

# Barómetro del clima de Confianza del sector agroalimentario

## Monográfico Productos Novedosos

Abril 2023



## Introducción

### BARÓMETRO DEL CLIMA DE CONFIANZA DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

¿QUÉ ES EL BARÓMETRO?



El Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario es una herramienta de carácter trimestral que permite **caracterizar la situación actual de los agentes del sector agroalimentario**, sus **expectativas económicas** y su **percepción de la situación agroalimentaria**, mediante:

Elaboración de índices

Elaboración de monográficos

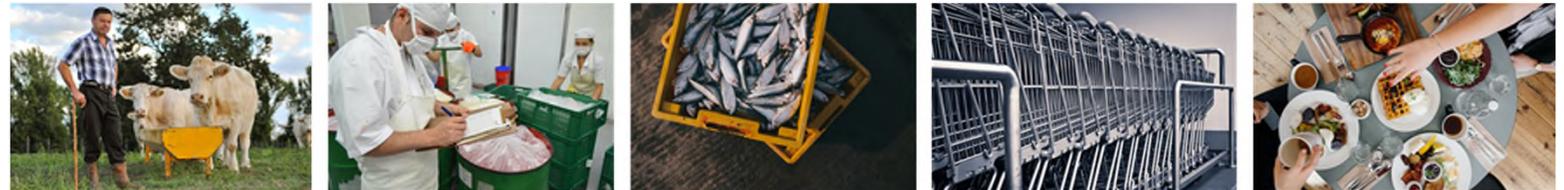
Comparativa de índices

## Introducción

### BARÓMETRO DEL CLIMA DE CONFIANZA DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

¿QUÉ EVALÚA EL BARÓMETRO?

El Barómetro mide, de forma cuantitativa y cualitativa, cuál es el **clima de confianza de los principales participantes en el proceso de la comercialización agroalimentaria** (productores, industria, mayoristas, distribuidores y consumidores), **por sectores** (cárnico, pesquero, hortofrutícola, aceite, lácteo, vitivinícola...)



El estudio también permite ahondar en aquellas temáticas que el Ministerio considere oportuno, a partir del **interés coyuntural** que éstas susciten y para cada uno de los agentes de la cadena.

# Metodología

## NIVEL DE DETALLE DE LA MUESTRA Y ERROR MUESTRAL



RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN

### MUESTRA

A nivel global del estudio, el número de entrevistas por tipología de agente es el siguiente:

	Muestra	Error muestral
	Trimestral	Trimestral
Consumidores	1.500	±2,58%
Distribuidores	700	±3,78%
Mayoristas	150	±8,16%
Industria	800	±3,54%
Productores	1.050	±3,09%
<b>Total</b>	<b>4.200</b>	<b>±1,54%</b>

> Adicionalmente, cada año se realizan:

**+1.500** encuestas a consumidores

**+2.700** encuestas a los agentes empr.:

- productores
- industrias
- mayoristas
- distribución

## Metodología

### ESTUDIOS AD-HOC DE TEMÁTICAS ESPECÍFICAS DE INTERÉS EN CADA MOMENTO

#### ELABORACIÓN DE LOS MONOGRÁFICOS



Con una periodicidad trimestral se llevan a cabo, para un conjunto de agentes del estudio o la totalidad de ellos, **una o varias temáticas adicionales a abordar de forma específica** durante la realización de las encuestas.



Estas temáticas son escogidas teniendo en cuenta la situación coyuntural del sector en cada momento. Se abordan como **estudios monográficos completos e independientes de los indicadores el índice** mediante un cuestionario adicional para cada agente objeto del estudio monográfico.



## Resultados Monográfico Productos Novedosos

# Ficha Técnica

## MONOGRÁFICO PRODUCTOS NOVEDOSOS

### FICHA TÉCNICA

#### Muestra

1.500

Entrevistas

#### Metodología



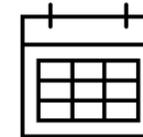
Encuestas Telefónicas

#### ¿A quién?



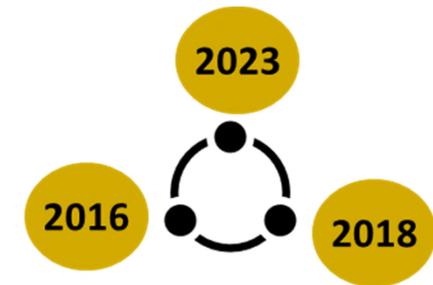
Responsables de compra en el hogar

#### Calendario



Entre el 10 de enero y el 22 de marzo de 2023

#### Datos



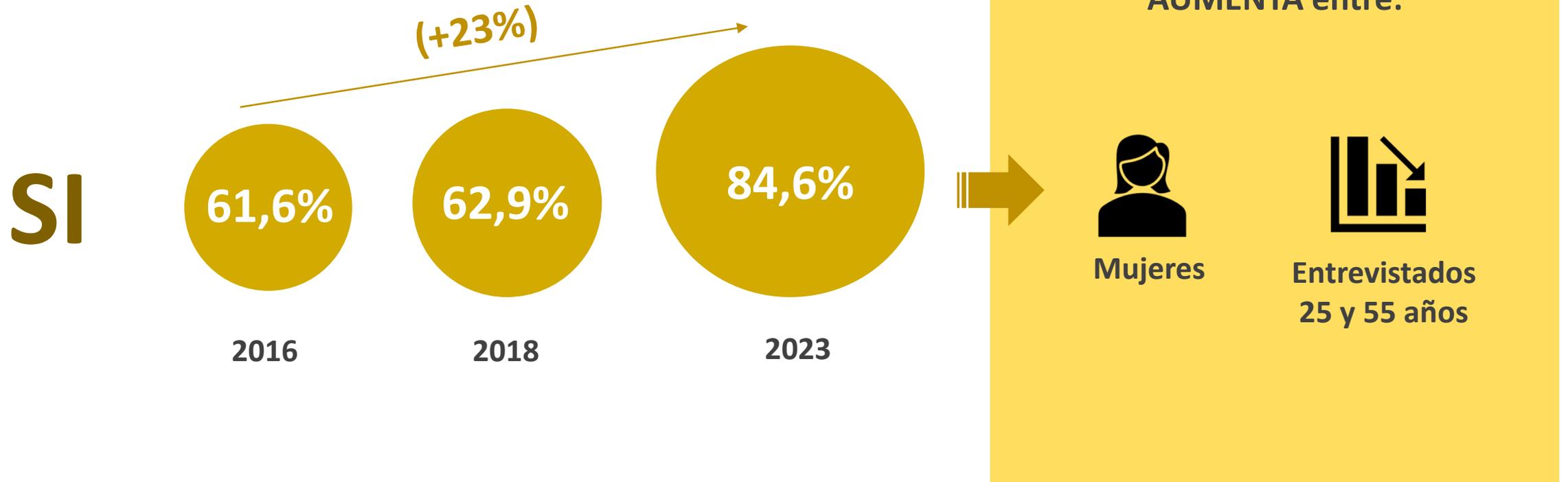
Resultados comparados con otros años

## Resultados

### MONOGRÁFICO PRODUCTOS NOVEDOSOS

# Quando va a comprar ¿Se fija en los productos nuevos que salen al mercado?

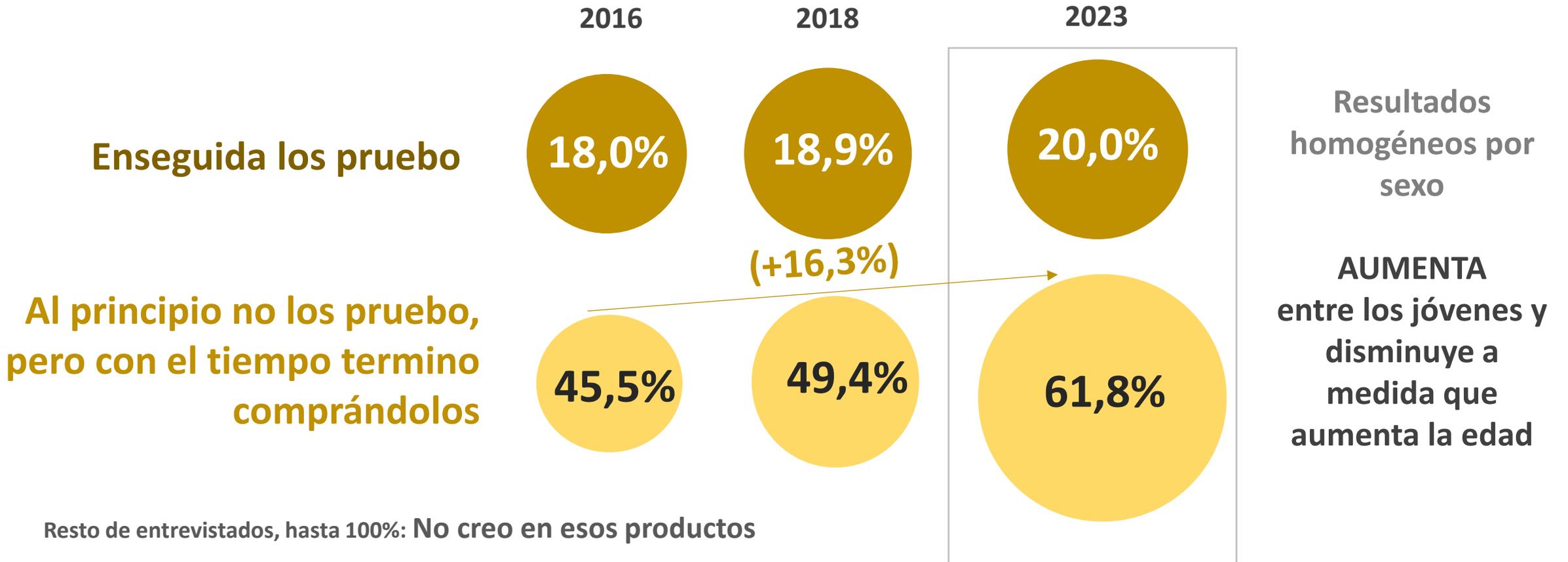
(\*) Respuesta única



## MONOGRÁFICO PRODUCTOS NOVEDOSOS

### Habitualmente cuando aparecen productos nuevos en el mercado...

(\*) Respuesta única



**Principales factores que determinan la compra de los productos novedosos**

- 1 Conocimiento del producto por el boca a boca**
- 2 Curiosidad por la novedad**
- 3 Degustación del producto en el establecimiento**
- 4 Publicidad en TV o Prensa**
- 5 Presencia de hijos en el hogar**

MONOGRÁFICO PRODUCTOS NOVEDOSOS

**CONFIANZA en los Productos Novedosos**

Escala de 0 (No confía nada) a 10 (Confía totalmente)



2016



2018



2023



Resultados homogéneos por sexo



La confianza DISMINUYE entre los mayores de 55 años

MONOGRÁFICO PRODUCTOS NOVEDOSOS

# PRECIO de los Productos Novedosos

Escala de 0 (Muy baratos) a 10 (Muy caros)



2016



2018



2023



Resultados homogéneos por sexo



Resultados homogéneos por edad

**Líneas de productos en los que más se innova**

**1 Bebidas: zumos, refrescos, etc**

**2 Platos preparados**

**3 Dulces: Pan, bollería, etc**

**4 Aperitivos y snacks**

**5 Lácteos**

## Resultados

### MONOGRÁFICO PRODUCTOS NOVEDOSOS

# ¿Las innovaciones en el sector alimentario cubren sus necesidades?

(\*) Respuesta única

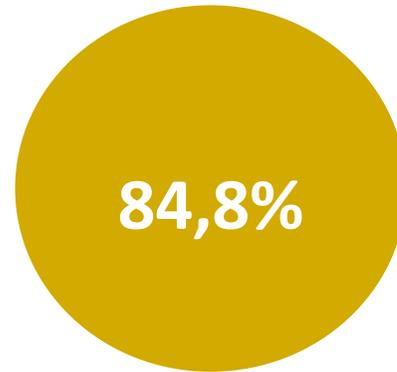
SI



2016



2018



2023



Resultados homogéneos por sexo



El porcentaje DISMINUYE a medida que aumenta la edad

¿Qué le interesa más de las innovaciones de alimentos?



**1 Que sean productos saludables**



**2 Que ofrezcan mejores sabores**



**3 Que cubran necesidades que no tenía cubiertas**



**4 Que ahorren tiempo en preparar la comida**



**5 Que los envases sean más prácticos**

MONOGRÁFICO PRODUCTOS NOVEDOSOS

A la hora de comprar productos novedosos  
¿Qué importancia tienen para Ud las siguientes tipologías?

Escala de 0 (No le importa nada) a 10 (Le importa mucho)

6,98

6,94

6,88

6,76

6,70

6,44

6,38

5,22

Productos  
bajos en  
grasas

Productos  
bajos en  
azúcares

Productos  
bajos en  
calorías

Productos  
producidos  
ecológicamente

Productos  
libres de  
conservantes

Productos  
libres de  
edulcorantes

Productos  
enriquecidos  
con vitaminas,  
omega, etc.

Productos  
sin gluten



## MONOGRÁFICO PRODUCTOS NOVEDOSOS

### La compra de estos productos ¿la realiza en su establecimiento habitual?

(\*) Respuesta única

