

¿Qué contenidos específicos contempla?

INFORMACIÓN FIJA - RESULTADOS PARTE GENÉRICA

- **Hábitos de compra del consumidor**
 - Establecimientos en que realizan la compra
 - Frecuencia y días de la semana en que realizan la compra
 - Factores que deciden la elección de un establecimiento
 - Fidelidad a la enseña/establecimiento
 - Exigencia del consumidor
- **Estrategias comerciales de la distribución**
 - Principales dificultades comerciales
 - Promoción y Publicidad
 - Promociones y Ofertas realizadas
 - Promociones y Ofertas más atractivas*
 - Internet
 - Canales de venta alternativos
 - Importancia productos específicos para las ventas
 - Horarios Comerciales
 - Valoración papel administración
 - Observaciones realizadas en establecimientos (Mystery Shopping)
 - Instalaciones
 - Carros y Cajas
 - Atención al cliente
 - Productos Frescos
 - Pagos
 - Tiempos de Espera
- **Hábitos de consumo alimentario**
 - Frecuencia de consumo
 - Frecuencia de consumo de productos embarquetados
 - Confianza en productos de importación
 - Frecuencia consumo alimentos fuera de casa
 - Confianza comidas preparadas fuera de casa
- **Marcas**
 - Marcas consumidas
 - Consumo de Marcas
 - Compra y fidelidad a Marcas de Distribuidor
 - Familias de Productos comprados de marcas propias de distribuidor
- **Percepción de precios**
 - Percepción de la evolución Precios últimos 3 meses – Consumidores
 - Percepción de la evolución Precios últimos 3 meses – Distribuidores
 - Papel de la distribución en los precios finales al consumidor

INFORMACIÓN VARIABLE - RESULTADOS MONOGRÁFICOS

MONOGRÁFICO DE NAVIDAD

- **Hábitos de compra del consumidor**
 - Presencia de personal extra
 - Transporte utilizado y servicio de entrega a domicilio
 - Exigencia del consumidor, etc.
- **Estrategias comerciales de la distribución**
 - Campañas publicitarias, Servicios, Cestas y lotes de navidad
 - Venta de diferentes tipos de productos, etc.
- **Hábitos de compra de productos alimenticios navideños**
 - Personas que intervienen en la decisión de compra
 - Factores que intervienen en la decisión de los menús navideños
 - Estimación del gasto, compra de productos para congelar
 - Nivel de aceptación de productos navideños
 - Costumbre de comer/cenar fuera de casa, etc.
- **Marcas**
 - Marcas consumidas, compra y fidelidad a las marcas del distribuidor
- **Percepción de precios**
 - Evolución precios alimentos en navidad-Consumidores
 - Evolución precios alimentos en navidad-Distribuidores
 - Percepción de precios por canal
 - Establecimientos donde gasta más dinero
 - Comportamiento del consumidor ante las subidas de precios
- **Relación del distribuidor con sus proveedores**

HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS NUEVOS HOGARES

- Percepción de precios en productos precocinados
- Comidas fuera del hogar
- Grado de confianza en los alimentos preparados que consume en diferentes establecimientos
- Preocupación de la distribución y la industria por la proliferación de hogares unipersonales y familias sin hijos, etc.

ETIQUETADO DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

- Interés en el etiquetado de los productos
- Evaluación de la información reflejada en el etiquetado
- Conocimiento y consumo de los OGMs

ALIMENTOS FUNCIONALES

- Conocimiento de los alimentos funcionales
- Consumo y venta de los alimentos funcionales
- Percepción de precios de los alimentos funcionales
- Etiquetado de los alimentos funcionales

PRODUCTOS DESTINADOS A LA POBLACIÓN INFANTIL

- Conocimiento de los alimentos para la población infantil
- Hábitos de compra de alimentos para la población infantil
- Opiniones sobre la compra de alimentos destinados a la población infantil
- Percepción de precios de los productos
- Etiquetado de los productos
- Publicidad de los productos