



Barómetro clima de confianza del sector agroalimentario

Monográfico Venta Directa

(Consumidores)

Tercer 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	7
▪ Conclusiones	8
▪ Resultados Monográfico Venta Directa Consumidores 3^{er} Trimestre 2020	11
▪ Compra directa al productor, agricultor o ganadero	12
▪ Productos adquiridos a través de Venta Directa	14
▪ Compra directa: sistema de compra habitual o esporádico.....	15
▪ Confianza en los productos alimenticios que se adquieren directamente de un productor, agricultor o ganadero	17
▪ Confianza en la calidad de los productos alimenticios que se adquieren mediante compra directa	19
▪ Confianza en la seguridad de los productos alimenticios que se adquieren mediante compra directa	21
▪ Precio de los productos de alimentación que se adquieren mediante compra directa	23
▪ Ventajas de la compra directa de los alimentos frente a los establecimientos tradicionales	25
▪ Compra de alimentos por internet en páginas web de venta directa de alimentos	26
▪ Páginas en las que compró	28
▪ Intención de compra de alimentos a través de compra directa por internet	29
▪ Contribución del consumidor a la conservación del medio ambiente con la compra directa	31
▪ Contribución del consumidor a la mejora de la renta y nivel de vida de los productores.....	33

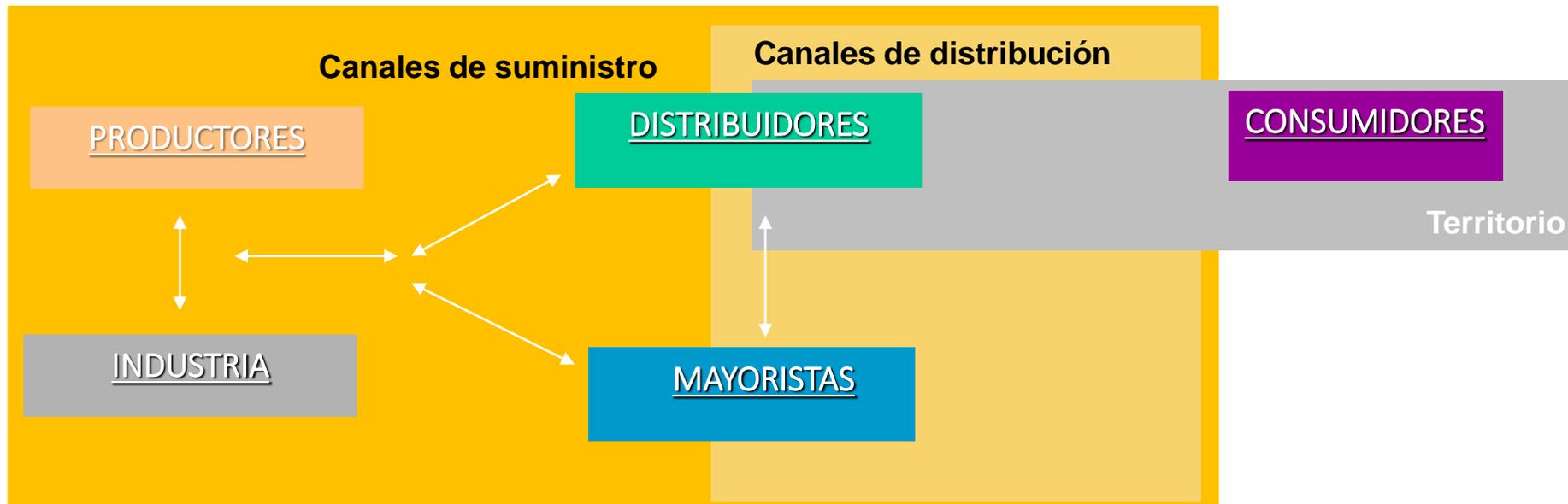
Objetivos

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
ANDALUCÍA	ALMERÍA	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
Total		51	81	41	96	269
ARAGON	HUESCA	3	2	2	0	7
	ZARAGOZA	7	3	0	21	31
	TERUEL	3	2	0	0	5
Total		13	7	2	21	43
ASTURIAS	ASTURIAS	5	8	4	16	33
Total		5	8	4	16	33
BALLEAR ILLES	BALLEAR ILLES	5	18	0	13	36
Total		5	18	0	13	36
C DE NAVARRA	NAVARRA	9	6	0	6	21
Total		9	6	0	6	21
C VALENCIANA	ALICANTE	8	20	13	18	59
	CASTELLÓ	4	7	2	6	19
	VALENCIA	15	32	9	25	81
Total		27	59	24	49	159
CANARIAS	LAS PALMAS	2	12	6	15	35
	STA CRUZ TENEI	5	14	2	12	33
Total		7	26	8	27	68
CANTABRIA	CANTABRIA	6	5	2	6	19
Total		6	5	2	6	19
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
	Total		35	9	10	24

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
Total		29	18	12	6	65
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
Total		46	67	27	104	244
EXTREMADURA	CACERES	7	2	3	0	12
	BADAJOS	10	5	2	5	22
Total		17	7	5	5	34
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
Total		25	30	10	21	86
LA RIOJA	LA RIOJA	3	2	0	5	10
Total		3	2	0	5	10
MADRID	MADRID	11	20	28	152	211
Total		11	20	28	152	211
MURCIA	MURCIA	2	19	5	21	47
Total		2	19	5	21	47
PAIS VASCO	ALAVA	2	1	0	8	11
	GUIPÚZCOA	5	10	2	6	23
	VIZCAYA	7	13	3	14	37
Total		14	24	5	28	71
CEUTA Y MELILLA	CEUTA	0	0	3	0	3
	MELILLA	0	0	3	0	3
Total		0	0	6	0	6
Total General		305	406	189	600	1500

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 **± 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 21 de julio y 30 de septiembre de 2020.
- La revisión, depuración, supervisión y tabulación de los cuestionarios se efectuó entre los días 22 de julio y 30 de septiembre de 2020.

Conclusiones

- El 34,2% de los consumidores ha comprado alguna vez alimentos o bebidas directamente al productor, agricultor o ganadero (39,3% en 2016, 37,5% en 2014 y 40,2% en 2012). La compra directa a productor, agricultor o ganadero aumenta entre los entrevistados mayores de 55 años y disminuye entre el resto de entrevistados. Por tamaño de hábitat, el porcentaje aumenta entre los consumidores que residen en poblaciones de menos de 10.000 habitantes y disminuye a medida que aumenta el tamaño de hábitat. Las verduras y hortalizas son los productos que más se adquieren a través de este canal. Le siguen las frutas, el aceite y los huevos.
- Para la mayoría de los consumidores que han comprado alguna vez alimentos o bebidas mediante venta directa esta compra es un sistema de compra esporádico (53,1%), (58,5% en 2016, 57,9% en 2014 y 62,5% en 2012), para un 46,9% es un sistema habitual (41,5% en 2016, 42,1% en 2014 y 37,5% en 2012). En los hábitats de menos de 10.000 habitantes, el porcentaje de consumidores que lo considera un canal habitual de compra aumenta notablemente (58,6%).
- Respecto a si tienen mayor confianza en los alimentos que se adquieren directamente de un productor, agricultor o ganadero que en los que adquieren en sus establecimientos habituales de compra, el GAP entre los que manifiestan que tienen mayor confianza en los productos que se adquieren directamente de productores, agricultores y ganaderos y entre los que tienen menor confianza en estos productos, sale con mucha diferencia, a favor de los que confían más.
- En una escala de 0 (ninguna confianza) a 10 (total confianza), la confianza media del consumidor en la calidad de estos productos se sitúa en 6,6 puntos, (7,2 puntos en 2016 y 7,5 puntos en 2014 y 2012). Los resultados por sexo, edad y hábitat son bastante homogéneos. Entre los que ya han consumido estos productos la confianza aumenta a 7,1 puntos y disminuye entre aquéllos que nunca han adquirido productos de alimentación directamente del productor, agricultor o ganadero (6,4 puntos).
- Los consumidores confían en la seguridad de los productos que se adquieren directamente de un productor, agricultor o ganadero. En una escala de 0 (ninguna confianza) a 10 (total confianza) le otorgan una puntuación media de 6,3 puntos (7,0 en 2016 y 2014 y 7,1 en 2012). Los resultados son bastante homogéneos por sexo, edad y hábitat. Entre los que ya han consumido estos productos la confianza aumenta a 6,8 puntos y disminuye a 6,0 entre los que nunca los han consumido.
- En una escala de 0 (Muy Caros) a 10 (Muy Baratos), el precio de los productos alimenticios que se adquieren mediante compra directa es valorado por los consumidores con una puntuación media de 5,9 puntos (6,3 puntos en 2016, 6,6 en 2014 y 6,5 puntos en 2012). Por sexo, edad y hábitat, los resultados son muy homogéneos. Los que ya han consumido este tipo de productos valoran el precio con 6,2 puntos frente a los que no los han consumido que lo consideran algo más caros (5,8 puntos).

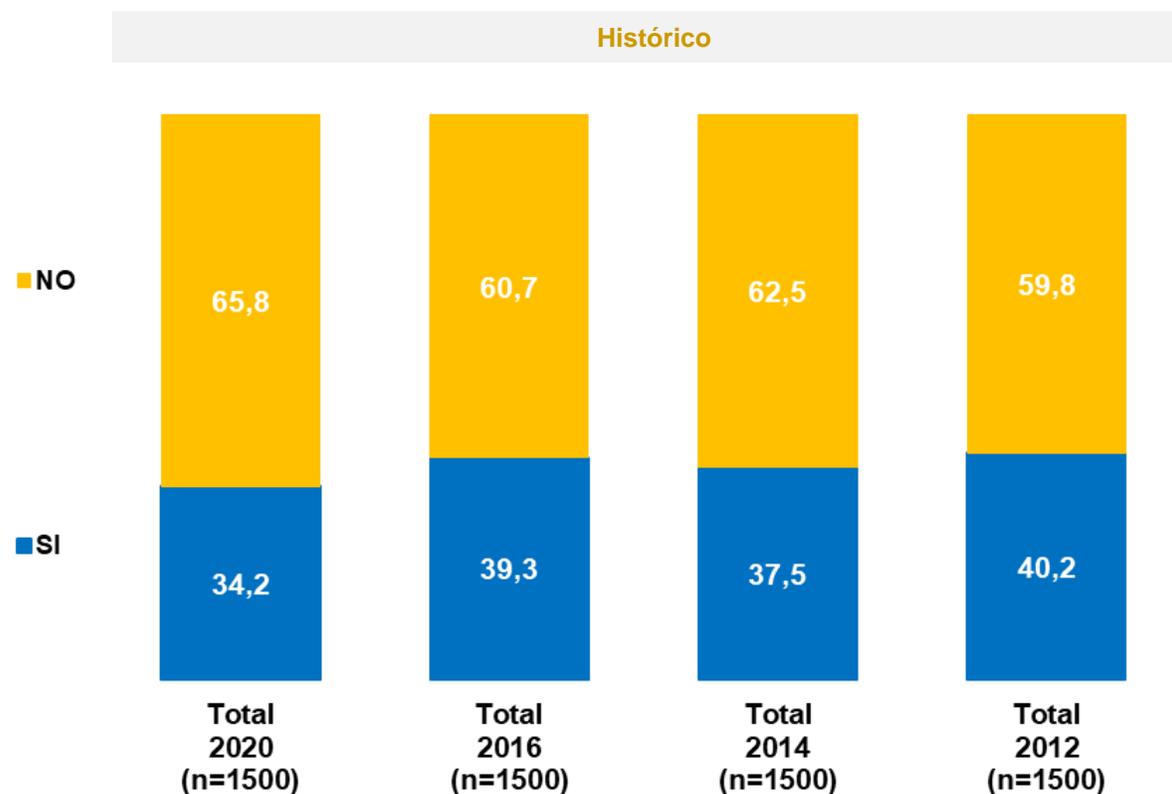
- Al preguntar por las ventajas de la compra directa de alimentos frente a los establecimientos tradicionales, tanto los consumidores que han utilizado alguna vez este canal como los que no, destacan principalmente la mayor calidad de éstos productos y el hecho de que sean productos más sanos y naturales. Un 2,9% de los entrevistados que no ha utilizado nunca este canal para la compra de alimentos y bebidas, no destaca ninguna ventaja.
- Un 4,1% (2,8% en 2016, 2,1% en 2014 y 3,2% en 2012) de los consumidores ha comprado alguna vez a través de alguna página web de Venta Directa de productos de alimentación y bebidas. Por sexo, los hombres han utilizado más este canal para la compra directa que las mujeres. Las principales páginas que mencionan son de frutas y verduras, destacando especialmente las de cítricos.
- Entre los que nunca han comprado alimentos mediante el sistema de venta directa por internet, un 48,8% (21,0% en 2016, 22,5% en 2014 y 38,5% en 2012) estaría dispuesto a comprar mediante este canal de compra. Este porcentaje aumenta considerablemente entre los entrevistados más jóvenes y disminuye entre los mayores de 55 años.
- La gran mayoría de entrevistados (85,4%) considera que comprando directamente a los agricultores se contribuye a la conservación del medioambiente (75,3% en 2016, 77,2% en 2014 y 80,3% en 2012). Por edad, esta creencia aumenta entre los entrevistados con edades entre 40 y 55 años. Por sexo y hábitat los resultados son bastante homogéneos.
- La inmensa mayoría de entrevistados (93,6%) considera que comprando directamente a los agricultores ayuda a mejorar la renta y nivel de vida de los productores (89,5% en 2016 y 90,7% en 2014). Por edad, esta creencia disminuye entre los entrevistados más jóvenes (entre 25 y 39 años) y aumenta en el resto. Por hábitat, los resultados son muy homogéneos.

Resultados Monográfico Venta Directa

Además de los canales más tradicionales de compra de alimentos o bebidas como pueden ser supermercados, hipermercados, tiendas de descuento o pequeño comercio, ¿Ha comprado alguna vez alimentos o bebidas directamente al productor, agricultor o ganadero? (en granjas, explotaciones agrarias, grupos de consumo, asociaciones de agricultores o a través de internet, etc) ?

(%)

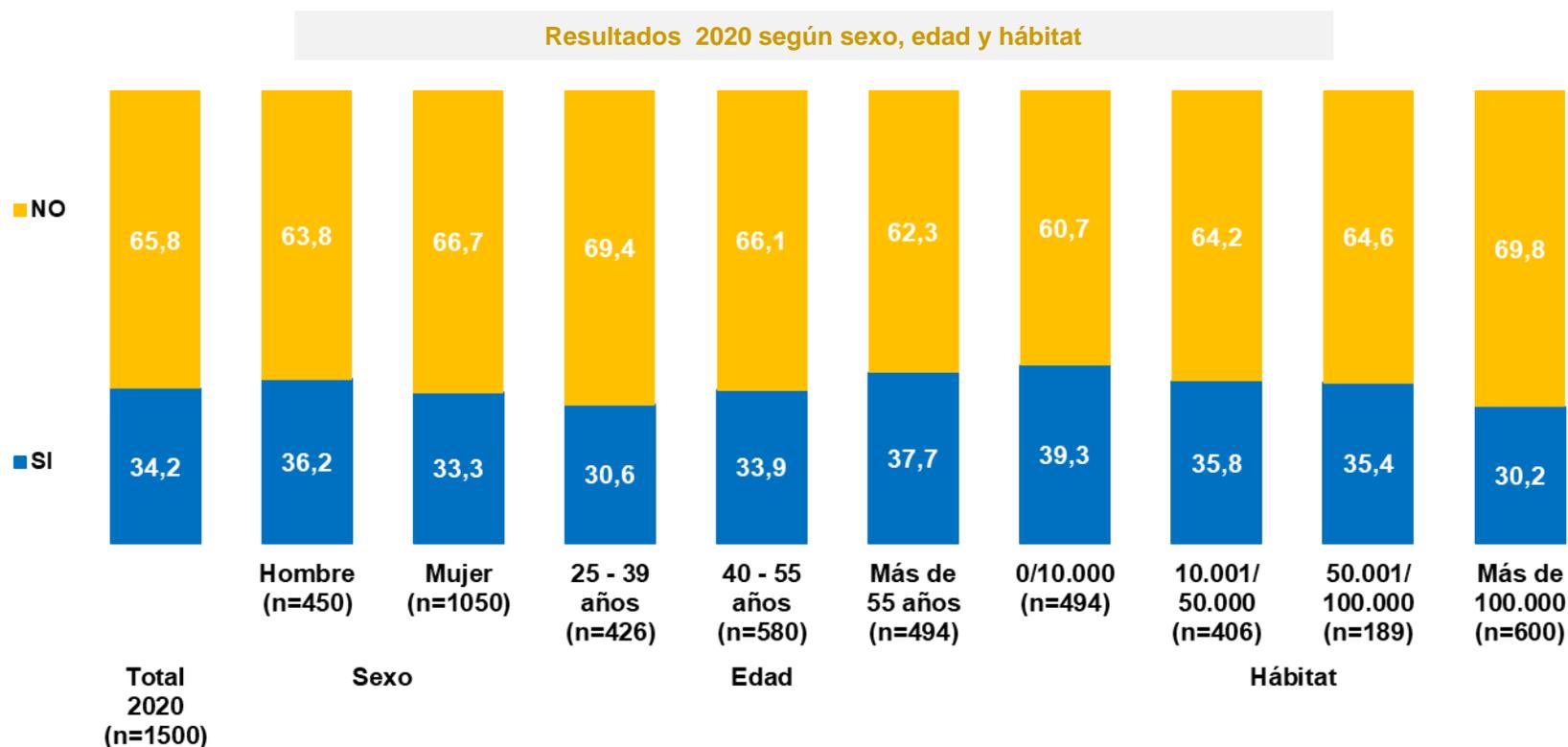
(*) Respuesta única



Además de los canales más tradicionales de compra de alimentos o bebidas como pueden ser supermercados, hipermercados, tiendas de descuento o pequeño comercio, ¿Ha comprado alguna vez alimentos o bebidas directamente al productor, agricultor o ganadero? (en granjas, explotaciones agrarias, grupos de consumo, asociaciones de agricultores o a través de internet, etc) ?

(%)

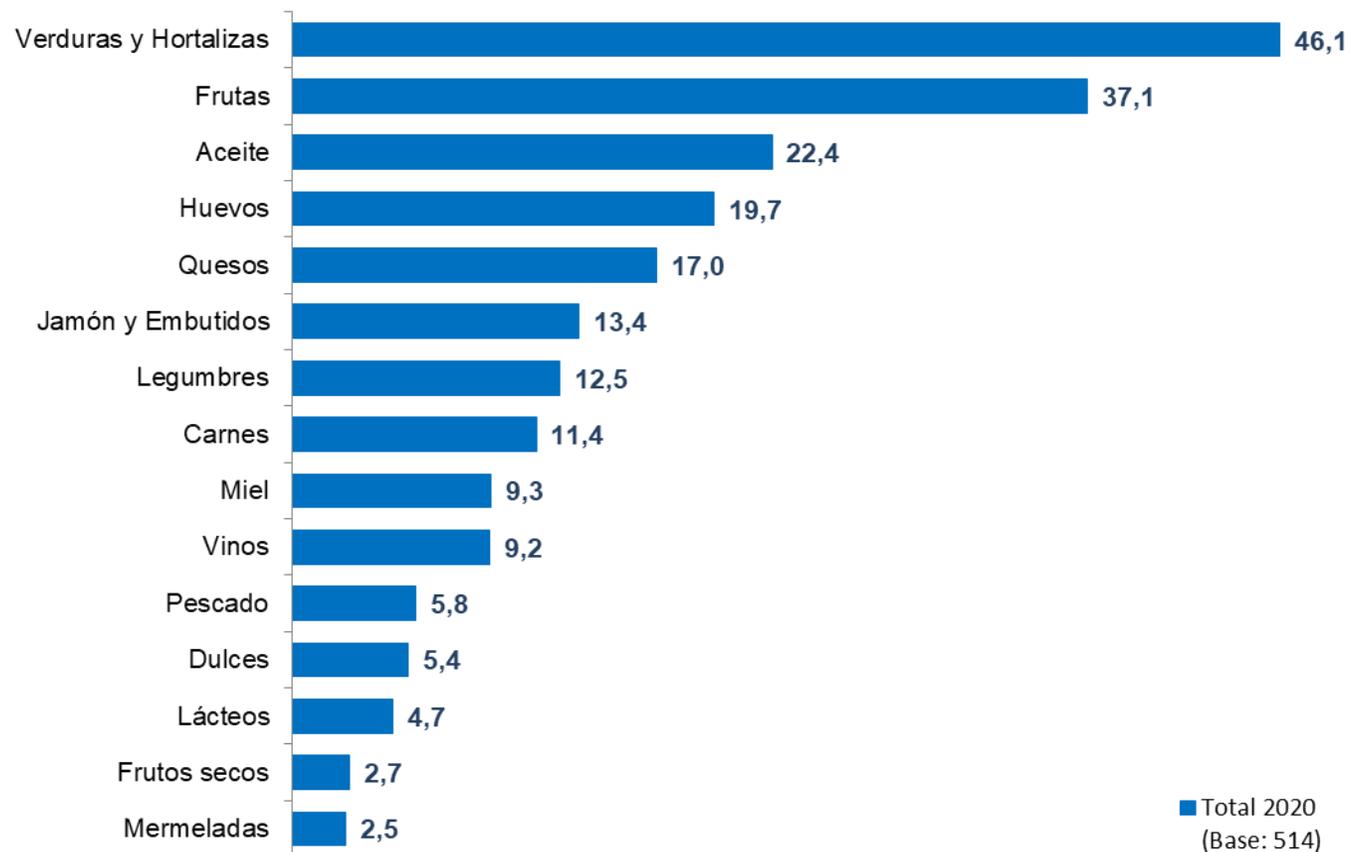
(*) Respuesta única



¿Qué tipos de productos compra/compró? (%)

(*) *Pregunta Espontánea. Respuesta múltiple*

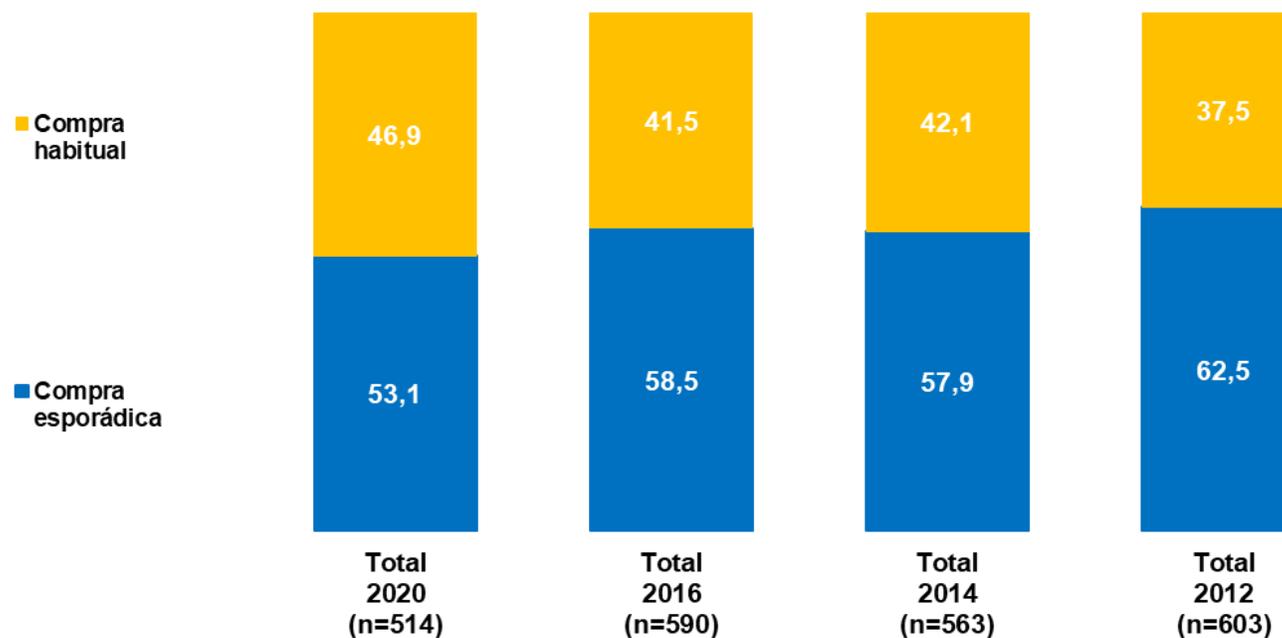
Resultado 2020



¿Esa compra fue esporádica o es un sistema de compra habitual para Ud? (%)

(*) Respuesta Única

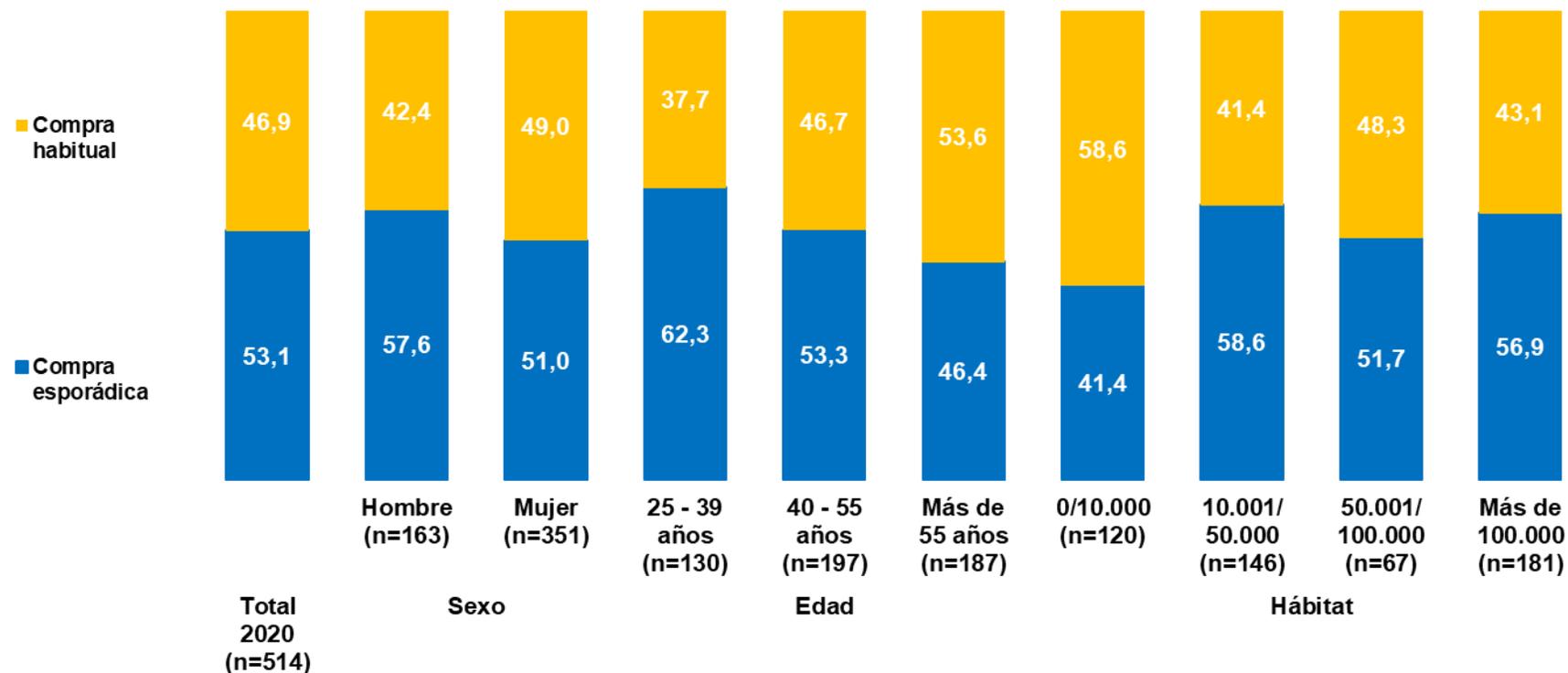
Histórico



¿Esa compra fue esporádica o es un sistema de compra habitual para Ud? (%)

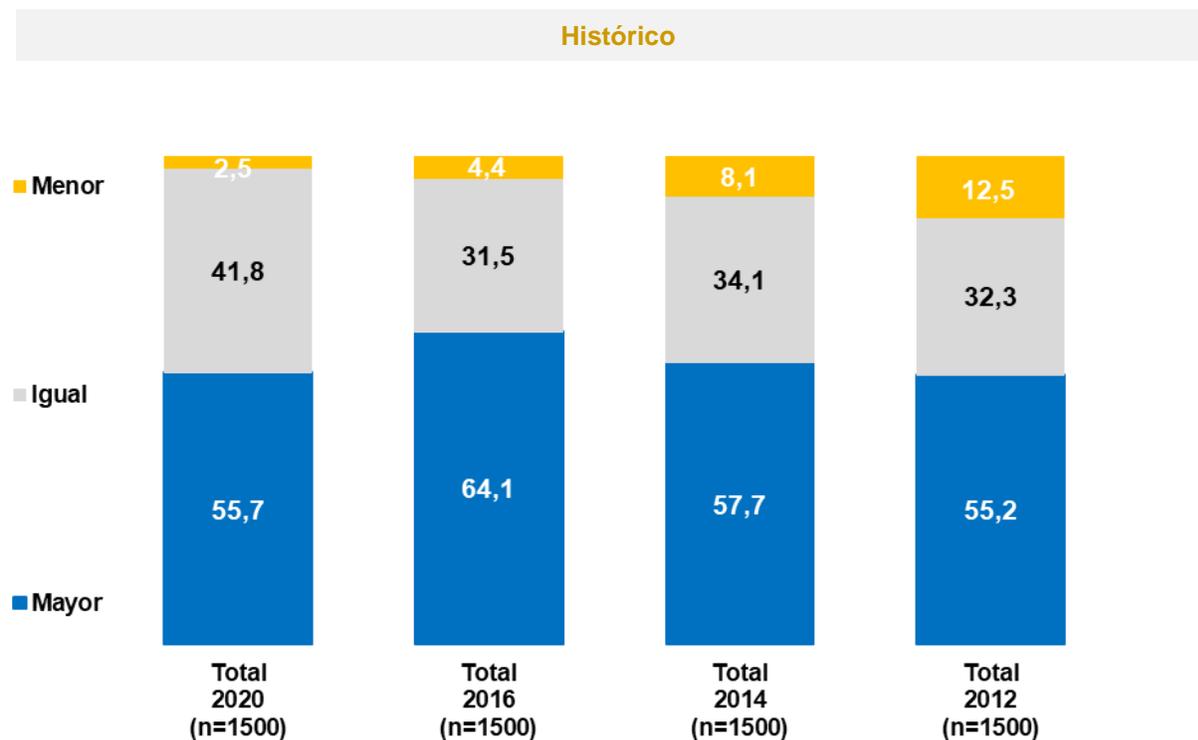
(*) Respuesta Única

Resultados 2020 según edad y hábitat



Independientemente de que hay comprado o no, su confianza en aquellos productos alimenticios que se adquieren directamente de un productor, agricultor o ganadero como por ejemplo: naranjas, huevos, carne, miel, etc ¿es mayor, igual o menor que los que se adquieren en sus establecimientos de compra habitual? (%)

(*) Respuesta Única

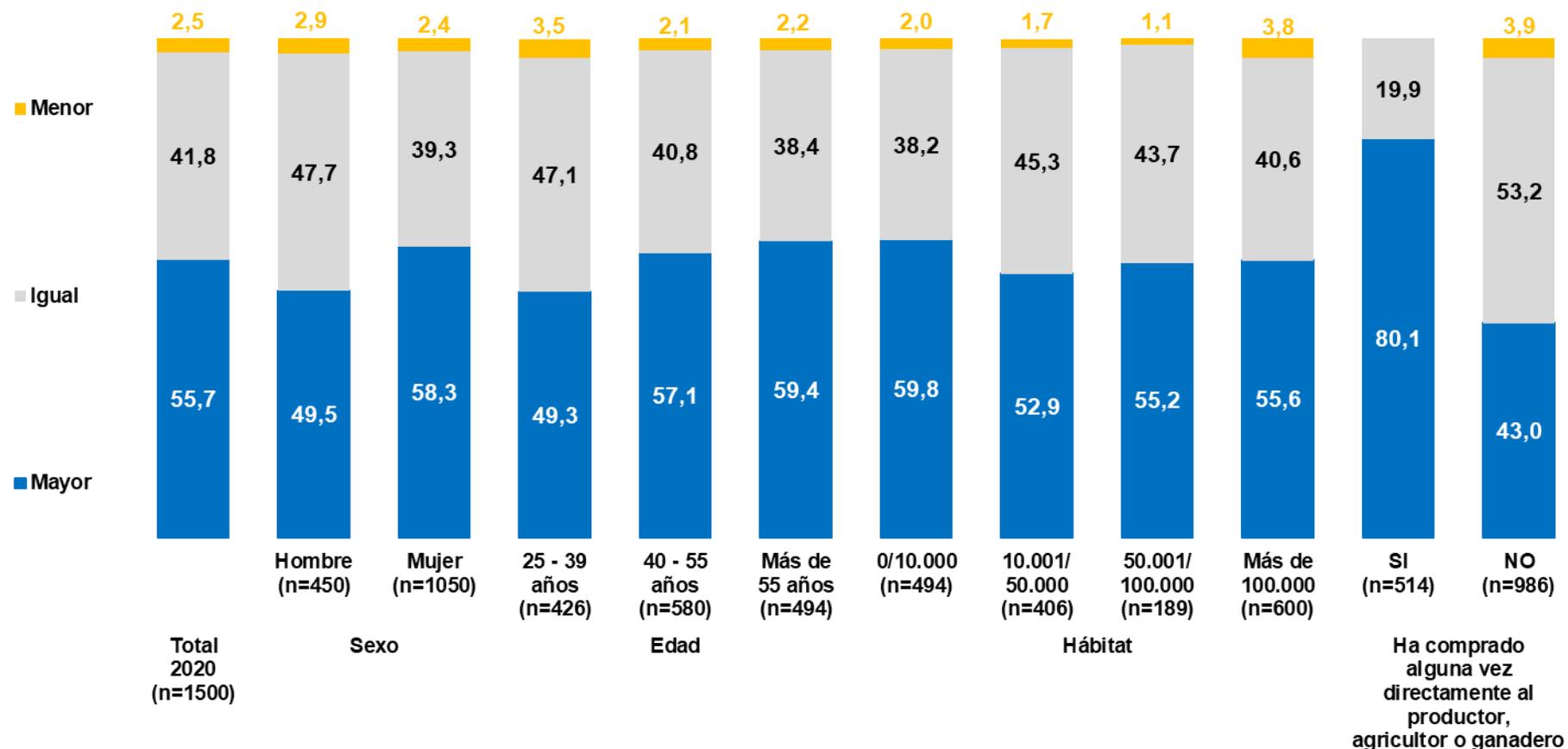


Independientemente de que hay comprado o no, su confianza en aquellos productos alimenticios que se adquieren directamente de un productor, agricultor o ganadero como por ejemplo: naranjas, huevos, carne, miel, etc ¿es mayor, igual o menor que los que se adquieren en sus establecimientos de compra habitual?

(%)

(*) Respuesta Única

Resultados 2020 según sexo, edad, hábitat y compra directa a productor, agricultor o ganadero



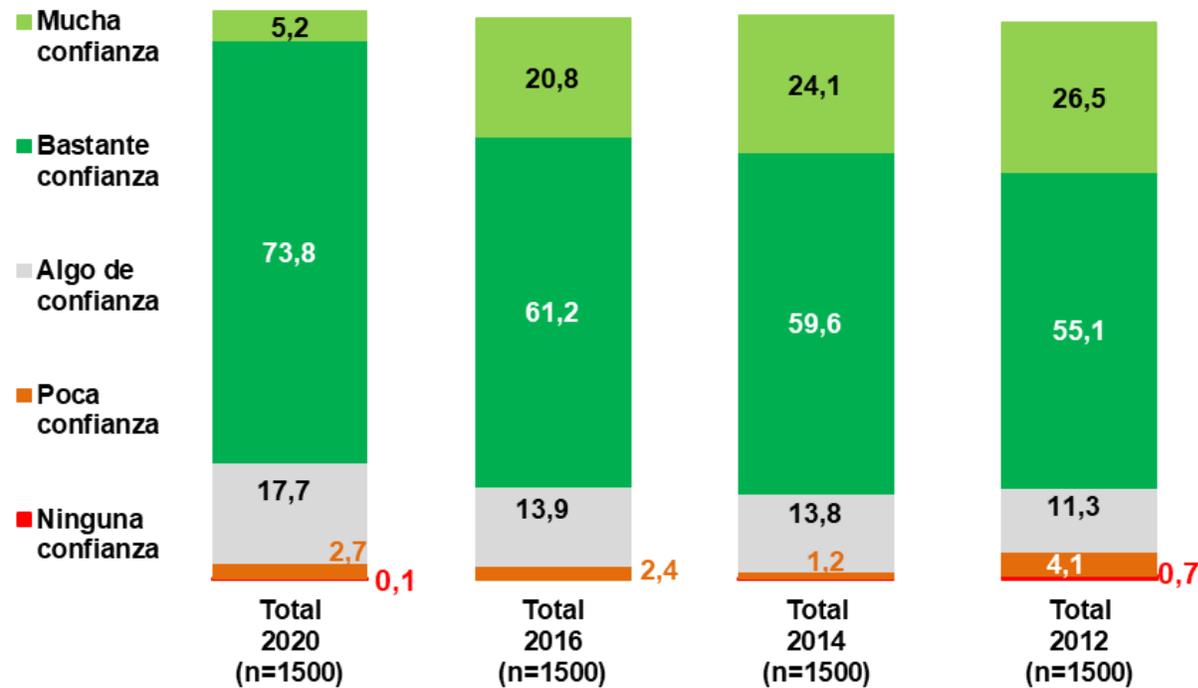
Independientemente de haya comprado o no, valore su confianza en la CALIDAD de los productos que se adquieren directamente del productor, agricultor o ganadero. (%)
Utilice una escala de 0 a 10, siendo 0 ninguna confianza y 10 total confianza

(*) Respuesta única

Histórico

Valoración Media	6,6	7,2	7,5	7,5
------------------	-----	-----	-----	-----

(*) Hasta 100% = Ns/Nc



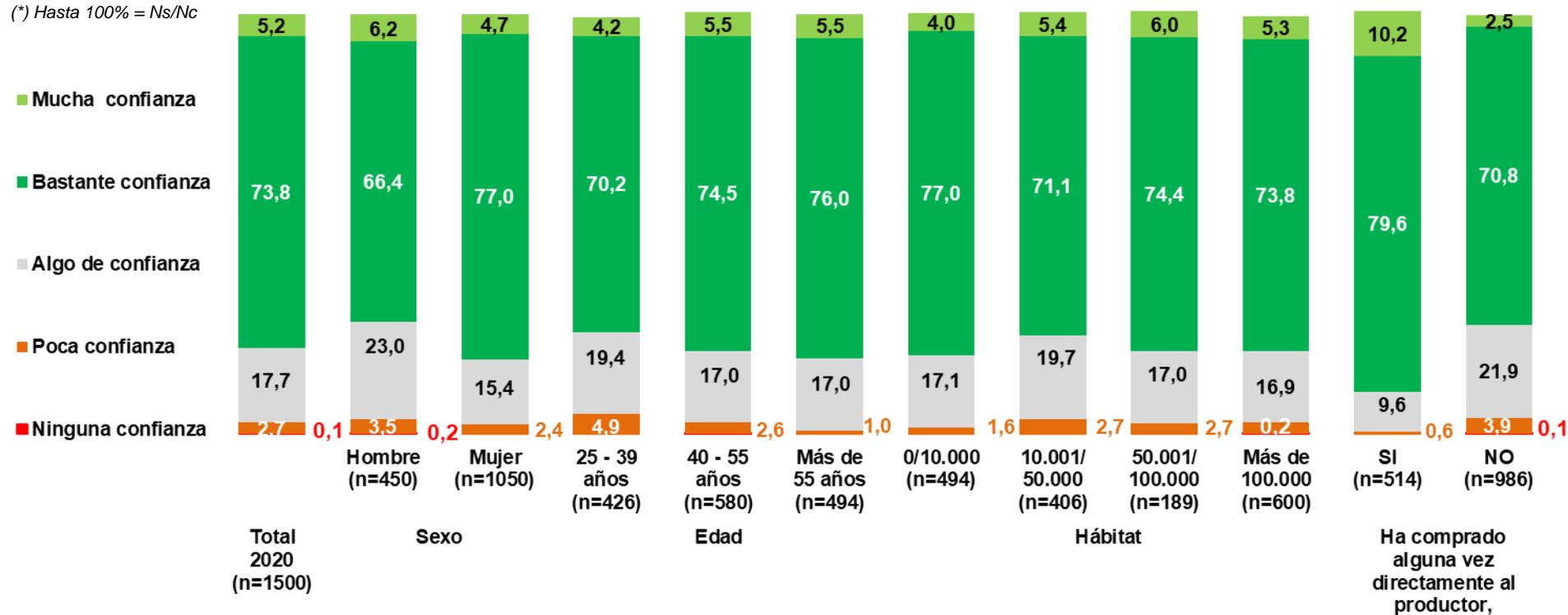
Independientemente de haya comprado o no, valore su confianza en la CALIDAD de los productos que se adquieren directamente del productor, agricultor o ganadero. Utilice una escala de 0 a 10, siendo 0 ninguna confianza y 10 total confianza (%)

(*) Respuesta única

Resultados 2020 según sexo, edad, hábitat y compra directa a productor, agricultor o ganadero

Valoración Media	6,6	6,5	6,7	6,5	6,6	6,7	6,7	6,5	6,7	6,6	7,1	6,4
------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

(*) Hasta 100% = Ns/Nc

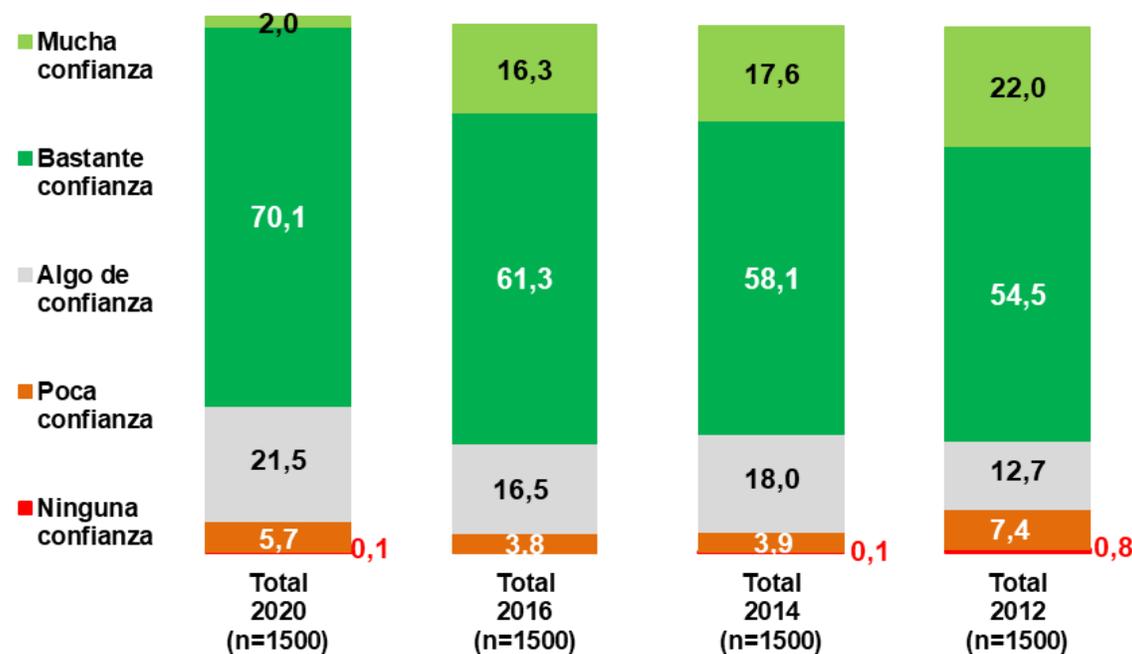


Independientemente que haya comprado o no, valore su confianza en la **SEGURIDAD** de los productos que se adquieren directamente del productor, agricultor o ganadero. Utilice una escala de 0 a 10, siendo 0 ninguna confianza y 10 total confianza (%)

(*) Respuesta única



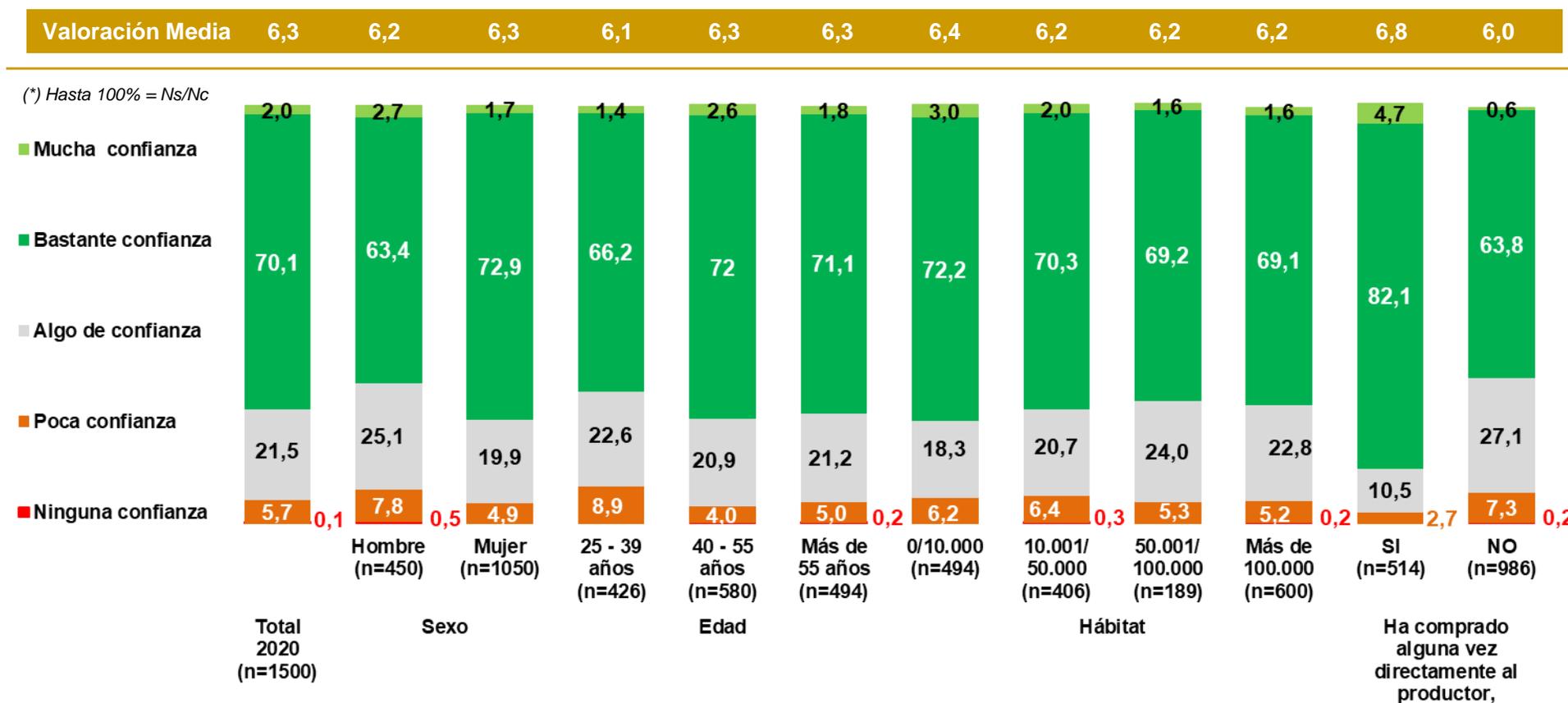
(*) Hasta 100% = Ns/Nc



Independientemente que haya comprado o no, valore su confianza en la **SEGURIDAD** de los productos que se adquieren directamente del productor, agricultor o ganadero. Utilice una escala de 0 a 10, siendo 0 ninguna confianza y 10 total confianza (%)

(*) Respuesta única

Resultados 2020 según sexo, edad, hábitat y compra directa a productor, agricultor o ganadero



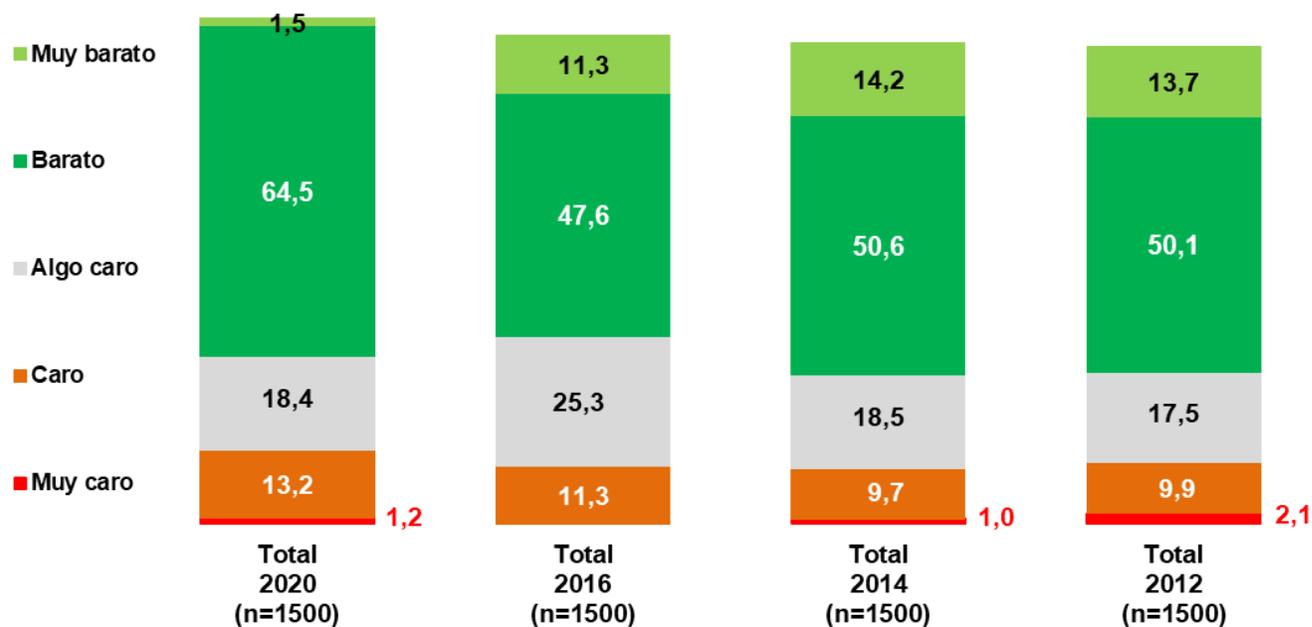
Independientemente de que haya comprado o no, valore el PRECIO de los productos que se adquieren directamente del productor, agricultor o ganadero. Utilice una escala de 0 a 10, siendo 0 muy caro y 10 muy barato (%)

(*) Respuesta única

Histórico

Valoración Media 5,9 6,3 6,6 6,5

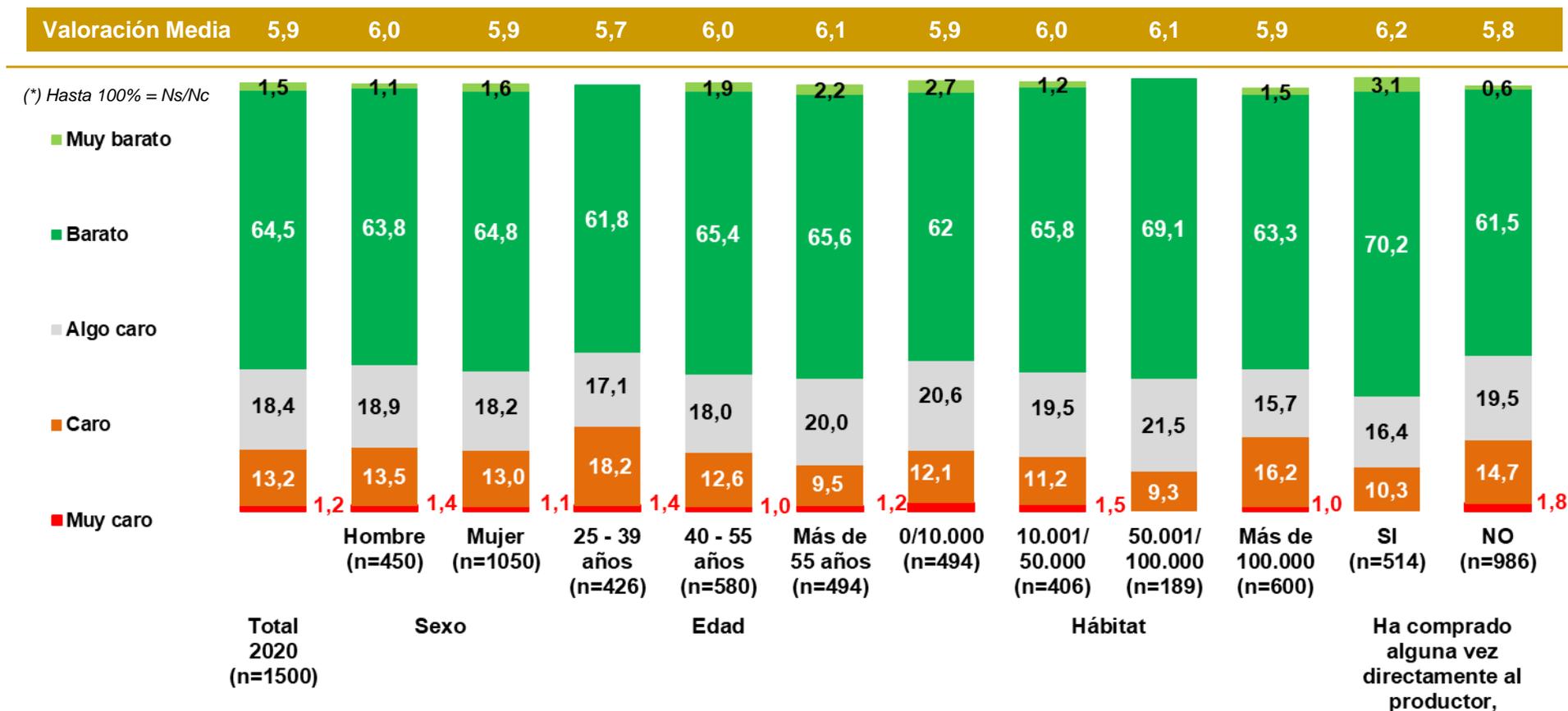
(*) Hasta 100% = Ns/Nc



Independientemente de que haya comprado o no, valore el PRECIO de los productos que se adquieren directamente del productor, agricultor o ganadero. Utilice una escala de 0 a 10, siendo 0 muy caro y 10 muy barato (%)

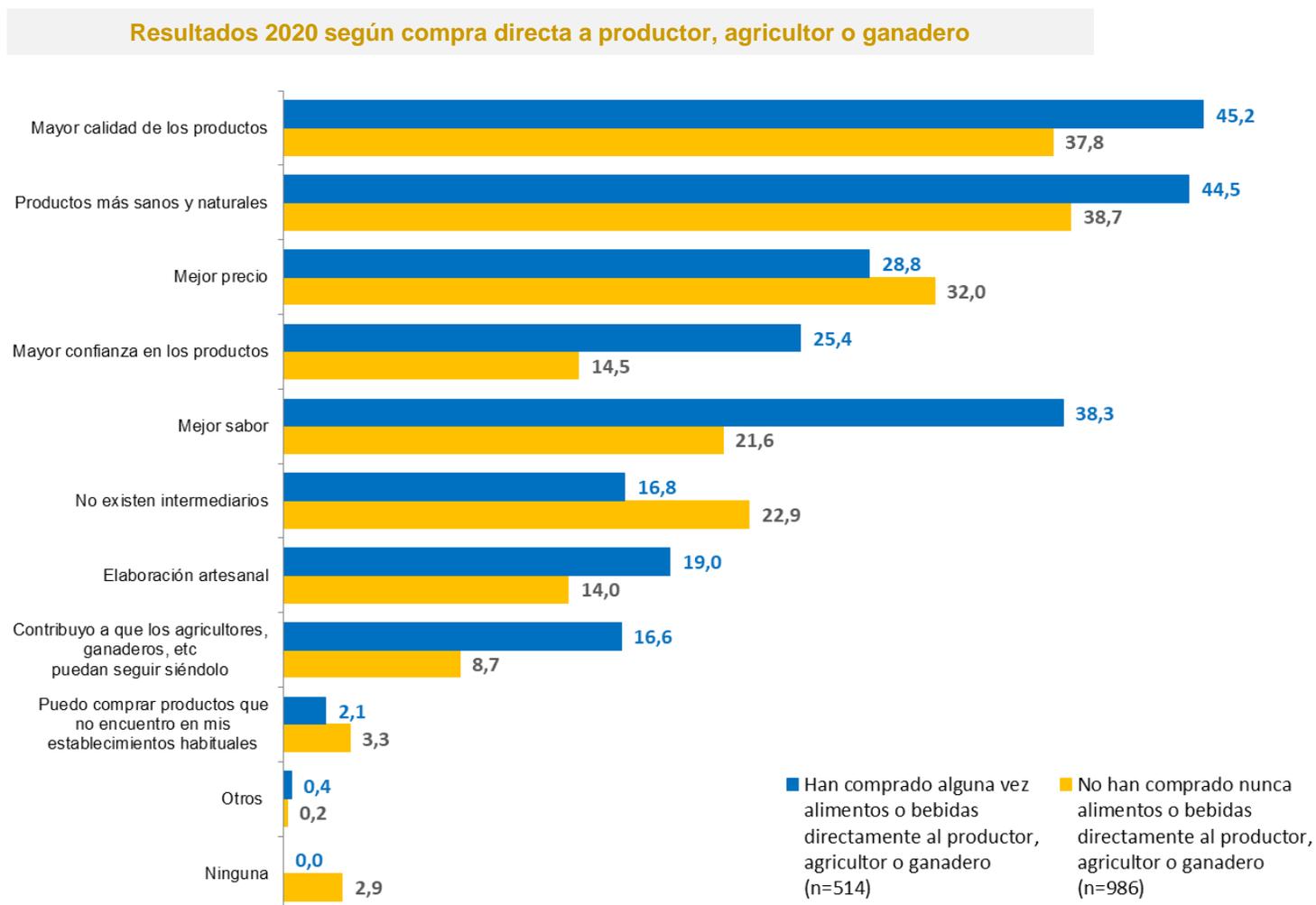
(*) Respuesta única

Resultados 2020 según sexo, edad, hábitat y compra directa a productor, agricultor o ganadero



¿Qué ventajas encuentra a la compra directa de alimentos frente a los establecimientos tradicionales? (%)

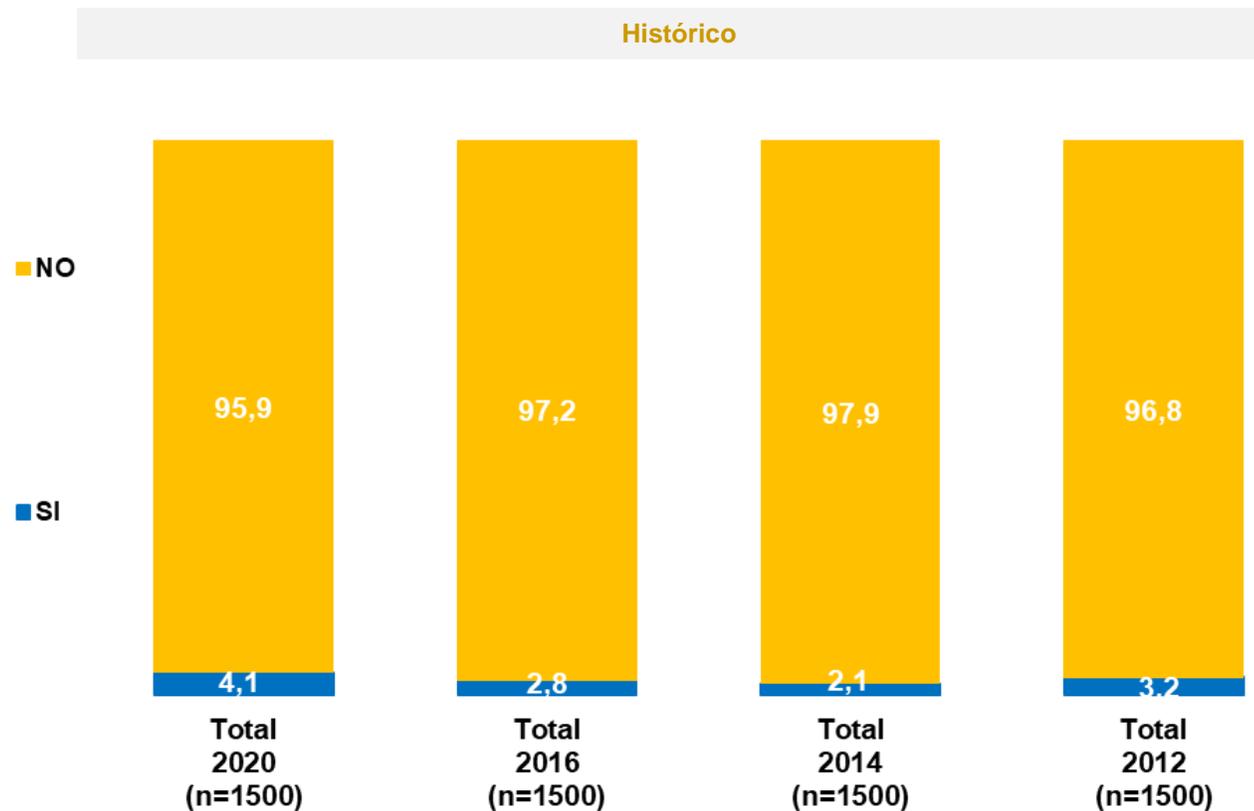
(*) Pregunta Espontánea. Respuesta múltiple



¿Ha comprado Ud alguna vez a través de alguna página web de Venta Directa de productos de alimentación a través de internet (asociaciones de agricultores, productores o ganaderos que se agrupan para comercializar sus productos directamente al consumidor a través de este canal)?

(%)

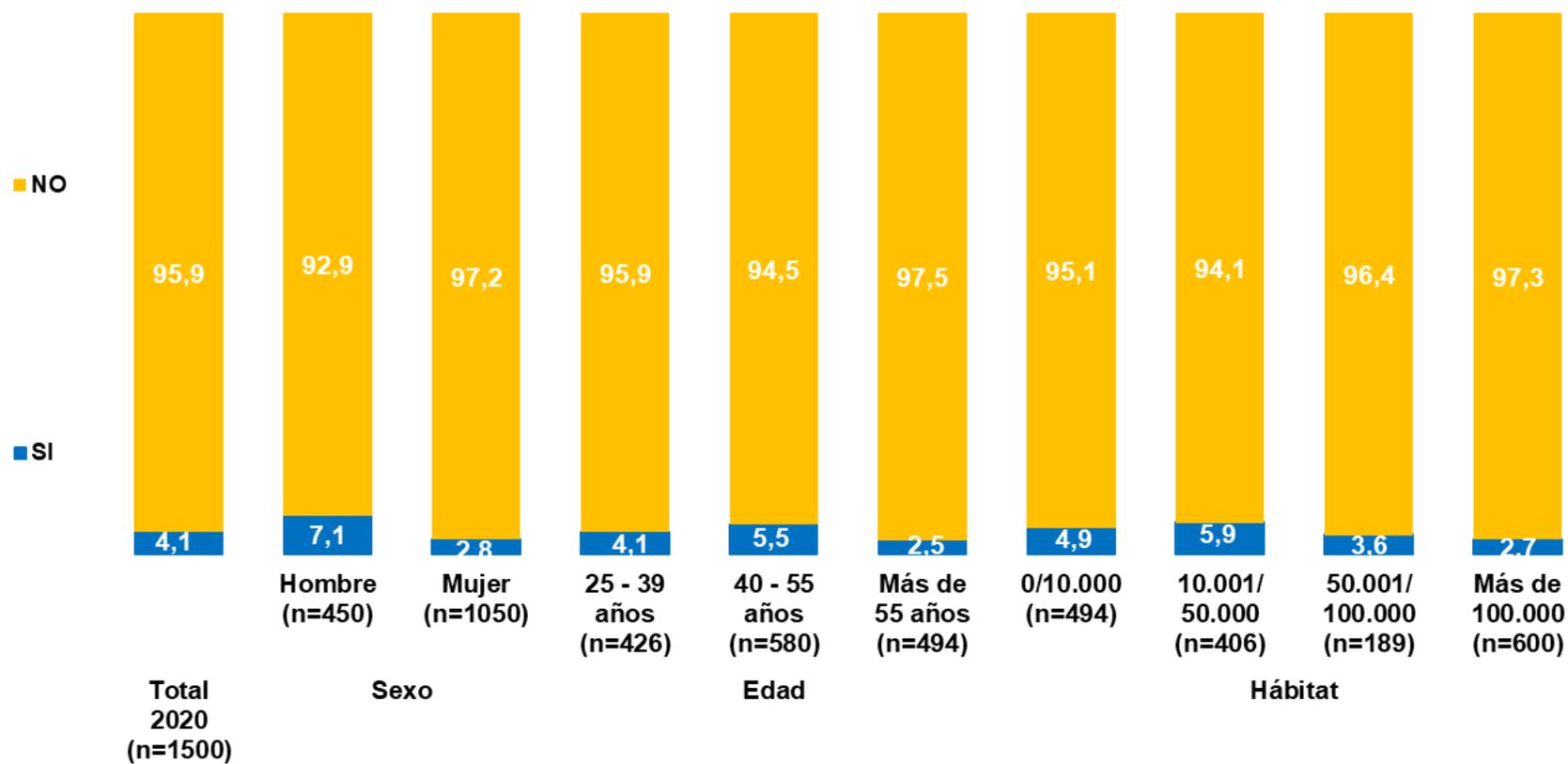
(*) Respuesta única



¿Ha comprado Ud alguna vez a través de alguna página web de Venta Directa de productos de alimentación a través de internet (asociaciones de agricultores, productores o ganaderos que se agrupan para comercializar sus productos directamente al consumidor a través de este canal)? (%)

(*) Respuesta única

Resultados 2020 según sexo, edad y hábitat



Páginas web a través de las que compró

(%)

(*) Respuesta espontánea y múltiple

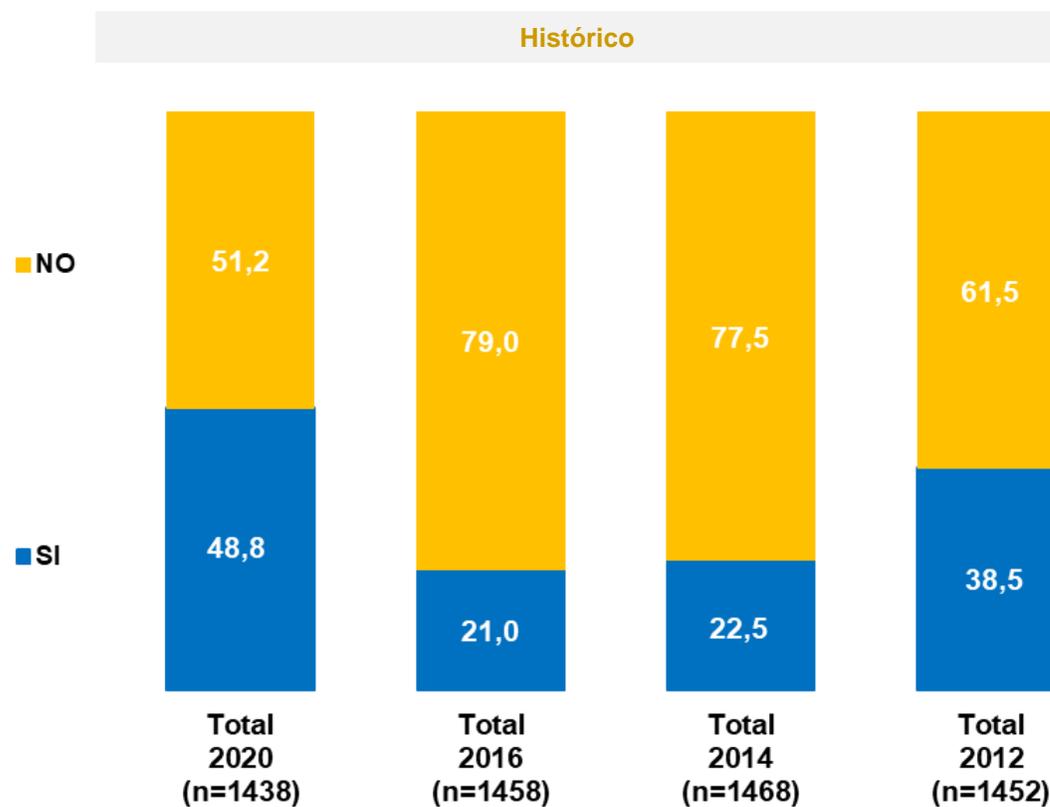
Resultados 2020

	Total
Naranjasdevalencia.com	17,4
Disfrutaverdura.com	14,2
Unpaisconsabor.es	11,4
Lamejornaranja.com	9,7
Naranjaslola.com	9,7
Picotasjerte.es	8,3
Campodeelche.com	8,1
Agroboca.com	6,5
Hermeneus	6,5
Mumumio	1,6
Otras	16,1
Base	62

(*) Otras: calidadgourmet.com, farmidable.es, jamonslaorza.com, pagesiaacasa.cat, reinadeljarama.com, naranjasdelsol.com, victorinomartin.com.

¿Estarían dispuestos a comprar mediante este canal de compra – Venta directa de productores, agricultores o ganaderos a través de internet? (%)

(*) Respuesta única

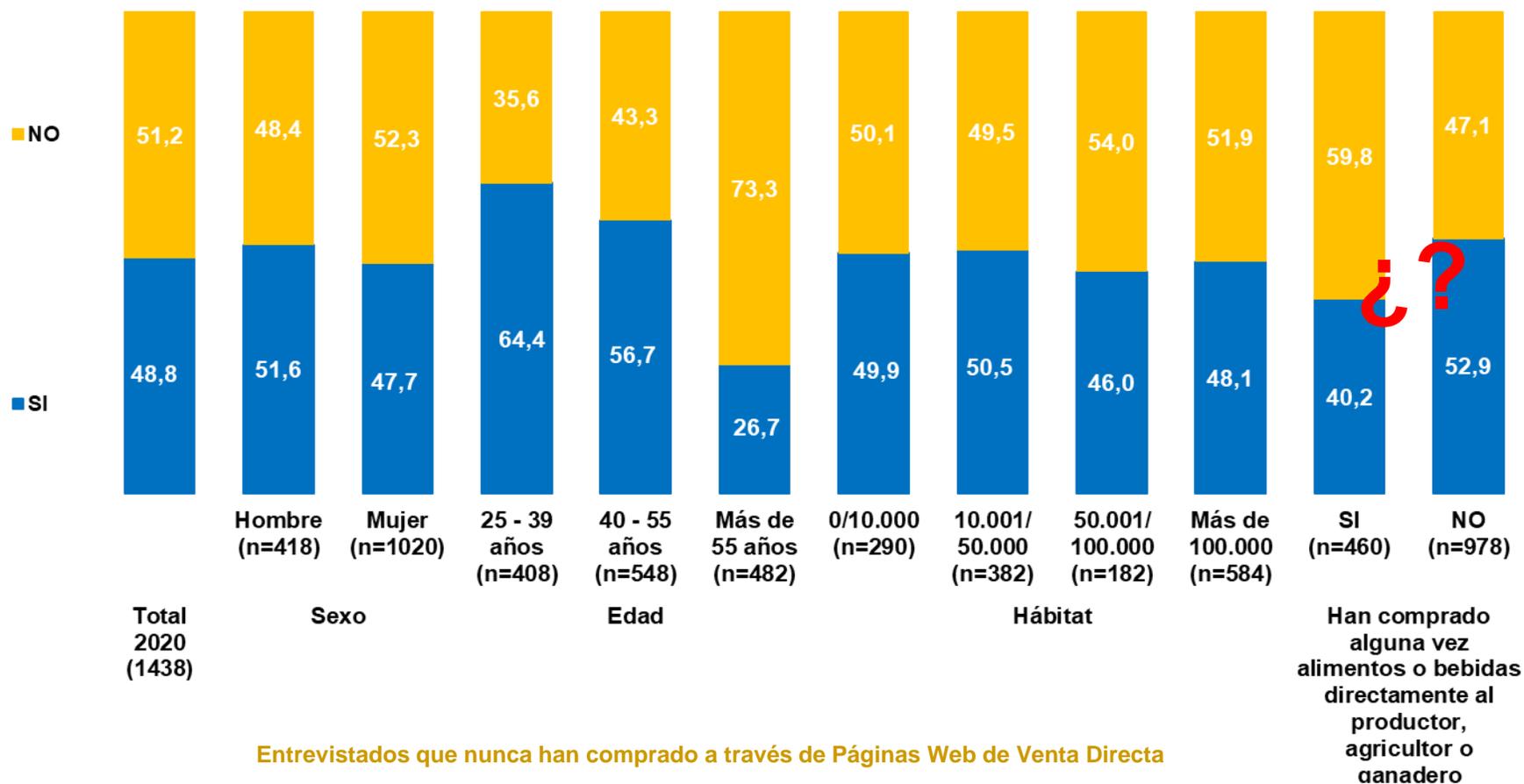


Entrevistados que nunca han comprado a través de Páginas Web de Venta Directa

¿Estarían dispuestos a comprar mediante este canal de compra – Venta directa de productores, agricultores o ganaderos a través de internet? (%)

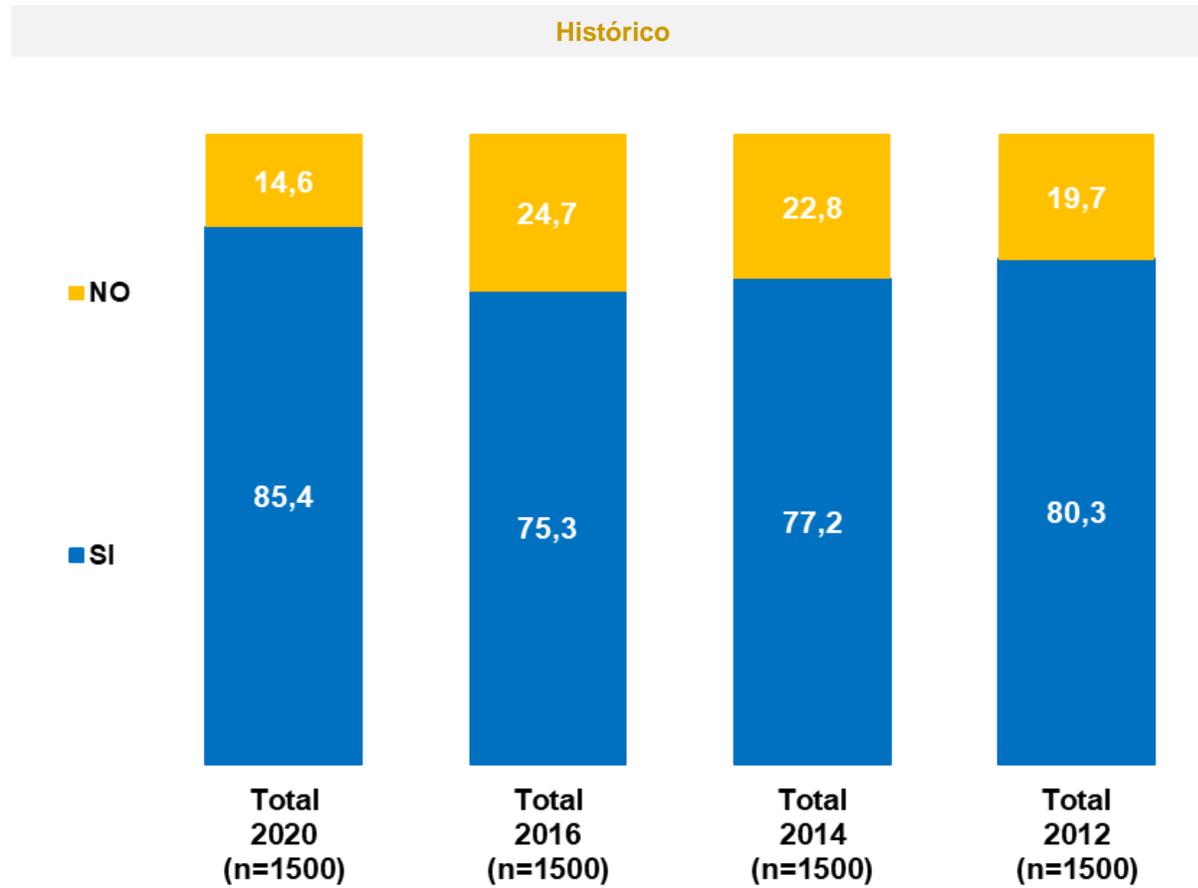
(*) Respuesta única

Resultados 2020 según sexo, edad, hábitat y compra directa a productor, agricultor o ganadero



¿Cree que comprando directamente a los agricultores está contribuyendo a la conservación del medio ambiente? (%)

(*) Respuesta única

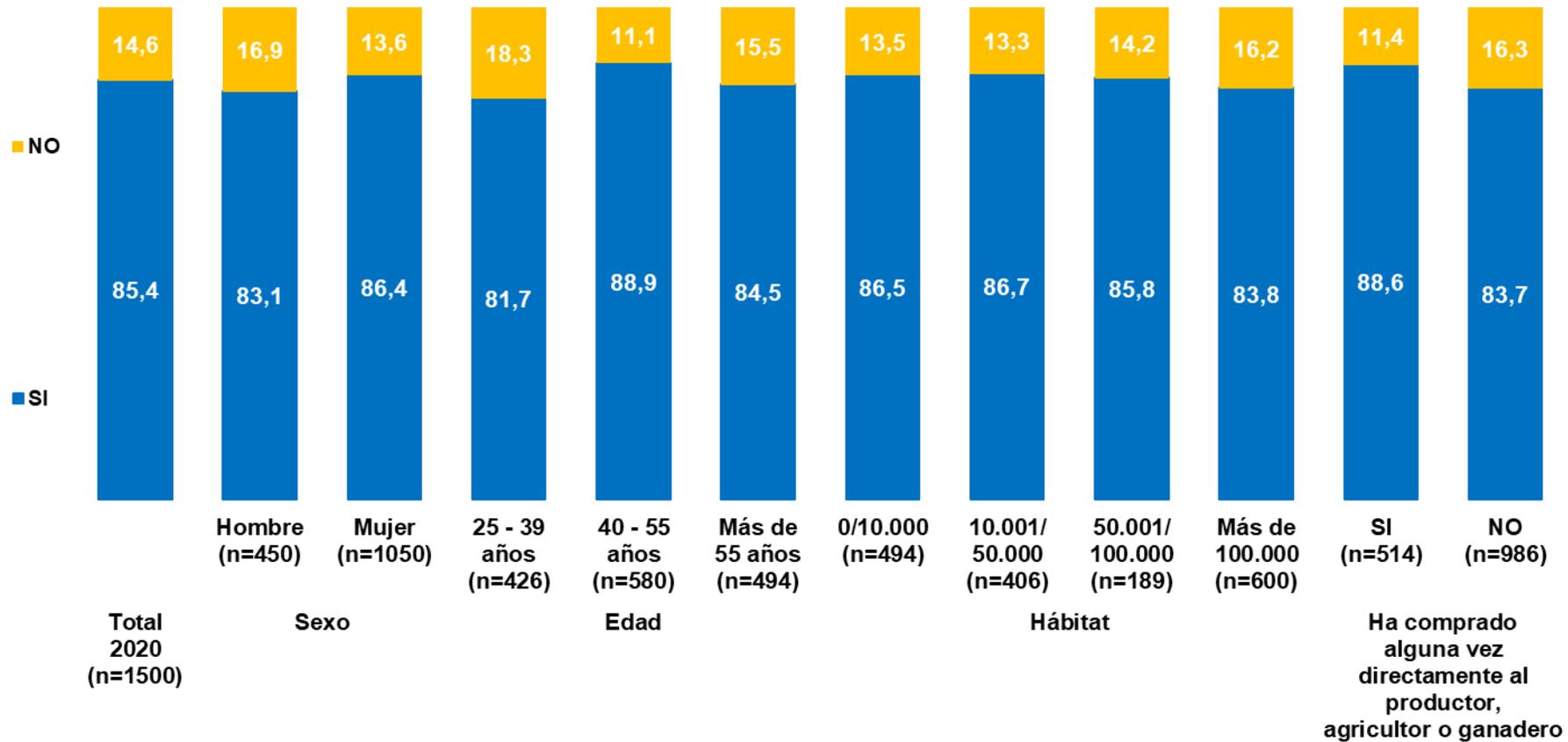


¿Cree que comprando directamente a los agricultores está contribuyendo a la conservación del medio ambiente?

(%)

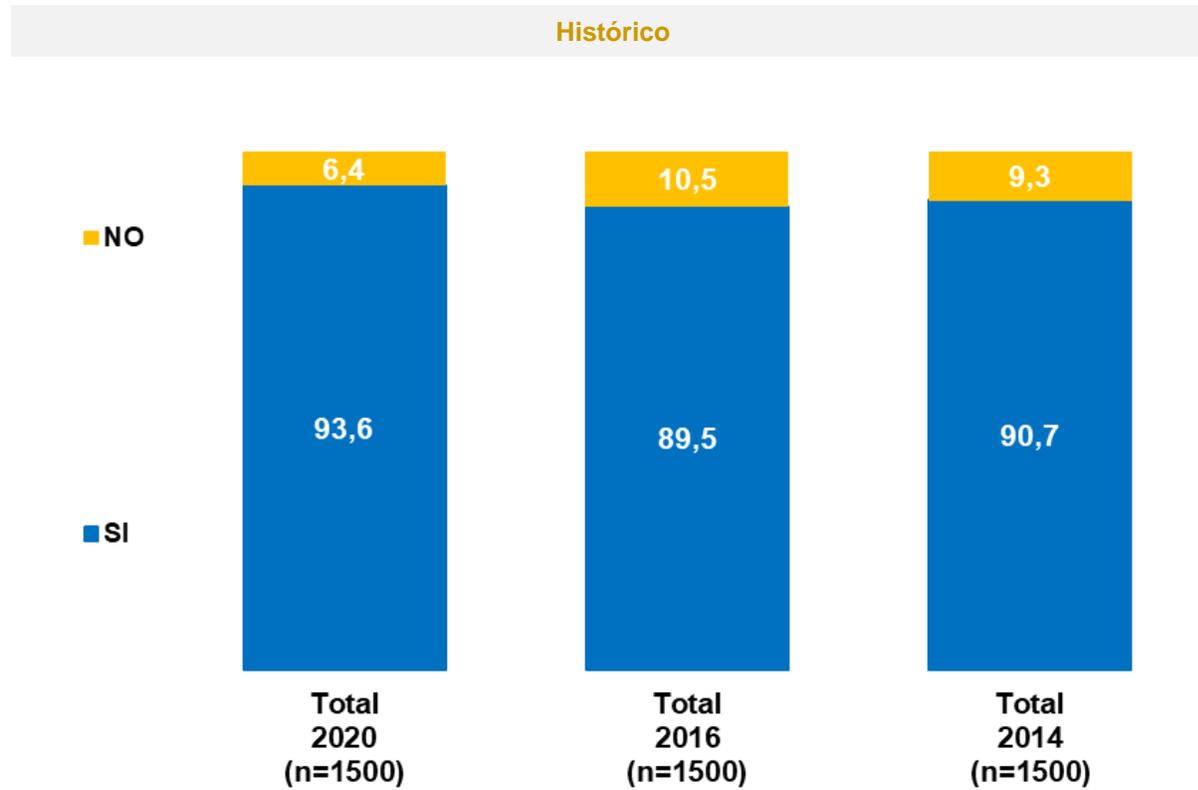
(*) Respuesta única

Resultados 2020 según sexo, edad, hábitat y compra directa a productor, agricultor o ganadero



¿Cree que comprando directamente a los productores ayuda a mejorar la renta y el nivel de vida de los productores? (%)

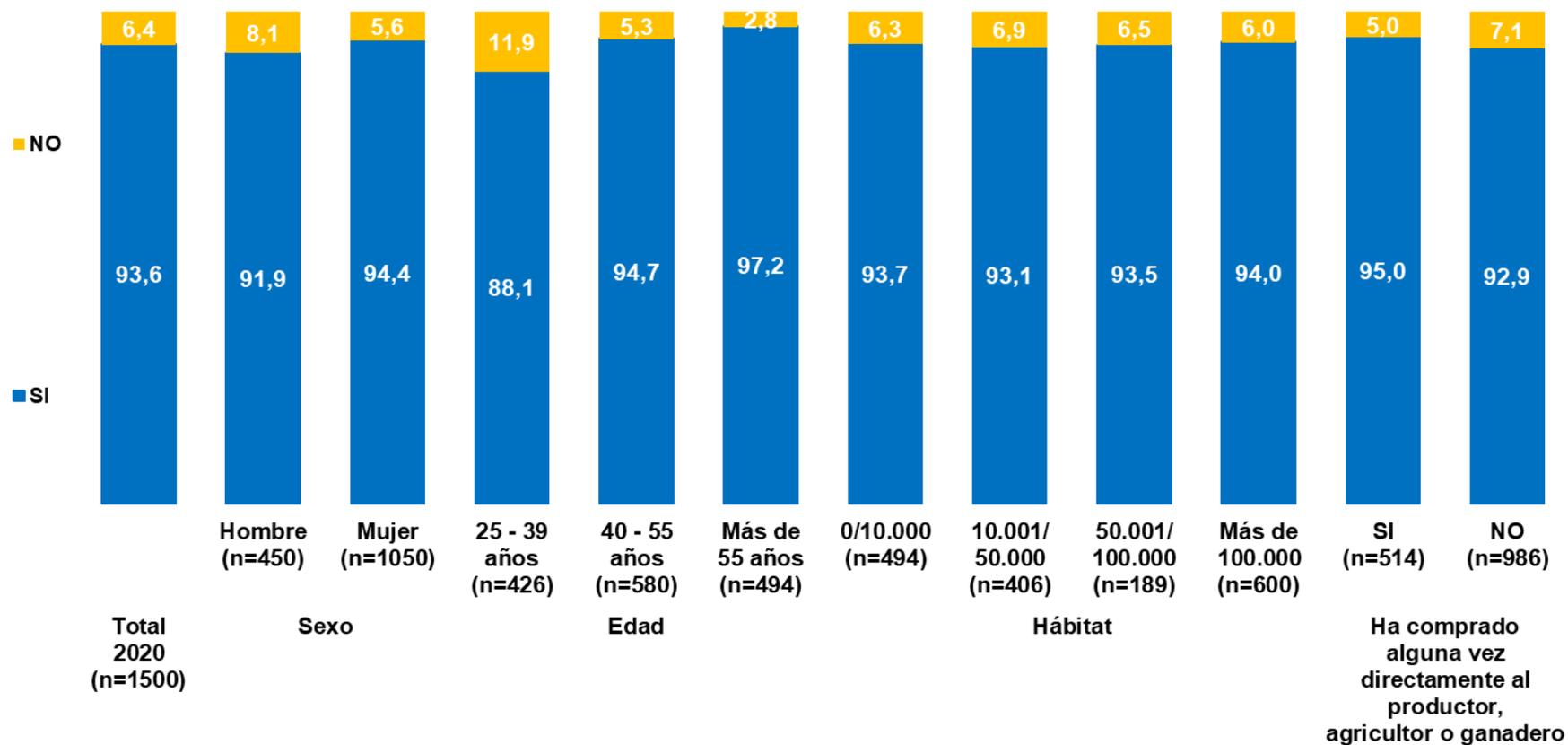
(*) Respuesta única



¿Cree que comprando directamente a los agricultores está contribuyendo a la conservación del medio ambiente? (%)

(*) Respuesta única

Resultados 2020 según sexo, edad, hábitat y compra directa a productor, agricultor o ganadero





#alimentosdespaña