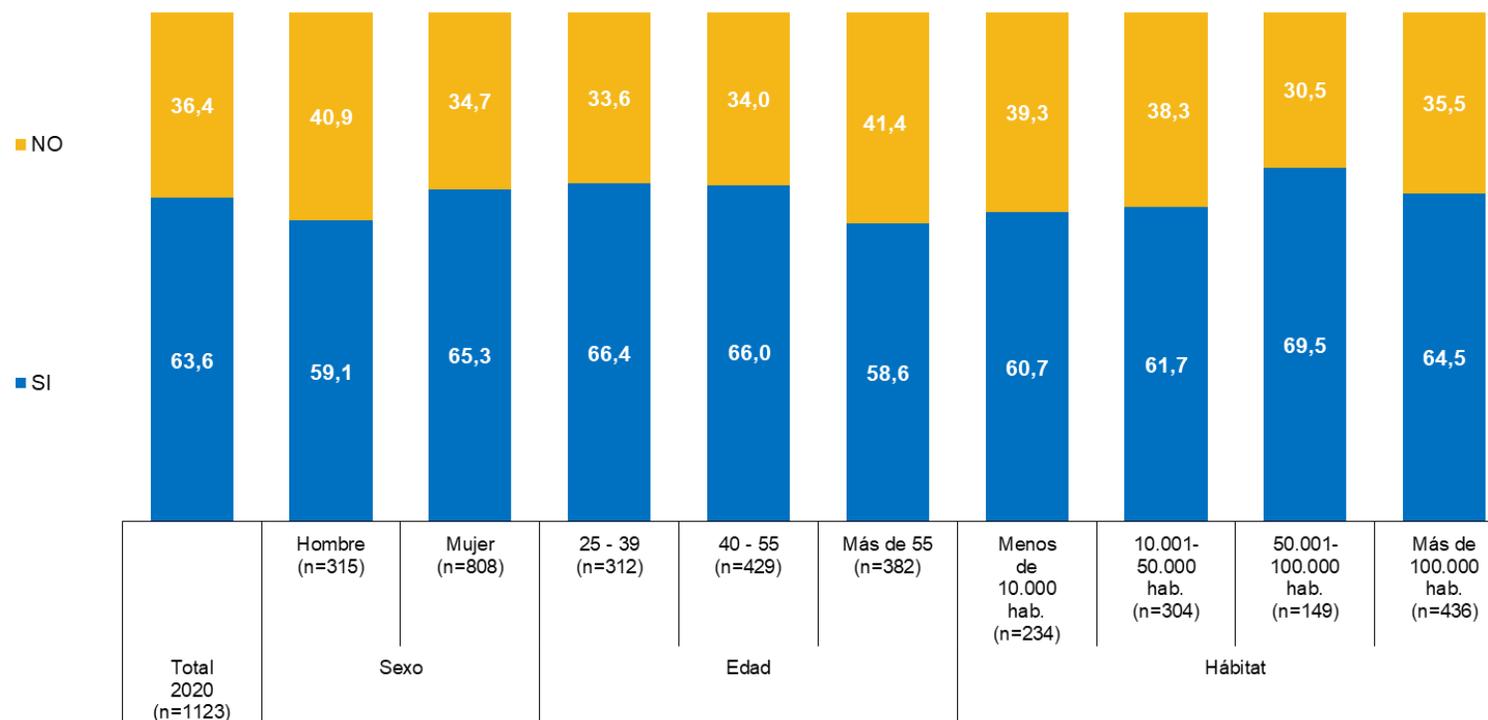


Base Consumen Miel esporádicamente: 642

En el caso de la miel  
¿Examina Ud la información del etiquetado antes de comprarla? (%)

(\*) Respuesta única

Resultados según sexo, edad y hábitat



Base Compran y Consumen Miel

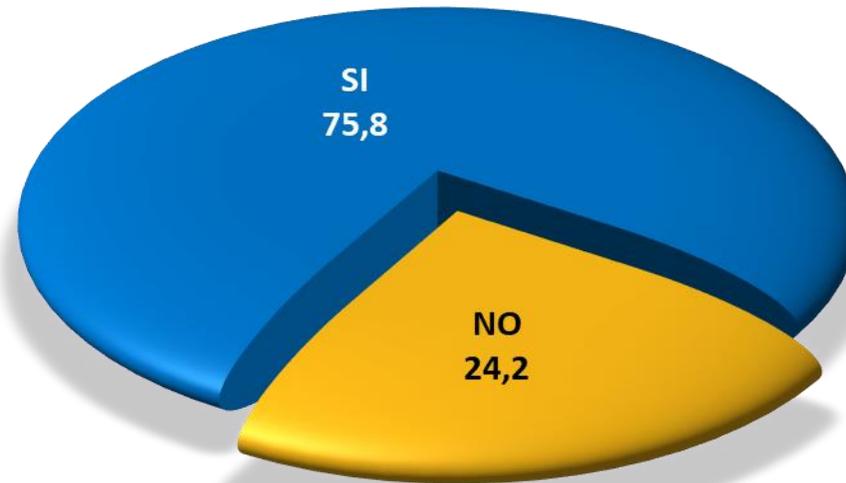
¿Sabe Ud que en el etiquetado de la miel se indica el origen de la misma?

(\*) Respuesta única

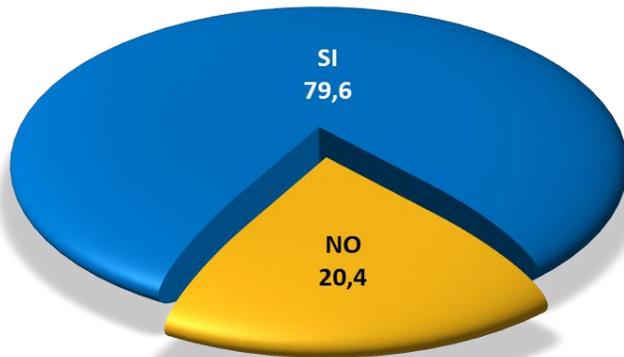
(%)

Resultado Total 2020

Base Compran y Consumen Miel: 1.123

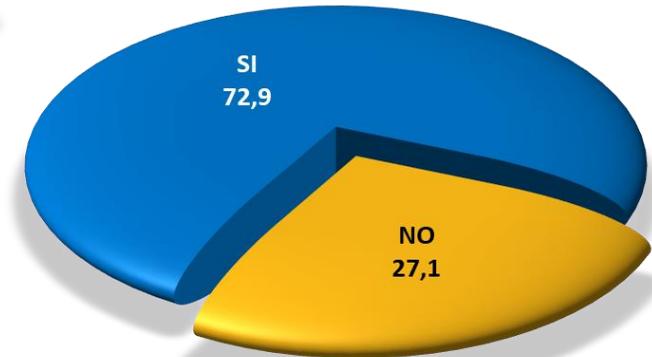


CONSUMEN MIEL HABITUALMENTE



Base Consumen Miel habitualmente: 481

CONSUMEN MIEL ESPORÁDICAMENTE

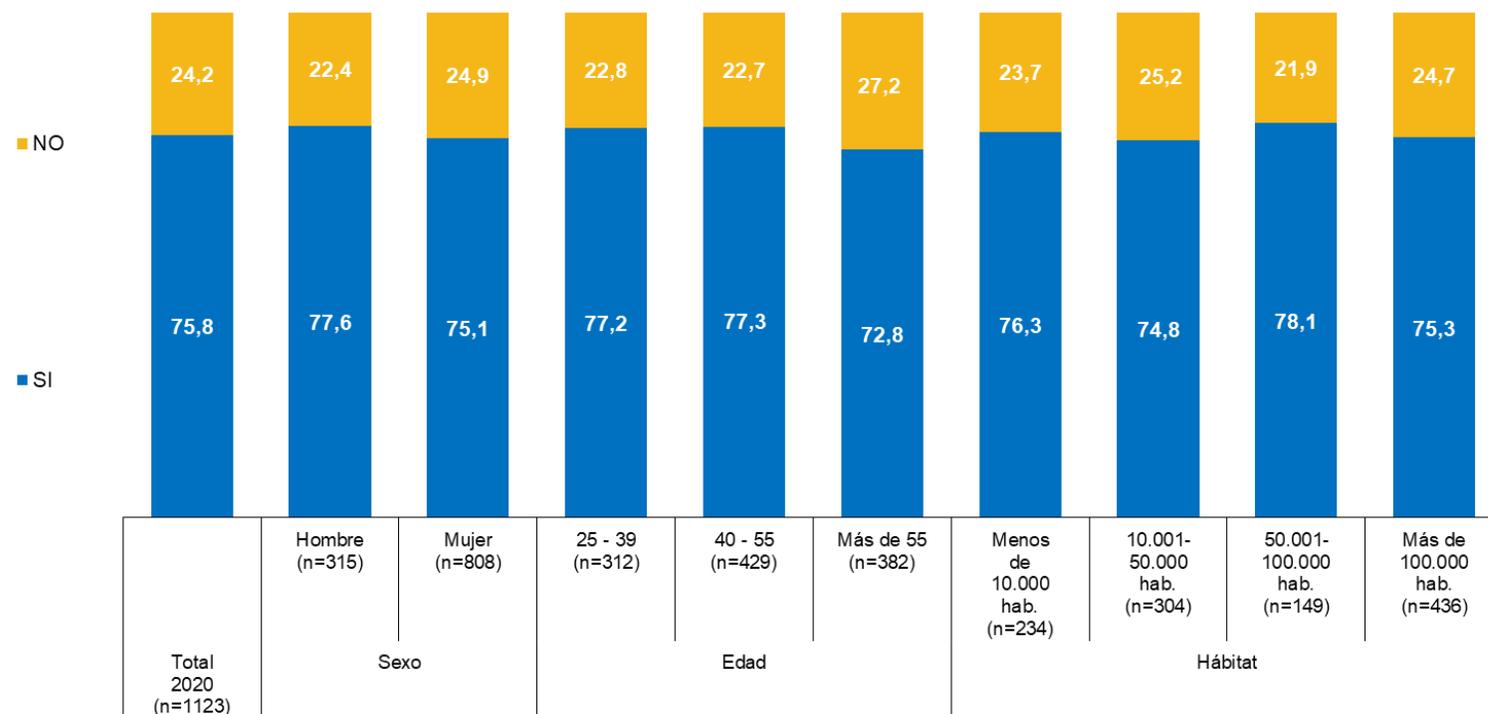


Base Consumen Miel esporádicamente: 642

¿Sabe Ud que en el etiquetado de la miel se indica el origen de la misma? (%)

(\*) Respuesta única

Resultados según sexo, edad y hábitat



Base Compran y Consumen Miel

Cuando la miel proviene de un solo país, se indica este país como origen, sin embargo, cuando la miel proviene de varios países, en el etiquetado se suele reflejar:

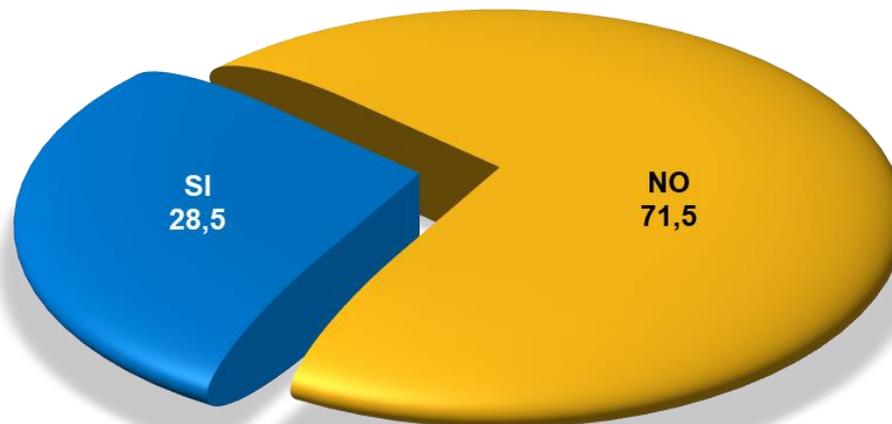
*“miel originaria de la UE”, miel no originaria de la UE” o “mezcla de miel originaria y no originaria de la UE”*

¿Considera Ud que estas expresiones son suficientes para conocer el origen de la miel? (%)

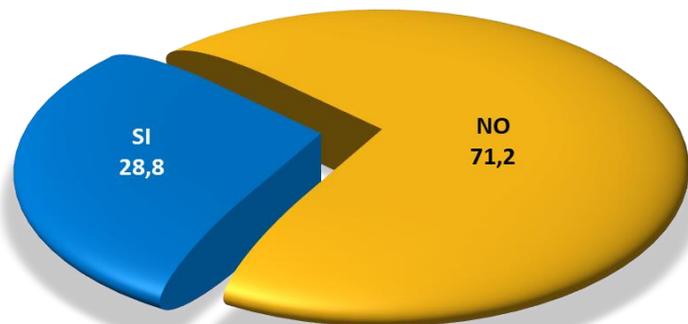
(\*) Respuesta única

Resultado Total 2020

Base Total: 1.500

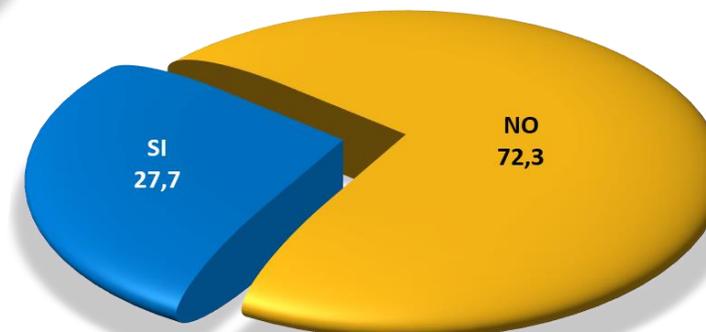


CONSUMEN MIEL HABITUALMENTE



Base Consumen Miel habitualmente: 481

CONSUMEN MIEL ESPORÁDICAMENTE



Base Consumen Miel esporádicamente: 642

Cuando la miel proviene de un solo país, se indica este país como origen, sin embargo, cuando la miel proviene de varios países, en el etiquetado se suele reflejar:

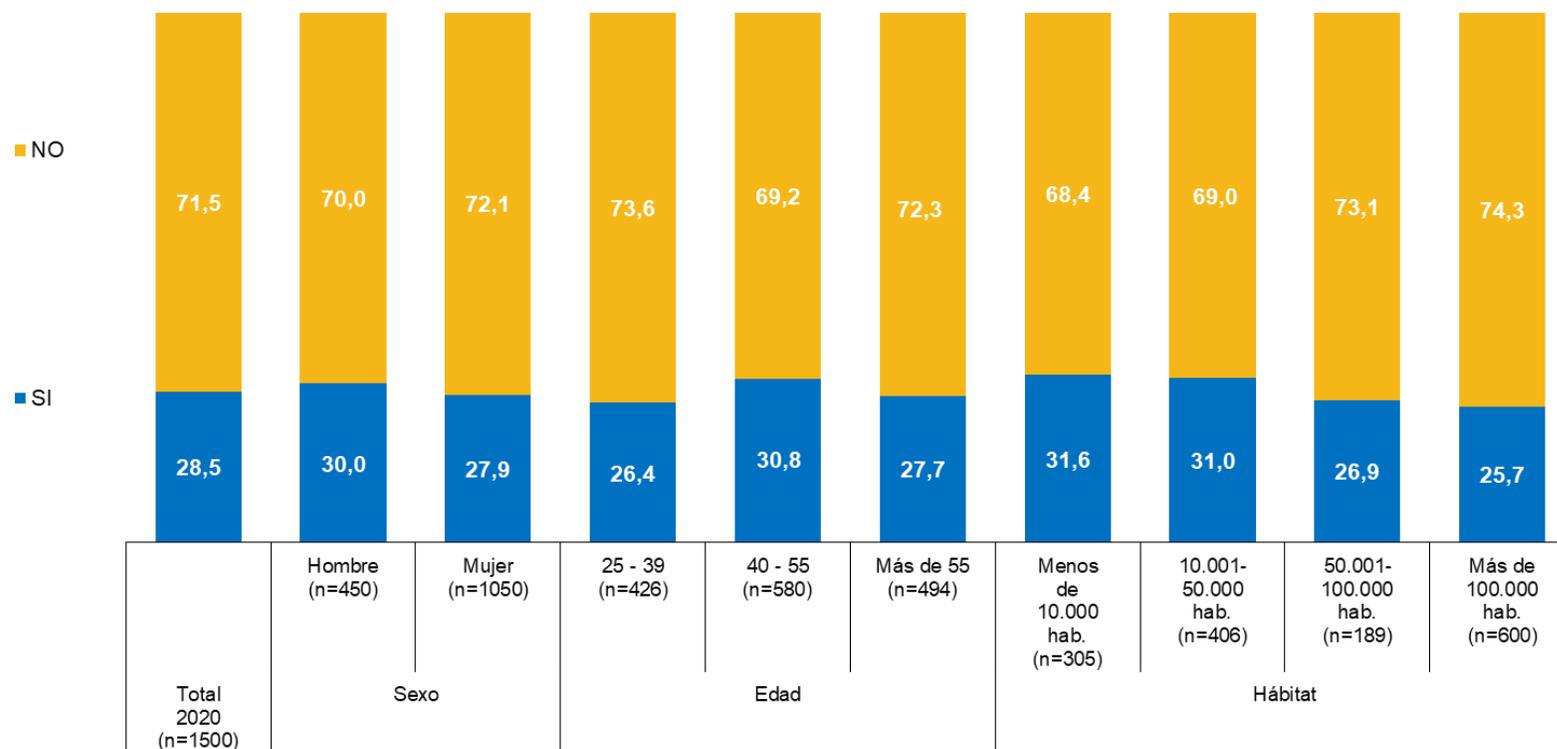
*“miel originaria de la UE”, miel no originaria de la UE” o “mezcla de miel originaria y no originaria de la UE”*

¿Considera Ud que estas expresiones son suficientes para conocer el origen de la miel?

(%)

(\*) Respuesta única

Resultados según sexo, edad y hábitat

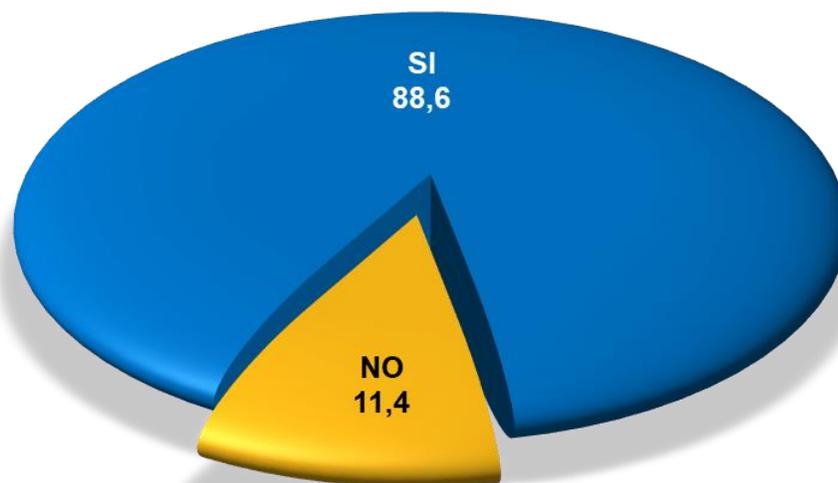


¿Estaría Ud de acuerdo con que se sustituyeran estas expresiones por la indicación de los países de origen de todas las mieles que forman la mezcla? (%)

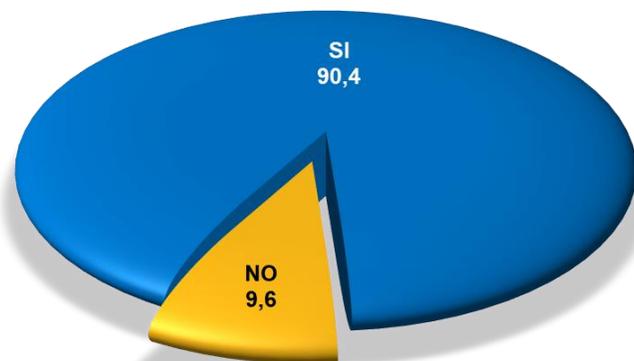
(\*) Respuesta única

Resultado Total 2020

Base Total: 1.500

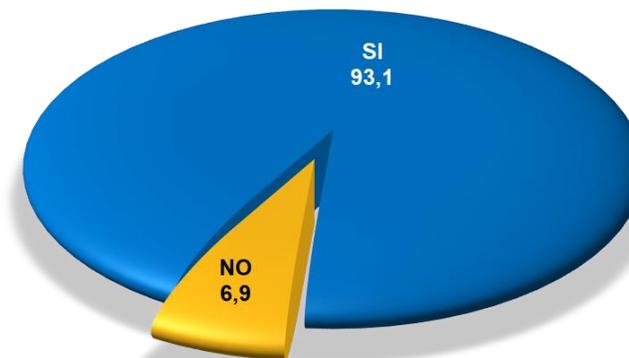


CONSUMEN MIEL HABITUALMENTE



Base Consumen Miel habitualmente: 481

CONSUMEN MIEL ESPORÁDICAMENTE

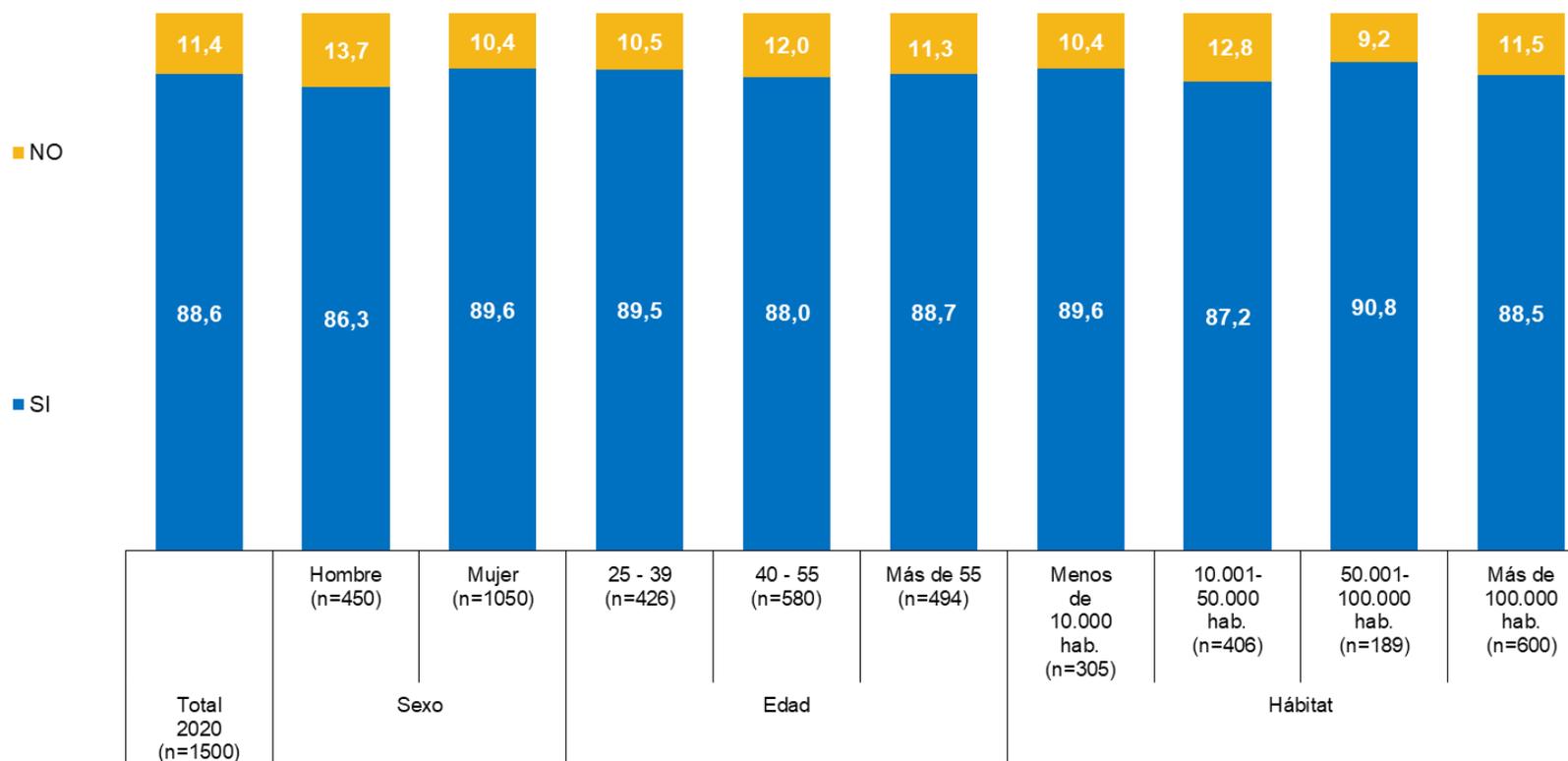


Base Consumen Miel esporádicamente: 642

¿Estaría Ud de acuerdo con que se sustituyeran estas expresiones por la indicación de los países de origen de todas las mieles que forman la mezcla? (%)

(\*) Respuesta única

Resultados según sexo, edad y hábitat



¿Compraría Ud una determinada miel si supiera que su origen es: ...?

(%)

(\*) Respuesta única por ítem

Resultados según sexo, edad y hábitat

	Total 2020	Sexo		Edad			Hábitat			
		Hombre	Mujer	De 25 a 39	De 40 a 55	Más de 55	Menos de 10.000 hab.	10.001-50.000 hab.	50.001-100.000 hab.	Más de 100.000 hab.
<b>España</b>	<b>93,1</b>	<b>90,1</b>	<b>94,3</b>	<b>94,1</b>	<b>92,5</b>	<b>92,8</b>	<b>91,9</b>	<b>93,3</b>	<b>94,4</b>	<b>93,0</b>
<b>Unión Europea</b>	<b>63,2</b>	<b>65,8</b>	<b>62,1</b>	<b>69,9</b>	<b>65,0</b>	<b>55,3</b>	<b>62,8</b>	<b>64,8</b>	<b>66,1</b>	<b>61,4</b>
Fuera de la Unión Europea	27,6	30,6	26,3	32,1	30,4	20,3	29,6	29,2	26,0	26,0
Argentina	22,6	27,3	20,6	23,2	25,5	18,7	22,5	25,5	19,8	21,5
México	21,5	25,7	19,7	21,7	24,6	17,7	21,5	24,3	19,2	20,4
Uruguay	21,5	26,2	19,5	21,5	24,8	17,7	19,6	25,5	19,7	20,4
Turquía	20,3	23,6	18,9	21,8	22,1	16,9	18,4	22,1	18,1	20,7
Ucrania	19,5	24,2	17,4	19,2	21,9	16,9	18,0	21,9	17,6	19,1
China	13,4	15,6	12,5	12,6	15,7	11,4	12,0	15,0	12,8	13,2
<b>Base</b>	<b>1.500</b>	<b>450</b>	<b>1.050</b>	<b>426</b>	<b>580</b>	<b>494</b>	<b>305</b>	<b>406</b>	<b>189</b>	<b>600</b>



#alimentosdespaña