

¿Qué objetivo tiene?

El objetivo del Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario es elaborar unos índices que permitan medir de forma cuantitativa y periódicamente cuál es el clima de confianza de los principales participantes en el proceso de comercialización agroalimentaria (productores, industria, distribución y consumidores).

¿Qué estudia?

El Índice de Confianza del Sector Agroalimentario constituye una novedosa forma de analizar la coyuntura y evolución del Sector Agroalimentario Español, así como el impacto de las actuaciones de la Administración Pública y del propio entorno del sector, a través de las percepciones, divididas en diferentes áreas de interés, de los agentes participantes en el proceso de Comercialización Agroalimentaria (productores, industria, distribución y consumidores).

La información recogida está centrada en las siguientes áreas de interés:

- ▲ **Coyuntura económica del país:** percepción sobre la evolución de la situación económica general del país, así como perspectivas de futuro.
- ▲ **Coyuntura económica del sector agroalimentario:** situación y evolución del sector agroalimentario.
- ▲ **Confianza ante el consumo de los alimentos:** grado de confianza en el consumo de alimentos.
- ▲ **Relaciones comerciales para productores, industria, mayoristas y distribuidores:** satisfacción, plazo de pago, precios pagados, condiciones de suministro, etc.

Los resultados que se han ido presentando están disponibles en la web del MAPA:

- www.mapa.es → **Alimentación**
→ **Distribución, Consumo y Comercialización**
→ **Estudios sobre la Comercialización Agroalimentaria en España**



Ficha Técnica

Universo: Agentes de la cadena agroalimentaria de España: productores, mayoristas, industrias agroalimentarias, distribución alimentaria y consumidores.

Cobertura Geográfica: Nacional (excepto Ceuta y Melilla) para todos los agentes estudiados.

Muestra: *Productores:* 1.050 entrevistas trimestrales, con un error máximo de muestreo de $\pm 3,1\%$; *Industria:* 700 entrevistas trimestrales, con un error máximo de muestreo de $\pm 3,8\%$; *Mayoristas:* 100 entrevistas trimestrales, con un error máximo de muestreo de $\pm 10,0\%$; *Distribuidores:* 700 entrevistas trimestrales, con un error máximo de muestreo de $\pm 3,8\%$; *Consumidores:* 2.006 entrevistas trimestrales, con un error máximo de muestreo de $\pm 2,2\%$ (2.800 entrevistas en el cuarto trimestre, con un error máximo de muestreo de $\pm 1,9\%$), en todos los casos para el supuesto de muestreo aleatorio simple y un nivel de confianza del 95,5% ($p=q=0,5$).

Segmentación de la muestra: La distribución final de las entrevistas ha tenido en cuenta los criterios de representatividad siguientes: para productores e industria, Comunidad Autónoma y subsector; para mayoristas, número de empresas en cada Merca; para distribuidores, Comunidad Autónoma y canal de compra; y para consumidores, Comunidad Autónoma y hábitat.

¿Qué contenidos específicos de las empresas contempla?

La información recogida, con periodicidad trimestral, para cada uno de los agentes económicos considerados en el estudio y cuyos resultados se sintetizan, de manera más simple y práctica, en el "Índice de Confianza del Sector Agroalimentario Español" son los siguientes:

■ COYUNTURA ECONÓMICA

- Productores
- Industria
- Mayoristas
- Distribuidores
- Consumidores

■ COYUNTURA SECTORIAL

- Situación sector agroalimentario en relación a otros sectores económicos
- Evolución del sector en el último año
- Evolución de las ventas en el último año
- Perspectivas de ventas para los próximos meses
- Satisfacción de la evolución de los márgenes Productores
- Perspectivas sobre los márgenes. Productores
- Satisfacción de la evolución de los márgenes. Distribuidores
- Importancia que tiene el asociacionismo y cooperativismo existente en el sector productor sobre sus negocios. Productores
- Grado de adaptación a las necesidades de los consumidores
- Gestión administraciones públicas: seguimiento de precios de alimentos

- Gestión administraciones públicas: apoyo e incentivos
- Implantación de tecnologías de la información y comunicaciones

■ CONFIANZA ALIMENTARIA

- Grado de confianza en el consumo de alimentos
- Descripción de los Análisis de Gap (análisis Importancia/Satisfacción)
- Análisis Importancia/Satisfacción del sector Agroalimentario - Productores
- Análisis Importancia/Satisfacción del sector Agroalimentario - Industria
- Análisis Importancia/Satisfacción del sector Agroalimentario - Mayoristas
- Análisis Importancia/Satisfacción del sector Agroalimentario - Distribuidores
- Análisis Importancia/Satisfacción del Consumo de Alimentos - Consumidores

■ ÁMBITO COMERCIAL

- Análisis Importancia/Satisfacción del Ámbito Comercial - Productores
- Análisis Importancia/Satisfacción del Ámbito Comercial - Industria
- Análisis Importancia/Satisfacción del Ámbito Comercial - Mayoristas
- Análisis Importancia/Satisfacción del Ámbito Comercial - Distribuidores