



Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Alimentació i Acció Rural



Fundació
Món Rural



Centre
d'Estudis
d'Opinió


REO núm. 442

Data 18 juliol 2008

Baròmetre del Clima de Confiança del Sector Agroalimentari a Catalunya

2n Trimestre 2007


Institut  Cerdà



Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Alimentació i Acció Rural



Fundació
Món Rural

- AQUESTA RECERCA HA ESTAT REALITZADA PER L'Institut  Cerdà PER A LA **FUNDACIÓ DEL MÓN RURAL** I PEL **DEPARTAMENT D'AGRICULTURA, RAMADERIA I PESCA DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA**.

1. OBJECTIUS	5	- Anàlisi de GAP	126
2.- FITXA TÈCNICA	6	- Gap sector Agroalimentari – Productors.....	127
3.- SÍNTESI DE CONCLUSIONS	15	- Gap sector Agroalimentari – Indústria.....	128
4.- RESULTATS ÍNDEX DE CONFIANÇA	31	- Gap sector Agroalimentari – Majoristes.....	129
- Introducció	33	- Gap sector Agroalimentari - Distribuïdors.....	130
- Resultats Globals	35	- Gap Consum d'Aliments – Consumidors.....	131
- Índex Empresarial	36		
- Anàlisi Sectorial. Productors i Indústria	44	5.4.- ÀMBIT COMERCIAL	135
- Anàlisi dels Majoristes	63	- Gap Àmbit Comercial - Productors.....	136
- Anàlisi de la Distribució.....	66	- Gap Àmbit Comercial - Indústria	137
- Índex de Consumidors.....	72	- Gap Àmbit Comercial - Majoristes.....	138
		- Gap Àmbit Comercial - Distribuïdors	139
5.- VALORACIÓ INDIVIDUAL DELS INDICADORS	83	6.- ANNEX – TAULES	140
5.0.- MONOGRÀFICS DEL TRIMESTRE	84	6.1.- PRODUCTORS	141
5.1.- CONJUNTURA ECONÒMICA	87	5.1.1.- Importància d'aspectes relacionats amb el sector.....	142
- Productors	88	5.1.2.- Conjuntura Econòmica	145
- Indústria.....	90	5.1.3.- Conjuntura Sectorial.....	150
- Majoristes.....	92	5.1.4.- Confiança Alimentària	164
- Distribuïdors	94	5.1.5.- Àmbit Comercial.....	166
- Consumidors	96	6.2.- INDÚSTRIA	172
5.2.- CONJUNTURA SECTORIAL	97	5.2.1.- Importància d'aspectes relacionats amb el sector	173
- Situació del sector agroalimentari en relació a la resta dels sectors productius de l'economia espanyola	98	5.2.2.- Conjuntura Econòmica	176
- Situació del sector agroalimentari català en relació a la resta dels sectors productius de l'economia catalana	99	5.2.3.- Conjuntura Sectorial	181
- Grau de satisfacció amb l'evolució del sector agroalimentari a Espanya en l'últim any	100	5.2.4.- Confiança Alimentària	202
- Grau de satisfacció amb l'evolució del sector agroalimentari a Catalunya en l'últim any	101	5.2.5.- Àmbit Comercial	204
- Grau de satisfacció amb l'evolució de les vendes durant l'últim any	102	6.3.- MAJORISTES	207
- Perspectives sobre l'evolució de les vendes per als pròxims mesos	103	5.3.1.- Importància d'aspectes relacionats amb el sector	208
- Productors	104	5.3.2.- Conjuntura Econòmica	211
- Distribuïdors	105	5.3.3.- Conjuntura Sectorial	216
- Productors	106	6.4.- DISTRIBUÏDORS	230
- Indústria.....	107	5.4.1.- Importància d'aspectes relacionats amb el sector	231
- Consumidors	108	5.4.2.- Conjuntura Econòmica	234
- Grau de satisfacció amb la gestió de les administracions públiques en el seguiment de preus d'aliments	109	5.4.3.- Conjuntura Sectorial	238
- Grau de satisfacció amb la gestió de les administracions públiques en relació al recolzament que brinda a la indústria agroalimentària.....	110	5.4.4.- Confiança Alimentària	248
- Productors	111	5.4.5.- Àmbit comercial	250
- Indústria.....	116	6.5.- CONSUMIDORS	252
5.3.- CONFIANÇA ALIMENTÀRIA	123	5.5.1.- Importància d'aspectes relacionats amb el sector	253
- Grau de confiança en el consum d'aliments	124	5.5.2.- Conjuntura Econòmica	257
- Distintius de qualitat en els productes elaborats	125	5.5.3.- Conjuntura Sectorial	261
		5.5.4.- Confiança Alimentària	266

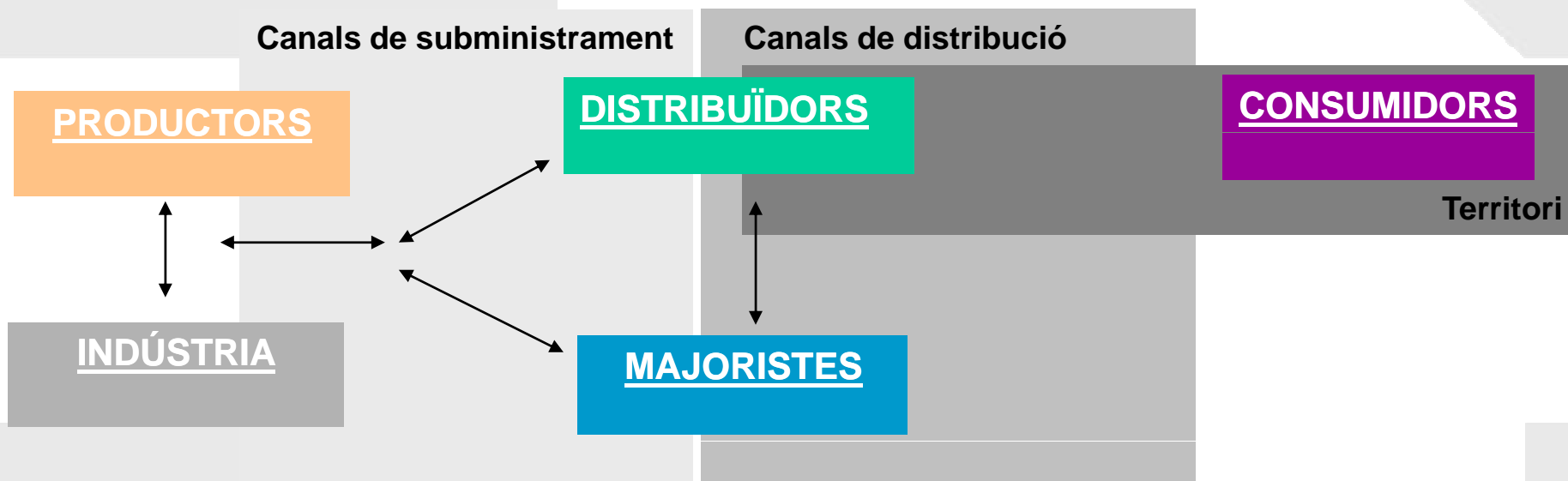
OBJECTIUS

- L'OBJECTIU DE L'ESTUDI ÉS ELABORAR UNS ÍNDEXS QUE PERMETIN MESURAR DE FORMA QUANTITATIVA I PERIÒDICA QUIN ÉS EL CLIMA DE CONFIANÇA DELS DIFERENTS AGENTS IMPLICATS EN EL PROCÉS AGROALIMENTARI CATALÀ.
- ES CALCULA L'ÍNDEX DE CONFIANÇA DELS SEGÜENTS AGENTS ECONÒMICS:
 - PRODUCTORS
 - INDÚSTRIA
 - MAJORISTES
 - DISTRIBUÏDORS
 - CONSUMIDORS

AGENTS ENTREVISTATS

- S'entrevista als principals participants en el procés de comercialització agroalimentària: Productors, Indústria, Majoristes, Distribuïdors i Consumidors.

Estructura general del sistema agroalimentari



AGENTS ENTREVISTATS

- Per cada tipologia d'agent és seleccionen els següents subsectors o tipologies d'establiments.

PRODUCTORS	INDÚSTRIA	MAJORISTES	DISTRIBUÏDORS	CONSUMIDORS
<ul style="list-style-type: none"> • Carni • Ous • Pesca • Oli • Lacti • Hortofrutícola • Vitivinícola • Cereals 	<ul style="list-style-type: none"> • Carni • Pesca • Oli • Làcti • Hortofrutícola • Vitivinícola • Altres <ul style="list-style-type: none"> • Pa i galetes • Sucre • Xocolata • Begudes no alcoh. 	<ul style="list-style-type: none"> • Carni • Pesca • Hortofrutícola 	<ul style="list-style-type: none"> • Botiga tradicional • Mercats Barcelona i Resta de Catalunya • Botiga descompte • Supermercats fins 399m2 • Súper 400-999 m2 • Súper 1000-2499 m2 • Hipermercats 	

- Es realitzen 1.508 entrevistes cada trimestre.

• 380 entrevistes

• 192 entrevistes

• 31 entrevistes

• 355 entrevistes

• 550 entrevistes

DISTRIBUCIÓ DE LA MOSTRA

PRODUCTORS

- La mostra es distribueix aproporcionalment per subsector econòmic perquè cada sector tingui el mateix error mostral individual. Després es reequilibren mitjançant factors de ponderació, d'acord a la facturació de cadascun dels subsectors econòmics.

PRODUCTORS	TOTAL	Fruites i Hortalisses	Grasses i Olis	Vitivinícola	Carni	Ous	Làcti	Pesquer	Cereals
Universos	52.746	15.933	12.258	5.142	10.351	955	904	1.500	6.658
Mostra Trimestral - DARP	380	80	30	30	133	17	30	30	30

DISTRIBUCIÓ DE LA MOSTRA

INDÚSTRIA

- La mostra es distribueix aproporcionalment per subsectors econòmics perquè cada sector tingui el mateix error mostral individual. Després es reequilibren mitjançant factors de ponderació, d'acord a la facturació de cadascun dels subsectors econòmics.

INDUSTRIA - CATALUNYA

	TOTAL	Fruites i Hortalisses (i centrals HF)	Vitivinícola	Càrnic	Altres
Univers DARP (Idescat)	3.421	382	391	1.307	1.341
Mostra Trimestral - DARP	192	30	30	70	62
Mostra Anual - DARP	768	120	120	280	40

	Càrnic	Escorxadors i sales de desfer	Resta Indústria càrnica
Univers DARP	1.307	495	812
Mostra Trimestral - DARP	70	30	40
Mostra Anual - DARP	280	120	160

	Altres	Greixos i Olis	Làctic	Pesquer	Pa, Pastisseria i Galetes	Sucre, Xocolata i confiteria	Begudes amb alcohol (ex-vi)	Aigua i resta begudes
Univers DARP	1.341	141	83	70	850	112	39	46
Mostra Trimestral - DARP	62	11	10	11	10	5	5	10
Mostra Anual - DARP	248	44	40	44	40	20	20	40

DISTRIBUCIÓ DE LA MOSTRA

MAJORISTES

- Les entrevistes es distribueixen diferenciant entre tres subsectors: carni, pesquer i fruites i hortalisses. La distribució per subsector es aproporcional de manera d'assegurar un mínim de 30 casos per subsector.

MAJORISTES	TOTAL	Fruites i Hortalisses	Peix	Carn
Universos	320	207	50	63
Mostra Trimestral - DARP	31	20	5	6
Mostra Anual - DARP	124	80	20	24

DISTRIBUCIÓ DE LA MOSTRA

DISTRIBUÏDORS

DISTRIBUCIÓ
ORGANITZADA

DISTRIBUCIÓ ORGANITZADA	TOTAL	Hipermercats	Supermercats fins 399 m2	Supermercats entre 400-999 m2	Supermercats entre 1000- 2499 m2	Botigues Discount
Universos	3.311	25	1.365	768	525	628
Mostra Trimestral - DARP	130	10	30	30	30	30
Mostra Anual - DARP	520	40	120	120	120	120

MERCATS

MERCATS MUNICIPALS	TOTAL	Barcelona Capital	Resta Província de Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona
Universos	179	39	96	11	6	27
Mostra Trimestral - DARP	100	35	35	7	3	20
Mostra Anual - DARP	400	140	140	28	12	80

BOTIGA
TRADICIONAL

BOTIGA TRADICIONAL	TOTAL	Sense assalariats	1-9 assalariats	10-49 assalariats	50-199 assalariats	>=200 assalariats
Universos	19.910	9.331	10.212	349	16	2
Mostra Trimestral - DARP	125	65	60	0	0	0
Mostra Anual - DARP	500	260	240	0	0	0

DISTRIBUCIÓ DE LA MOSTRA

CONSUMIDORS

- La mostra es distribueix proporcionalment tenint en compte la població existent a cada província.

	TOTAL	Àrea Met. Barcelona	Reste Prov. Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona
Univers	6.704.146	2.969.157	2.083.509	654.149	377.639	619.692
Mostra Trimestral - DARP	550	150	100	100	100	100
Mostra Anual - DARP	2.200	600	400	400	400	400

ERROR MOSTRAL

- La taula adjunta mostra els errors mostrals, anuals i per trimestre, de les diferents mostres del baròmetre.
- Els errors que es mostren són els errors mostrals màxims, amb un 95,5% de confiança i en les condicions estadístiques habituals de $p=q=50$.

<i>Agents</i>	<i>Nº d'entrevistes anuals</i>	<i>Error anual</i>	<i>Nº d'entrevistes trimestrals</i>	<i>Error trimestral</i>
Productors	1520	2,5	380	5,1
Indústries	768	3,6	192	7,2
Majoristes	124	9,0	31	18,0
Distribuidors	1420	2,6	355	5,3
Consumidors	2200	2,1	550	4,3

TREBALL DE CAMP

- La persona entrevistada ha estat seleccionada per la seva condició de:
 - **Productors - Indústria - Majoristes:** Gerent, Propietari, Responsable de departament (marketing, institucional, etc.)
 - **Distribuïdors:**
 - Per grans superfícies: Caps de secció, de producte, de compra, director d'hipermercat.
 - Per mitjanes superfícies: Responsables de compres, gerent de l'establiment o similar.
 - Per petites i mitjanes superfícies: Propietari, gerent o similar.
 - **Consumidors:** responsable de realitzar la compra de productes alimentaris a la llar.
- El treball de camp es va realitzar entre Abril i Juny del 2007.
- La revisió, depuració, supervisió i tabulació dels qüestionaris es va efectuar durant el mes de juny de 2007.

ÍNDEX DE CONFIANÇA DEL SECTOR AGROALIMENTARI

- **L'Índex de confiança del sector agroalimentari a Catalunya** del segon trimestre de 2007 (53,1) és lleugerament inferior a l'obtingut en l'anterior consulta (2,3 punts per sota). Això és així perquè es redueix la confiança empresarial (-1,5 punts) i la del consumidor (-3,1 punts).
- Pel que fa a l'**Índex de confiança empresarial**:
 - Els productors tornen a ser els agents amb un Índex de confiança més baix, i són els que experimenten un retrocés major (-2,2 punts). També retrocedeixen distribuïdors i majoristes.
 - Entre els productors, l'Índex de confiança es redueix sobretot en el sector pesquer, els cereals i el vitivinícola.
 - A la indústria creix la confiança del sector carni i es redueix sobretot en el sector de fruites i hortalisses.
 - En la distribució creix l'Índex de confiança dels mercats i es redueix principalment el de la botiga tradicional.
 - Per àrees d'interès, augmenta lleugerament l'Índex de confiança en els productes i es redueixen els indicadors de la resta d'àrees, sobretot les referides a la conjuntura del sector i a l'àmbit comercial.

ÍNDEX DE CONFIANÇA DEL SECTOR AGROALIMENTARI (cont.)

- En relació a l'**Índex de confiança dels consumidors**
 - La conjuntura econòmica segueix sent l'àrea en la qual els consumidors mostren menys confiança i l'àmbit comercial aquell en què l'Índex és major. En tots ells, però, l'Índex es redueix respecte al primer trimestre de 2007.
 - Per territoris, són els tarragonins els que tenen un índex de confiança més alt. En tots, però, es redueix la confiança, especialment a les províncies de Barcelona (entorn no metropolitana) i Lleida.
 - El descens a Lleida va lligat sobretot als indicadors relacionats amb la confiança en els productes.
 - A la resta de territoris el retrocés de l'Índex de confiança es produeix de forma més o menys similar en totes les àrees.

CONSUMIDORS

- La **confiança en els aliments** és el factor més rellevant entre els consumidors a l'hora de decidir quins aliments van a consumir. El segon factor de major pes es refereix a la **informació que sobre els aliments** apareix en els etiquetats dels productes o bé a través dels mitjans de comunicació. En l'últim lloc, el consumidor va a tenir en compte les **marques o tipus d'establiments** que recolzen als productes així com la seva **situació econòmica** personal i la del país.

1º) **Confiança alimentària (importància 6,6 punts en una escala de 0 a 10)**

- La **confiança** que els entrevistats manifesten **en els aliments** que consumeixen **ha tornat a disminuir** respecte als trimestres anteriors (6,4 1^{er} trimestre 2007 i 6,9 3^{er} trimestre 2006), situant-se en 6,2 sobre una escala de 0 a 10. Si atenem als resultats del Baròmetre del Clima de Confiança del sector agroalimentari realitzat per al MAPA, es torna a nivells similars als registrats durant els tres primers trimestres de 2006 i el primer trimestre de 2007. És important destacar que **no hi ha cap aliment en la zona de millora crítica**.
- Encara que es produeix una baixada generalitzada en la confiança, l'**oli** és, de nou, l'**aliment que més confiança genera entre els consumidors**. A continuació, se situen la llet i derivats, les **fruites i hortalisses** i els productes amb D.O.
- El **menjar preparat industrial i el menjar preparat en el propi establiment** repeteixen com aliments que **més desconfiança** desperten entre els consumidors.
- La **gestió de l'Administració Pública** en matèria de **control alimentari** és valorada de manera bastant més positiva (5,3 sobre 10 en una escala de 0, gens satisfet, a 10, molt satisfet) que la labor ocupada en la gestió respecte al seguiment de preus (3,4 sobre 10), encara que els resultats disminueixen respecte als obtinguts en el tercer trimestre de 2006 i primer trimestre de 2007.

2º) Informació sobre productes (importància 6,3 punts en una escala de 0 a 10)

- La informació disponible en els **etiquetats i en els envasos dels productes resulta de suma importància** per el consumidor, no obstant, aquest considera que és molt menys important la informació que els mitjans de comunicació ofereixen sobre temes relacionats amb l'alimentació.
- El **nivell de satisfacció, encara que disminueixi respecte a l'última mediació, segueix sent positiu** en aquesta àrea en relació a la importància que es concedeix a ambdós aspectes.

3º) Marca o establiment que recolzen els productes (importància 6,3 punts en una escala de 0 a 10)

- El **supermercat segueix sent el canal de venda més important** per al consumidor en les seves compres d'alimentació. El mercat tradicional representa el canal de venda que més confiança genera entre els consumidors catalans junt amb supermercats, botigues de barri e hipermercats, encara que cap destacar que hi ha una disminució generalitzada de la confiança independentment del canal de distribució del que es tracti.
- En importància als supermercats li segueixen els **hipermercats**, els mercats, les botigues de barri, les botigues descompte i els mercats de carrer.
- Els mercats de carrer juntament amb les botigues descompte, són els que **menys seguretat alimentaria ofereixen al consumidor català**.
- Respecte a les marques dels productes d'alimentació, les **marques líders** són les que **generen una major confiança** entre els consumidors, **seguits per les marques pròpies** de l'establiment. Els **productes en oferta** són els **que menys confiança desperten**, seguits per les **marques més barates**.
- Al igual que passava amb els productes d'alimentació per categories, durant aquest trimestre **es produeix un descens generalitzat en la confiança de les marques** (líders, pròpies de l'establiment i més barates).

- No obstant això, els diferents tipus de marques segueixen registrant **índex de confiança alts** respecte a la importància que li és atorgada a cadascun d'ells.

4^o) Situació econòmica personal i del país (importància 5,7 punts en una escala de 0 a 10)

- El consumidor català manifesta que la seva **situació econòmica personal actual** respecte a un any enrera i **la seva evolució a curt termini** va a ser més negativa pel que fa al trimestre anterior, obtenint uns resultats pitjors que els registrats en els trimestres anteriors. Succeeix la mateixa situació quan es parla de les **prespectives econòmiques del país per al pròxim any**.

Preus

- El consumidor concedeix una alta importància a **la qualitat i seguretat dels aliments, per sobre del preu**. Es torna a observar un important "gap" en relació a la importància atorgada a ambdós aspectes.
- El **preu es troba en la zona crítica** – aspectes d'alta importància que generen una baixa satisfacció -. Segueix existint una **baixa satisfacció dels consumidors respecte als costos dels aliments**.
- El paper de l'**Administració Pública en el seguiment de preus empitjora** respecte a la medicció anterior, de forma que segueix sent **poc satisfactori**. Els consumidors avaluen la gestió d'aquest organisme amb 3,4 punts sobre un màxim de 10 (3,7 en el primer trimestre de 2007 i 4,1 en el tercer trimestre de 2006).

Adaptació dels productes

- El consumidor es mostra **satisfet amb la oferta de productes que la indústria agroalimentària li ofereix, encara que els resultats disminueixen notablement respecte al trimestre anterior**. El 58,7% dels consumidors catalans, front al 71,5% del trimestre anterior, consideren que la oferta de productes s'adapta bastant o totalment a les seves necessitats.

INDÚSTRIA AGROALIMENTÀRIA: DISTRIBUÏDORS – MAJORISTES – INDÚSTRIA – PRODUCTORS

- Els diferents sectors de la indústria agroalimentària coincideixen en afirmar que **la confiança alimentària és la variable que exerceix major influència en l'evolució dels seus negocis**. Li segueixen en importància:
 - 2º) les relacions comercials
 - 3º) la conjuntura econòmica del sector
 - 4º) la conjuntura econòmica del país

A continuació es resumeixen les **opinions recollides dels diferents agents consultats** en aquestes àrees:

DISTRIBUÏDORS

1º) **Confiança alimentària (importància: 7,5 punts en una escala de 0 a 10)**

- Per als distribuïdors resulta vital el poder **oferir productes amb una elevada qualitat i que aquests ofereixin una notable seguretat alimentària als consumidors**.
- En aquesta àrea, **el sector alimentari ha d'esforçar-se de manera constant**. Resulta imprescindible aconseguir un cert equilibri entre l'acompliment i les expectatives dels consumidors, l'haver diferències notables respecte al nivell d'importància que és assignat a aquests factors, segons les dades obtingudes a través del Baròmetre del Clima de Confiança del 4º trimestre de 2006, per al Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació (MAPA).

- Los **distribuidores** se muestran **poco satisfechos en relación a la evolución de los precios**– 4,6 puntos de media en un escala que va de 0, nada satisfecho, a 10, muy satisfecho.

2º) **Relacions comercials (importància: 7,1 punts en una escala de 0 a 10)**

- En l'àmbit de les relacions comercials, **l'aspecte que més valora i amb el que més satisfet es mostra el distribuïdor català es la qualitat de servei que els proveïdors li ofereixen** -compliment dels lliuraments, terminis, etc-, no obstant, la satisfacció dels distribuïdors empitjora en aquest aspecte respecte a la mediació anterior (6,5 front al 6,8 sobre 10) tornant a nivells similars als registrats en el 3^{er} trimestre de 2006.
- Els **preus que paguen als proveïdors es un altre element important** de les relacions comercials. Durant aquest trimestre empitjoren els resultats, amb un nivell de satisfacció de 5,1 davant el 5,5 en l'última mediació.
- En aquest trimestre el major nivell de satisfacció amb els preus que paguen als proveïdors és major entre els establiments classificats dins de la categoria "venda organitzada". No existeixen dades homogènies **entre els diferents canals de distribució**.
- Els **autoserveis**, a diferència dels trimestres anteriors en els que el lloc els ocupaven els mercats, són els que es mostren **més descontents tant en els preus com en els terminis de pagament que negocien amb els proveïdors**.
- Els **costos logístics és una altra variable que exerceix un pes important sobre el marge de negoci dels distribuïdors catalans**, atorgant-li major importància quant més gran és l'establiment. La satisfacció dels distribuïdors catalans en aquest aspecte es situa en un 5,6 sobre 10. Els hipermercat i les botigues descompte, són les que millor balanç fan del control que tenen sobre aquesta variable.

3º) Conjuntura (importància: 6,0 punts en una escala de 0 a 10)

- Els distribuïdors catalans **disminueixen el seu nivell de satisfacció amb l'evolució del sector agroalimentari en l'últim any** (5,2 front al 5,3), disminuint igualment la seva visió sobre el posicionament del **sector agroalimentari en relació a altres sectors econòmics** (4,6 sobre 10 front al 5,0 durant l'últim trimestre). Avaluen igualment al sector agroalimentari català amb un 4,6 sobre 10 respecte a la resta de sectors de l'economia catalana.
- Els distribuïdors deixen de ser els agents **més satisfets amb l'evolució de les seves vendes i els beneficis obtinguts** (5,7 sobre 10) durant l'últim any, disminueixen els resultats respecte a la medició anterior (6,1). Disminueix també el grau d'optimisme sobre les perspectives per als pròxims mesos (5,8 front al 6,1).
- Les **botigues descompte i els hipermercats són els que es mostren més positives** respecte als resultats en les vendes i front a les perspectives de vendes futures. El **menor índex de satisfacció** s'observa entre les botigues tradicionals i als mercats.
- Els **distribuïdors demanden una major proactivitat per part de l'Administració Pública**, al igual que la resta dels agents, ja que es segueixen mostrant poc satisfets respecte al recolzament e incentius que ofereix aquest organisme a la indústria agroalimentària (4,1), registrant els mateixos resultats que en l'últim trimestre.
- Les demandes són majors entre els responsables de **mercats, botigues tradicionals i autoserveis**. Els **supermercats, hipermercats i botigues descompte** són els més satisfets amb la labor de l'Administració.

4º) Conjuntura econòmica del país (importància: 6,2 punts en una escala de 0 a 10)

- El **nivell de satisfacció amb la situació econòmica personal actual i pròxima es manté respecte al trimestre anterior**. La visió que es té sobre la panoràmica de l'Espanya en general i de Catalunya en particular, empitjora respecte a la medició anterior (4,8 front al 5,0 i 4,8 front al 5,1 respectivament).

MAJORISTES

1º) **Confiança alimentària (importància: 7,4 punts en una escala de 0 a 10)**

- Els majoristes creuen, tal i com succeeix amb la resta dels agents agroalimentaris, que la qualitat i la seguretat en el consum són aspectes bàsics i necessaris quan es parla de productes alimentaris.
- La qualitat i la seguretat en els productes d'alimentació que ofereix la indústria al consumidor són **aspectes als que hi ha que concedir una constant atenció** degut a l'alta importància que els és concedida. La seguretat alimentària és l'aspecte que més confiança i satisfacció genera, per sobre de la qualitat dels aliments.

2º) **Relacions comercials (importància: 7,0 punts en una escala de 0 a 10)**

- Les **variables de major importància en l'àmbit comercial** són els **preus que li paguen els clients i la qualitat de servei que li ofereixen els proveïdors**. A continuació, valoren els preus que li paguen als seus proveïdors, l'impacte que les associacions/cooperatives del sector productor tenen sobre el seu negoci, els terminis de pagament amb els clients i els terminis que posseeixen amb els seus proveïdors.
- En quant a les **relacions que mantenen amb els seus i clients**, en general, s'experimenta una satisfacció major respecte als resultats de l'última medició, especialment referent als preus i als terminis de pagament negociats amb els seus proveïdors i clients.
- La **satisfacció que els majoristes catalans** tenen amb la **qualitat de servei** oferta pels **proveïdors**, disminueix lleugerament respecte a l'última medició (6,4 front al 6,5), no obstant, es segueix mantenint els valors òptims en relació a la importància que se li concedeix a aquest aspecte.
- L'**associacionisme/cooperativisme** existent en el sector productor, variable que té un **impacte notable en el negoci** dels majoristes, registra en aquesta medició una disminució respecte al 1^{er} trimestre (4,8 front al 5,4).

3º) Conjuntura econòmica del sector (importància: 6,2 punts en una escala de 0 a 10).

- La **visió** dels majoristes es **una mica més optimista** que el passat trimestre **a l'hora d'avaluar la situació de la indústria agroalimentària respecte a altres sectors de la economia**. Exceptuant als productors i als consumidors, els majoristes contempen la situació de la indústria agroalimentària espanyola des d'un prisma molt similar a la resta dels agents de la cadena. Succeeix **una cosa similar a l'hora d'avaluar la situació del sector agroalimentari català i posant en comparació amb altres sectors productius de la economia catalana**.
- Es mostren com els agents **menys satisfets amb l'evolució del sector agroalimentari a Espanya durant l'últim any així com l'evolució del sector agroalimentari a Catalunya**, a diferència del que succeeix a l'última medicció, on es posicionaven com els agents amb una visió més optimista sobre aquests aspectes. Els resultats més negatius sobre la satisfacció respecte a les vendes en l'últim any i les perspectives pel pròxim, mostren també la visió més pessimista que justifica aquests resultats.
- Encara que els resultats milloren respecte al trimestre anterior, els majoristes es tornen a mostrar especialment crítics amb la labor de l'Administració Pública en el seguiment de preus (3,8 front al 3,6). La **demanda d'una major eficàcia en la gestió de l'Administració és molt alta**, el que explica el descontentament generalitzat existent en el sector agroalimentari.

4º) Conjuntura econòmica del país (importància: 6,0 punts en una escala de 0 a 10)

- Els majoristes es mostren **menys optimistes respecte a la seva situació econòmica actual i a les previsions econòmiques per al pròxim any** (5,1 i 4,9 sobre 10 front al 5,3 respectivament, per ambdós casos, en el primer trimestre de 2007).
- Respecte a les **perspectives econòmiques d'Espanya per al pròxim any es mantenen estables**, registrant-se una mitjana de 4,7 punts. La **situació econòmica de Catalunya és** contemplada des d'una perspectiva idèntica (4,7), encara que disminueix el nivell de satisfacció respecte al trimestre anterior.

INDÚSTRIA

1º) Confiança alimentària (importància: 7,3 punts en una escala de 0 a 10)

- Tal i como succeeix en altres agents de la cadena agroalimentària, el sector de la indústria considera la **qualitat i la seguretat dels aliments com aspectes fonamentals**, per sobre del preu.
- S'observa una avaluació de l'**acompliment de la indústria agroalimentària** respecte a aquests aspectes **per sobre del terme mitjà, millorant lleugerament els resultats del trimestre anterior** – 6,7 i 5,8 punts respectivament per seguretat i qualitat dels aliments -. No obstant això, ambdós aspectes es troben dins de l'àrea crítica, degut a la gran importància que li és concedida.

2º) Relacions comercials (importància: 7,0 punts en una escala de 0 a 10)

- La **variable de major pes per la indústria** són els **preus que paguen els clients per els productes que ells els hi venen**.
- Es manté estable la satisfacció de la indústria agroalimentària **en relació amb el vincle comercial que manté amb els clients però disminueix respecte al vincle que li uneix a altres proveïdors**.
- Les indústries catalanes es veuen més capacitades a l'hora de poder enfrontar-se als reptes comercials en l'àmbit comercial internacional i fer front als productes provinents d'altres països. **Augmenta notablement la confiança quan es tracti de fer front a la competència de productes importats i, en menor mesura, a l'hora d'exportar productes a la UE o països de fora de la UE**, en relació amb els resultats del primer trimestre de l'any.

3º) Conjuntura econòmica del sector (importància: 6,4 punts en una escala de 0 a 10)

- El nivell de satisfacció respecte a l'evolució del sector agroalimentari a Espanya i, específicament, a Catalunya arriba a un nivell mig entre els industrials agroalimentaris catalans. A nivell nacional, la satisfacció disminueix respecte a la medició anterior (4,6 front a 4,8 sobre 10), però no obstant, augmenta respecte a Catalunya.
- Els industrials es troben mitjanament **satisfet amb els resultats de la seva producció / vendes**, encara que, **són una mica menys optimistes, respecte a la evolució de les vendes en els pròxims mesos**.
- El **40,8%** de les indústries catalanes consideren adequat el grau d'associacionisme i cooperativisme existent en el sector de la indústria front al 39,0% del trimestre anterior. El 25,3% (30,9% en el primer trimestre de 2007) ho considera poc adequat.
- Disminueix el **nivell de satisfacció amb la gestió del DARP** en relació al **recolzament e incentius** que brinda al sector agroalimentari a Catalunya **és baix** (3,6 front al 3,7 sobre 10). Son nivells especialment baixos per això resulta imprescindible fer importants esforços amb l'objectiu de que la imatge i la satisfacció amb aquest organisme millori progressivament en el futur.

4º) Conjuntura econòmica del país (importància: 6,2 punts en una escala de 0 a 10)

- A l'hora de qualificar la **situació econòmica personal actual respecte a un any enrere, la estabilitat és la nota predominant, millorant els resultats en relació amb el trimestre anterior, no obstant, es projecta un escenari una mica menys optimista respecte a les perspectives personals i del país per al pròxim any**.
- Respecte a la situació econòmica de Catalunya per al pròxim any, la indústria catalana manifesta que es mantindrà estable (4,9).

5º) Innovació i compliment de requisits per mantenir elevats estàndards de qualitat.

Les **indústries catalanes** se segueixen mostren **satisfets** en relació amb la seva **capacitat per complir amb requisits** que se lis exigeix a l'hora d'aconseguir els **nivells de qualitat** demandats per la societat actualment. Millora la capacitat de les indústries catalanes per adaptar-se al compliment dels **requisits medi ambientals** respecte als resultats respecte a la medicació anterior (6,6 sobre 10 front al 6,3). Els resultats sobre la capacitat per aconseguir la traçabilitat dels productes alimentaris segueixen sent bastant elevats, encara que disminueixen amb respecte a la medicació anterior (6,6 front a 6,8).

- Resulta clau que els productes elaborats per la indústria compten amb algun distintiu de qualitat que les diferenciï **8 de cada 10 indústries** agroalimentàries catalanes creuen **adequat que els productes elaborats compten amb con d'aquests distintius**.
- El **nivell de satisfacció** de la indústria agroalimentària catalana en relació amb **el nivell d'implantació de les TIC a l'empresa segueixen sent elevats, millorant els resultats del trimestre anterior** (6,2 front a 6,0 sobre 10). Així mateix, es mostren més optimistes respecte a la capacitat que tenen per aplicar i desenvolupar la innovació tecnològica (5,7 front al 5,4).
- Augmenta la satisfacció respecte a la mesura en que resulta adequada la innovació tecnològica de processos o de productes en el sector respecte al trimestre anterior tornant a nivells similars durant el tercer trimestre del 2006 (6,5).

PRODUCTORS

1º) Confiança alimentària (importància: 7,0 punts en una escala de 0 a 10)

- Exactament, al igual que succeeix amb la resta dels agents de la indústria agroalimentària, els productors creuen que la **seguretat dels aliments, junt amb la qualitat**, són **aspectes fonamentals** de la indústria agroalimentària exercint un pes específic molt important als seus negocis.
- La avaluació que realitzen també és bastant similar a la resta de la indústria, obtenint-se **nivells de satisfacció per sobre el terme mitjà** – 6,5 i 5,9 punts respectivament per seguretat i qualitat dels aliments. Malgrat que aquests resultats són positius, disminueix lleugerament pel que fa al trimestre encara **no arriba al nivell òptim degut a l'elevada importància que se'ls atorga, situant-se ambdós aspectes en l'àrea crítica de millora.**

2º) Relacions comercials (importància: 6,6 punts en una escala de 0 a 10)

- Augmenta el descontent existent entre els productors **respecte al preu al que aconsegueixen vendre la seva producció**. Existeix una caiguda important en el nivell de satisfacció (4,3) respecte a la importància que s'atorga a aquest aspecte, empitjorant notablement els resultats pel que fa al mesurament anterior (4,7).
- Els subsectors pesquer, vitivinícola i lacteri, són els quals concedeixen qualificacions més favorables respecte als preus acordats amb els clients, encara que aquests se situen sempre en un nivell mig molt pròxim al 5 sobre 10. El subsector càrni i el dels cereals, són els que es mostren menys satisfets amb aquest aspecte.
- El segon dels aspectes més importants de les relacions comercials que mantenen els productors amb els seus clients es refereix **als terminis de pagament, aspecte que és millor valorar-lo que el preu de venda.**

3º) Conjuntura econòmica del sector (importància: 6,2 punts en una escala de 0 a 10)

- El 45,2% dels productors catalans es troba satisfet **amb les vendes/producció de l'últim any**, obtenint uns resultats més negatius que els registrats en les medicions anteriors (54,7% en el 1^{er} trimestre de 2007 i 51,2% en el 3^{er} trimestre de 2006), i tornant a ser **l'agent de la cadena agroalimentària que menys satisfacció mostra en aquest aspecte**.
- Aquesta tendència continua a analitzar les **perspectives de vendes per als pròxims mesos** ja que el **46,3%** dels productors catalans creu que les vendes per als pròxims mesos milloraran.
- Al parlar de **marges o beneficis de l'empresa**, és produeix un descens en el nivell de satisfacció (4,5 front a 4,8). Solo el 22,6% dels los productors agroalimentaris catalans es mostren satisfets. Aquesta visió menys optimista també reflexa en l'escenari que vislumbren respecte als marges per al pròxim any.
- El subsector de **grasses i olis torna a ser més optimista tant amb el nivell de marges de l'empresa durant l'últim any com en les perspectives per al pròxim any**.
- Tal i como succeeix amb la resta dels agents consultats, qualifiquen la **gestió de l'Administració Pública per sota de la mitja**, pel que demanden millores polítiques e incentius i recolzaments a la indústria agroalimentària.

4º) Conjuntura econòmica del país (importància: 5,9 punts en una escala de 0 a 10)

- Els productors segueixen **qualificant la seva situació econòmica personal i futura com estable, obtenint resultats molts similars als registrats en l'anterior medicció**.
- Les **perspectives** sobre l'economia del país són **una mica més optimistes**: un 23,7% projecta un **comportament de l'economia del país millor** que l'actual i un 27,8% te la mateixa visió respecte a Catalunya.

5º) Conjuntura sectorial

- El **35,0%** dels productores catalans se senten **satisfets/molt satisfets amb l'associacionisme i cooperativisme** existent en el sector productor, disminuint notablement els resultats registrats en la medició anterior (47,4%).
- La possibilitat de **disposar de personal qualificat amb una preparació tècnica adequada** resulta **molt important** entre els productors agroalimentaris catalans. La satisfacció dels productors catalans com la qualificació del personal disponible en l'actualitat arriba a nivells de 5,9 sobre 10, millorant resultats de l'anterior medició (5,6).
- El **compliment de les mesures mediambientals** que s'exigeixen en l'actualitat, cobren una especial rellevància entre els productors. L'elevada importància atorgada a aquest aspecte, es reflexa en que el **55,8% dels productors creuen que el compliment d'aquetes mesures afecta bastant/molt als costos de l'empresa**.
- Altres factors que afecten a l'evolució de l'empresa respecte als costos que això implica, es refereixen a l'**increment del cost d'aigua que preveu la nova directiva marc de l'aigua**. El 45,8% dels productors creuen que aquest increment pot afectar bastant/molt a la seva capacitat productiva.
- La **percepció d'ajudes o subvenciones per part de l'Administració** és un aspecte que també afecta de a l'evolució de l'empresa. Aquest aspecte condiona les expectatives en un grau elevat a 1 de cada 4 productors.
- Es manté la **satisfacció respecte a la utilitat que per als productors te la implantació del contracte global d'exploració en uns nivells mitjans respecte al trimestre anterior** (5,2 sobre 10 en el que 0 significa molt insatisfet i 10 molt satisfet).

RESULTATS 2n TRIMESTRE '07

ÍNDEX DE CONFIANÇA

Introducció

Els índexs que es presenten com a resultat de la investigació portada a terme durant el segon trimestre de 2007 en el marc del projecte del “*Baròmetre de Clima de confiança del sector Agroalimentari*”, constitueixen no només una innovadora forma d’analitzar l’evolució de la confiança dels diferents agents del mercat sinó també una eina molt potent per a la planificació i avaluació de les polítiques públiques així com de l’impacte dels canvis de l’entorn socioeconòmic i polític.

L’índex de confiança calculat sintetitza un enorme volum d’informació d’una forma simple i pràctica. Així mateix, mitjançant el seguiment de la seva evolució, permetrà avaluar com les condicions de l’entorn i/o les actuacions de l’administració impacten en els diferents agents del mercat i com això influeix en l’índex de confiança. A més es podran detectar tendències que permetin anticipar proactivament el reforç de les evolucions positives i minimitzar l’impacte de les negatives.

L’Índex de Clima de confiança del sector agroalimentari de Catalunya està dissenyat a partir de l’Índex de Clima de confiança del sector agroalimentari que des de 2004 porta a terme el MAPA. Aquest fet aporta com a valor afegit l’observació conjunta que es pot efectuar de l’evolució d’ambdós índexs.

La lectura dels resultats que s’obtidran en pròxims trimestres permetrà realitzar algunes reflexions interessants, en especial en l’anàlisi comparatiu respecte als resultats dels trimestres anteriors.

Així, la explotació de l’índex anirà adquirint cada cop major profunditat a mesura que es disposi de dades històriques. Les conclusions extretes seran més interessants quant majors siguin les possibilitats de comparar dades, i en especial quan aquestes siguin de caire interanual.

Resum de notícies

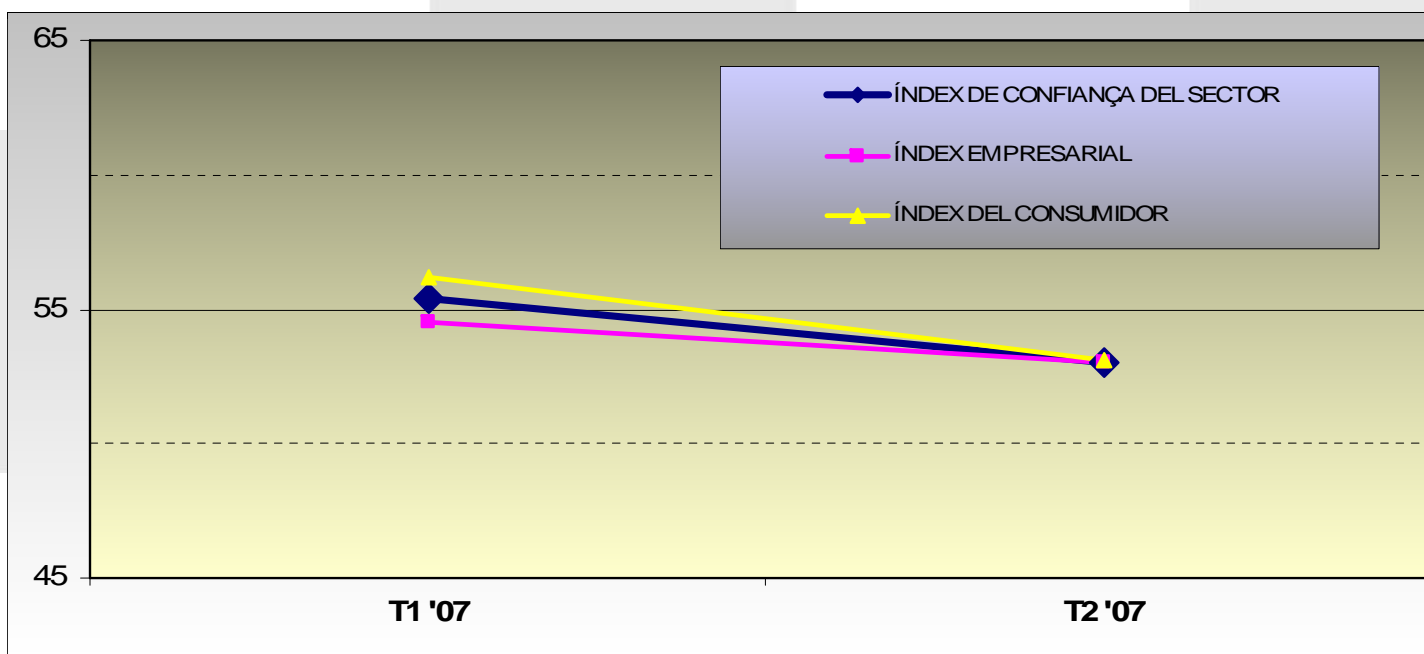
- A partir d'aquest informe s'incorpora com a novetat un recull de les notícies publicades en els darrers sis mesos referides als següents grups d'anàlisi:
 - Sectors carni, hortofrutícola, vitivinícola i altres.
 - Majoristes
 - Distribució
 - Consumidors

- Les notícies busquen reflectir la situació actual d'aquests grups, a més d'ajudar a interpretar els resultats de l'Índex.

- No tenen com a àmbit només Catalunya, sinó que hi ha referències a la situació dels sectors i agents a nivell estatal i internacional. S'han obtingut de fonts com Infoaliment, BCI, Consumer i premsa general.

- Les notícies analitzades segueixen les següents normes de colors:
 - ✓ Notícies de temàtica positiva per al grup d'anàlisi
 - ✗ Notícies de temàtica negativa per al grup d'anàlisi
 - ± Notícies de temàtica neutra per al grup d'anàlisi

- A més, s'ha creat un document de "Resum de notícies", on es recull la resta de notícies del període que no figuren en la selecció inclosa en aquestes pàgines.



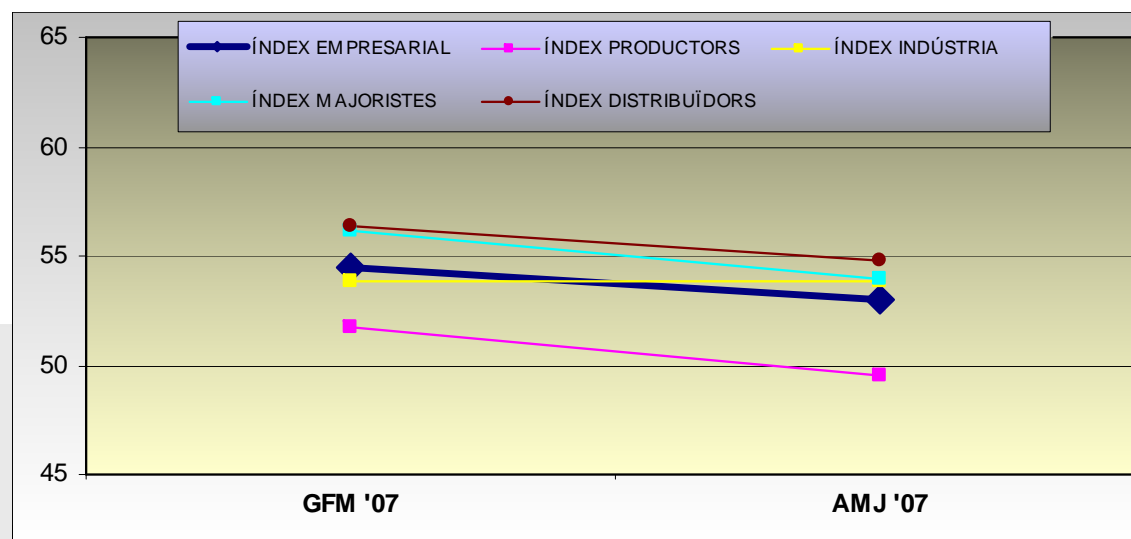
	T1 '07	T2 '07
ÍNDEX DE CONFIANÇA DEL SECTOR	55,4	53,1

ÍNDEX EMPRESARIAL	54,5	53,0
Índex Productors	51,7	49,5
Índex Indústria	53,9	53,8
Índex Distribuïdor	56,4	54,7
Índex Majorista	56,1	54,0
ÍNDEX DEL CONSUMIDOR	56,2	53,1

ÍNDEX EMPRESARIAL

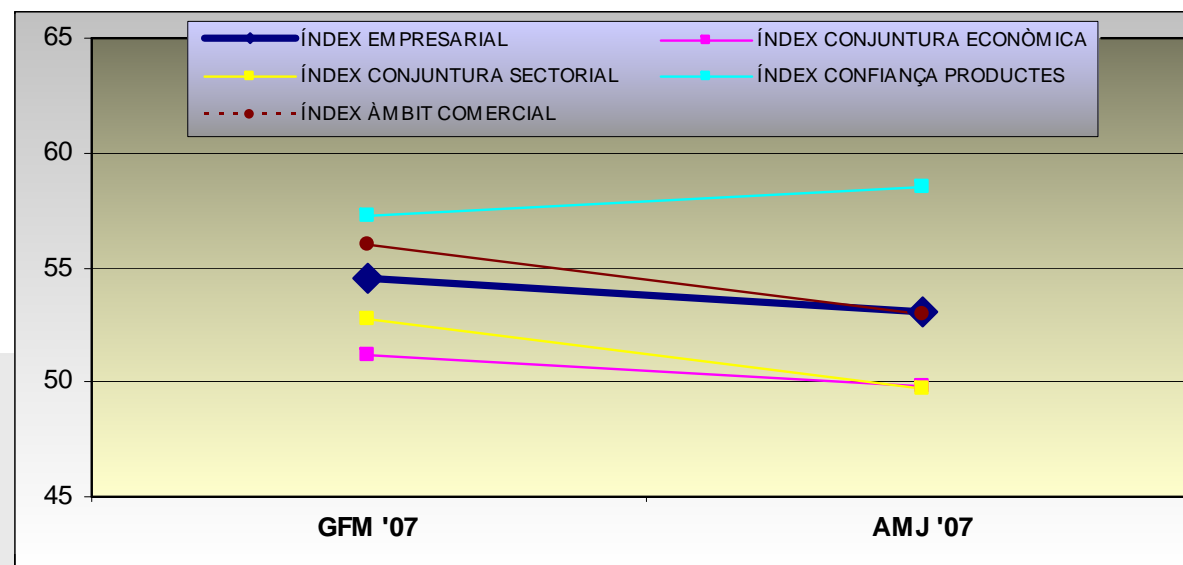
PER AGENTS

	Trimestre 1 GFM '07	Trimestre 2 AMJ '07
ÍNDEX EMPRESARIAL	54,5	53,0
ÍNDEX PRODUCTORS	51,7	49,5
ÍNDEX INDÚSTRIA	53,9	53,8
ÍNDEX MAJORISTES	56,1	54,0
ÍNDEX DISTRIBUÏDORS	56,4	54,7



PER ÀREES D'INTERÈS

	Trimestre 1 GFM '07	Trimestre 2 AMJ '07
ÍNDEX EMPRESARIAL	54,5	53,0
ÍNDEX CONJUNTURA ECONÒMICA	51,2	49,8
ÍNDEX CONJUNTURA SECTORIAL	52,8	49,7
ÍNDEX CONFIANÇA PRODUCTES	57,3	58,5
ÍNDEX ÀMBIT COMERCIAL	56,0	53,0



	Trimestre 1 GFM '07	Trimestre 2 AMJ '07
ÍNDEX EMPRESARIAL	54,5	53,0
Conjuntura econòmica	51,2	49,8
Conjuntura sectorial	52,8	49,7
Confiança en productes	57,3	58,5
Àmbit comercial	56,0	53,0

ÍNDEX PRODUCTORS	51,7	49,5
Conjuntura econòmica	48,2	49,3
Conjuntura sectorial	49,3	46,4
Confiança en productes	57,3	55,4
Àmbit comercial	50,9	46,1

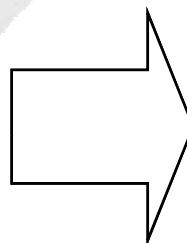
ÍNDEX INDÚSTRIA	53,9	53,8
Conjuntura econòmica	52,3	51,8
Conjuntura sectorial	52,5	52,4
Confiança en productes	55,5	57,4
Àmbit comercial	54,7	53,2

ÍNDEX MAJORISTES	56,1	54,0
Conjuntura econòmica	53,7	48,2
Conjuntura sectorial	55,1	48,4
Confiança en productes	57,6	62,4
Àmbit comercial	57,6	55,0

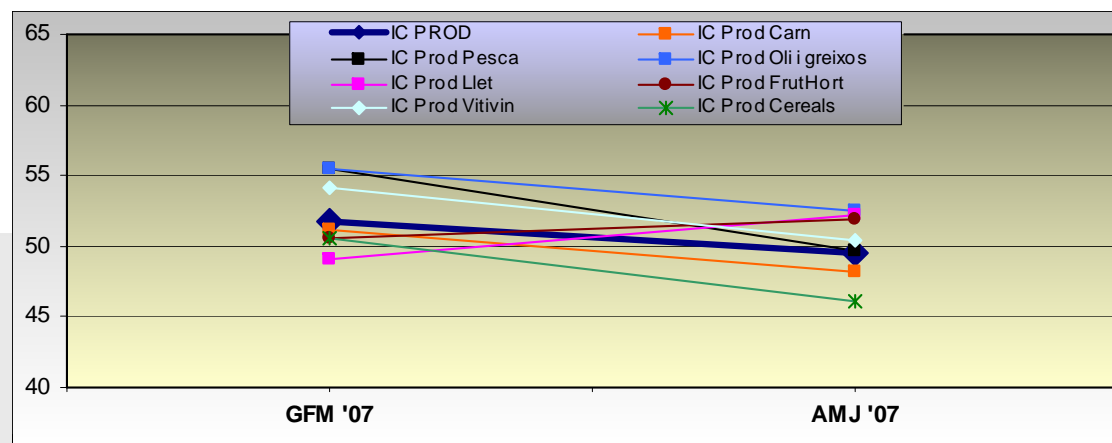
ÍNDEX DISTRIBUÏDORS	56,4	54,7
Conjuntura econòmica	50,5	49,9
Conjuntura sectorial	54,2	51,6
Confiança en productes	58,6	58,7
Àmbit comercial	60,7	57,5

BASE: 380 entrevistes per trimestre

	Trimestre 1 GFM '07	Trimestre 2 AMJ '07
IC PROD	51,7	49,5
IC Prod Carn	51,2	48,1
IC Prod Pesca	55,5	49,7
IC Prod Oli i greixos	55,5	52,5
IC Prod Llet	49,1	52,3
IC Prod FrutHort	50,6	51,9
IC Prod Vitivin	54,2	50,4
IC Prod Cereals	50,6	46,0

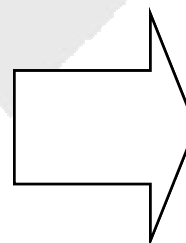


Subíndex	Trimestre 1 GFM '07	Trimestre 2 AMJ '07
IC Prod Carn i Ous	51,2	48,1
Ice Prod Carn	47,5	47,1
Ics Prod Carn	47,9	44,3
Iprod Prod Carn	58,5	55,9
Icom Prod Carn	49,6	44,2
IC Prod Pesca	55,5	49,7
Ice Prod Pesca	52,1	46,4
Ics Prod Pesca	54,9	46,9
Iprod Prod Pesca	58,2	53,5
Icom Prod Pesca	56,0	51,0
IC Prod Oli i greixos	55,5	52,5
Ice Prod Oli i greixos	50,3	52,9
Ics Prod Oli i greixos	53,6	50,5
Iprod Prod Oli i greixos	58,8	57,8
Icom Prod Oli i greixos	58,4	48,3
IC Prod Llet	49,1	52,3
Ice Prod Llet	42,3	51,1
Ics Prod Llet	50,5	46,6
Iprod Prod Llet	55,7	58,2
Icom Prod Llet	46,6	51,8
IC Prod FrutHort	50,6	51,9
Ice Prod FrutHort	48,4	52,2
Ics Prod FrutHort	49,3	49,0
Iprod Prod FrutHort	55,1	55,5
Icom Prod FrutHort	48,7	50,4
IC Prod Vitivin	54,2	50,4
Ice Prod Vitivin	52,7	49,7
Ics Prod Vitivin	54,1	49,5
Iprod Prod Vitivin	53,3	50,9
Icom Prod Vitivin	56,6	51,3
IC Prod Cereals	50,6	46,0
Ice Prod Cereals	46,7	50,2
Ics Prod Cereals	45,3	44,3
Iprod Prod Cereals	58,1	53,9
Icom Prod Cereals	50,4	35,7

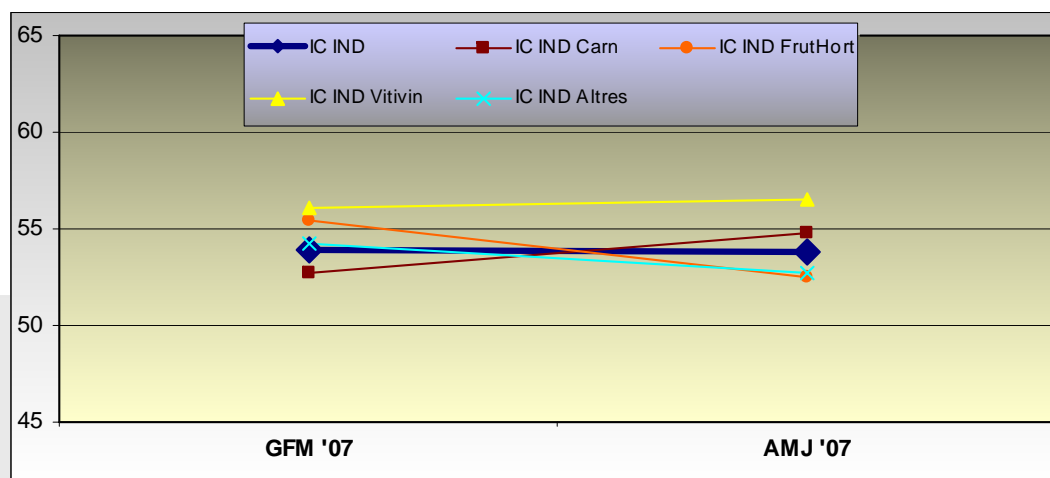


BASE: 192 entrevistes per trimestre

	Trimestre 1 GFM '07	Trimestre 2 AMJ '07
IC IND	53,9	53,8
IC IND Carn	52,7	54,7
IC IND FrutHort	55,4	52,5
IC IND Vitivin	56,1	56,5
IC IND Altres	54,3	52,7

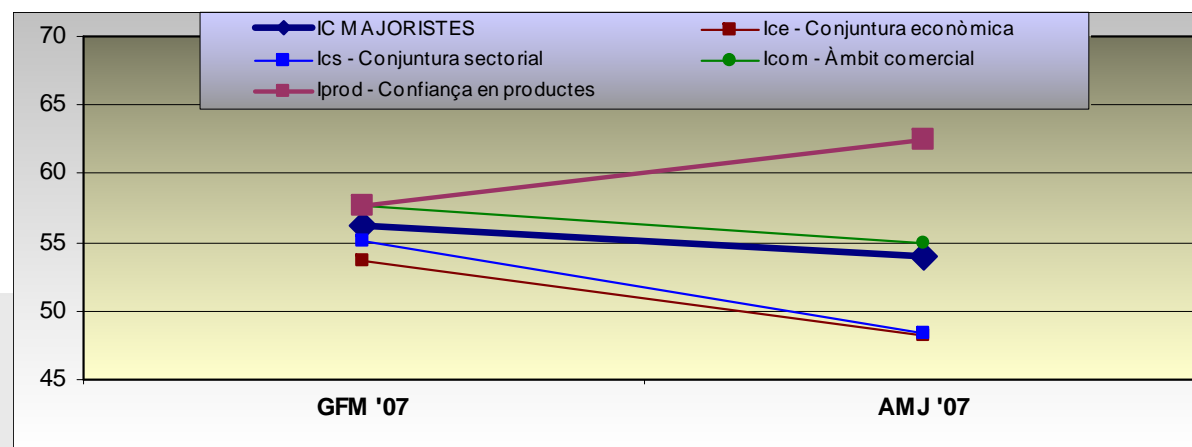


Subíndex	Trimestre 1 GFM '07	Trimestre 2 AMJ '07
IC IND Carn	52,7	54,7
Ice IND Carn	52,1	53,2
Ics IND Carn	52,3	53,8
Iprod IND Carn	53,9	58,2
Icom IND Carn	52,5	53,5
IC IND FrutHort	55,4	52,5
Ice IND FrutHort	55,2	48,7
Ics IND FrutHort	54,4	49,6
Iprod IND FrutHort	56,8	57,6
Icom IND FrutHort	55,1	52,9
IC IND Vitivin	56,1	56,5
Ice IND Vitivin	54,7	53,8
Ics IND Vitivin	54,6	55,0
Iprod IND Vitivin	56,5	57,9
Icom IND Vitivin	58,3	58,7
IC IND Altres	54,3	52,7
Ice IND Altres	51,8	50,5
Ics IND Altres	52,2	51,1
Iprod IND Altres	56,6	56,7
Icom IND Altres	55,9	51,9



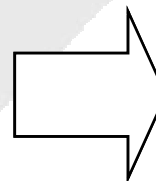
BASE: 31 entrevistes per trimestre

	Trimestre 1 GFM '07	Trimestre 2 AMJ '07
IC MAJORISTES	56,1	54,0
Ice - Conjuntura econòmica	53,7	48,2
Ics - Conjuntura sectorial	55,1	48,4
lprod - Confiança en productes	57,6	62,4
Icom - Àmbit comercial	57,6	55,0



BASE: 355 entrevistes per trimestre

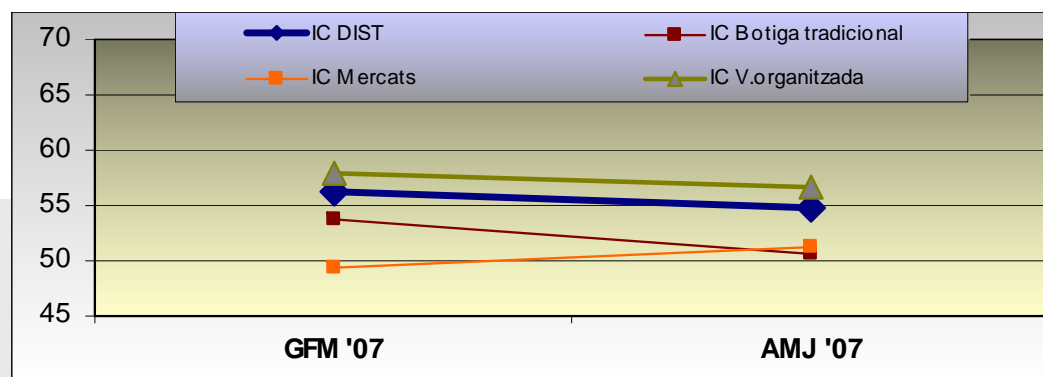
	Trimestre 1 GFM '07	Trimestre 2 AMJ '07
IC DIST	56,4	54,7
IC Botiga tradicional	53,8	50,5
IC Mercats	49,5	51,3
IC V.organitzada	57,8	56,8



	GFM '07	AMJ '07
IC Botiga tradicional	53,8	50,5
Ice Botiga tradicional	46,5	44,2
Ics Botiga tradicional	48,4	44,0
Iprod Botiga tradicional	58,2	55,5
Icom Botiga tradicional	60,0	56,2

	GFM '07	AMJ '07
IC Mercats	49,5	51,3
Ice Mercats	42,7	44,5
Ics Mercats	44,7	44,6
Iprod Mercats	54,4	56,7
Icom Mercats	54,2	56,6

	GFM '07	AMJ '07
IC Venda organitzada	57,8	56,8
Ice V. organitzada	52,6	52,6
Ics V. organitzada	57,3	55,3
Iprod V. organitzada	59,0	60,3
Icom V. organitzada	61,4	58,2



ANÀLISI SECTORIAL

Productors i Indústria

SECTOR CARNI

Resum de les principals notícies publicades

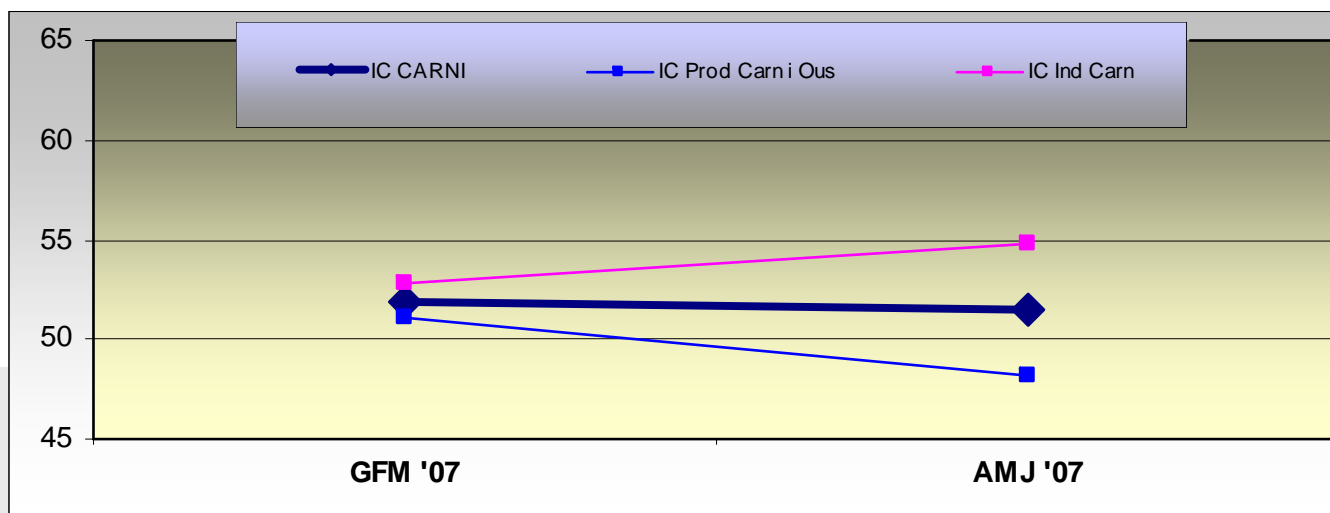
El sector carni és el que experimenta un menor descens de la confiança respecte al primer trimestre de 2007, i es dona entre els productors, mentre que la confiança de la indústria augmenta.

El descens entre els productors està relacionat amb la conjuntura sectorial (marxa del sector i suport de l'Administració) i amb l'àmbit comercial (sobretot en la competència internacional).

- ✓ Els xinesos menjaran pernil Espanyol al seu país, després de la llum verda del seu Govern a la importació de productes porcins (agroinformacion.com)
- ✓ Les exportacions de productes ramaders s'han multiplicat per 20 en els últims 10 anys (agroprofesional.com)
- ✓ Calculats els imports unitaris per als pagaments addicionals al sector bestiar boví de carn (agroinformacion.com)
- ✓ Espanya firma un preacord amb Brasil per la exportació de productes carnis (eurocarne.com)
- ✓ Els avicultors tindran a l'estiu contracte per estabilitzar el sector (lavozdegalicia.es)
- ✓ Els productes carnis espanyols és preparen per entrar al Marroc (consumaseguridad.com)
- ✓ Espanya va exportar 152.598 tones de carn de porc al 2006 (besana.es)
- ✗ Detecten en una explotació de Girona el primer cas de "vaca boja" de 2007 (agroinformacion.com)
- ✗ El preu del bocí disminueix fins a xifres similars a la crisi de la EEB (eurocarne.com)
- ✗ Enfonsament dels preus de la carn de boví amb més d'un 30% (agroinformacion.com)
- ✗ Els ramaders de boví denuncien que el costen alimentació ha crescut un 30% en l'últim any (agroprofesional.com)
- ✗ La situació del sector ramader és cada vegada més (agroinformacion.com)
- ± La producció de pernils i paletes es va incrementar un 42% en els últims deu anys (besana.es)
- ± La Directora General d'Alimentació del MAPA participa en el "Grup de treball i discussió sobre el sector carni" organitzat per l' UGT (agroinformacion.com).

Índexs i subíndexs relatius al sector CARNI

	GFM '07	AMJ '07
IC CARNI	52,0	51,4
Variació		-1,0%
IC Prod Carn i Ous	51,2	48,1
Variació		-5,9%
IC Ind Carn	52,7	54,7
		3,8%



BASES: 150 entrevistes per trimestre

PRODUCTORS

Ce: Conjuntura econòmica; Cs: Conjuntura sectorial; prod: Confiança productes; com: Àmbit comercial

	GFM '07	AMJ '07
IC Prod Carn i Ous	51,2	48,1
Variació		-5,9%
Ice Prod Carn i Ous	47,5	47,1
Variació		-0,7%
Ics Prod Carn i Ous	47,9	44,3
Variació		-7,6%
Iprod Prod Carn i Ous	58,5	55,9
Variació		-4,5%
Icom Prod Carn i Ous	49,6	44,2
Variació		-10,9%

Valoracions del nivell de confiança (0..10)

	GFM '07	AMJ '07
Conjuntura Econòmica		
Situació econòmica personal respecte al darrer any	4,8	4,6
Situació econòmica personal en un any	4,8	4,7
Situació econòmica de Catalunya en un any	4,7	4,9
Conjuntura Sectorial		
Situació sector agroalimentari català respecte altres sectors	4,7	4,0
Suport DAR al sector agroalimentari	4,5	3,7
Evolució sector agroalimentari català en l'últim any	5,0	4,3
Evolució de les seves vendes en l'últim any	5,4	5,2
Evolució de les seves vendes en els propers mesos	5,4	5,3
Evolució marges de l'empresa en l'últim any	4,5	4,2
Evolució marges de l'empresa en els propers mesos	4,7	4,2
Satisfacció associacionisme / cooperativisme al sector	5,3	5,2
Ajudes / subvencions de l'Administració	3,2	3,2
Confiança en Productes		
Evolució de la qualitat dels aliments	6,1	6,0
Evolució de la seguretat en el consum d'aliments	6,7	6,6
Satisfacció evolució dels preus dels aliments	4,3	3,7
Capacitat per fer front als productes importats	5,2	4,6
Àmbit Comercial		
Preus que paguen els clients	4,3	3,8
Terminis de pagament amb els clients	5,6	5,2
Capacitat per fer front a l'ampliació UE	5,3	4,7
Capacitat per exportar productes	5,1	4,3

INDÚSTRIA

Ce: Conjuntura econòmica; Cs: Conjuntura sectorial; prod: Confiança productes; com: Àmbit comercial

	GFM '07	AMJ '07
IC IND Carn	52,7	54,7
Variació		3,8%
Ice IND Carn	52,1	53,2
Variació		2,1%
Ics IND Carn	52,3	53,8
Variació		2,8%
Iprod IND Carn	53,9	58,2
Variació		7,9%
Icom IND Carn	52,5	53,5
Variació		1,9%

Valoracions del nivell de confiança (0..10)	GFM '07	AMJ '07
Conjuntura Econòmica		
Situació econòmica personal respecte al darrer any	5,2	5,5
Situació econòmica personal en un any	5,4	5,6
Situació econòmica de Catalunya en un any	5,0	4,8
Conjuntura Sectorial		
Situació sector agroalimentari català respecte altres sectors	4,5	4,9
Suport DAR al sector agroalimentari	4,1	3,6
Evolució sector agroalimentari català en l'últim any	5,3	5,0
Evolució de les seves vendes en l'últim any	5,5	6,0
Evolució de les seves vendes en els propers mesos	5,9	6,1
Nivell d'implantació TIC	6,3	6,4
Capacitat d'aplicar i desenvolupar innovació tecnològica	5,5	5,8
Dimensió mitjana empresa del sector és adequada	4,8	5,1
Confiança en Productes		
Evolució de la qualitat dels aliments	5,6	5,8
Evolució de la seguretat en el consum d'aliments	6,6	6,9
Satisfacció evolució dels preus dels aliments	4,0	4,9
Capacitat per fer front als productes importats	5,0	5,2
Àmbit Comercial		
Preus que paguen els clients	5,1	5,5
Terminis de pagament amb els clients	4,9	5,3
Preus que paga als seus proveïdors	5,2	5,2
Terminis de pagament a proveïdors	5,6	5,6
Qualitat de servei dels seus proveïdors	6,8	6,9
Capacitat per l'exportació de productes	4,2	3,9

SECTOR HORTOFRUTÍCOLA

Resum de les principals notícies publicades

Les principals notícies publicades tenen a veure amb actuacions orientades a la promoció del sector– a nivell nacional i internacional- i l'evolució de preus dels productes, no tots en el mateix sentit. Els índexs assenyalen un lleuger augment de la confiança entre els productors (relacionat amb la bona valoració de la conjuntura econòmica i de l'àmbit comercial (sobretot dels preus), i un retrocés a la indústria, que valora de forma menys positiva la situació econòmica i la marxa del sector.

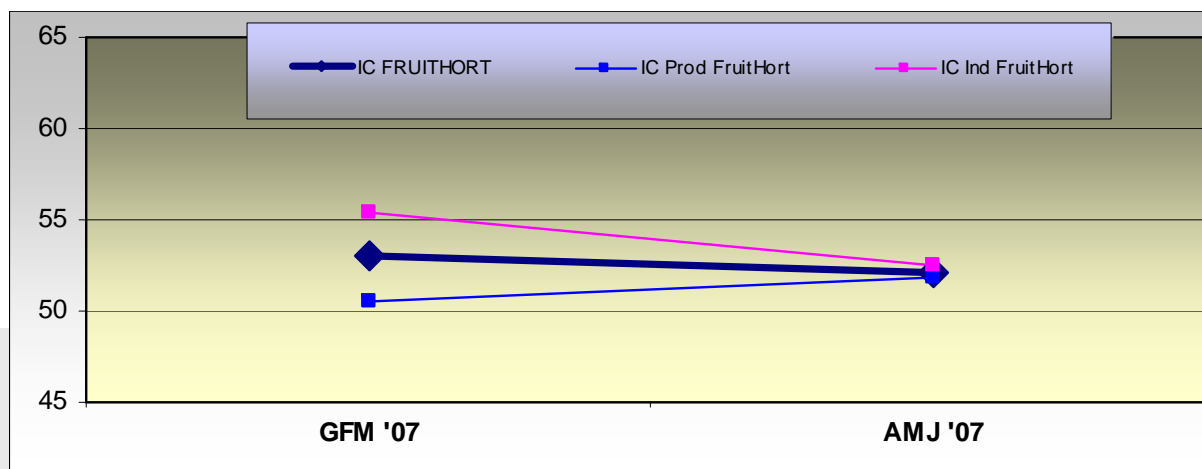
- ✓ La producció de cireres disminueix un 40% a Catalunya i s'espera un repunt de preus (agroprofesional.com)
- ✓ El Ministeri d'Agricultura i el sector de la distribució col·laboraran en la promoció de la fruita dolça (agroinformacion.com)
- ✓ AFRUEX desenvoluparà una campanya de promoció de la cirera extremenya a supermercats anglesos (agroinformacion.com – EFE)
- ✓ Les exportacions hortofrutícoles augmentaran més d'un 7% fins març en volum i valor (agroprofesional.com)
- ✓ Foods from Spain promociona la fruita i la verdura entre els escolars anglesos (icex.es)
- ✓ El meló espanyol arriba amb força a Noruega (agroinformacion.com)
- ✓ Els productors de fruita d'os preparen amb optimisme la pròxima campanya (agroprofesional.com)
- ✓ Govern i comunitats destinaran 35,8 milions d'euros a promoure l'agricultura ecològica (consumer.es)

- ✗ Els preus del gerd cauen un 20% davant a la campanya anterior (agroinformacion.com)
- ✗ Les mongetes verdes van ser l'aliment fresc que més és va abaratir a l'abril (consumer.es)
- ✗ Alemanya torna a alertar de la detecció de pebrots amb pesticida il·legal procedents d'Espanya. (consumaseguridad.com)

- ± La producció de fruita dolça ha caigut entre un 20 i un 40% però els preus segueixen estancats (agroprofesional.com)

Índexs i subíndexs relatius al sector HORTOFRUTÍCOLA

	GFM '07	AMJ '07
IC FRUITHORT	53,0	52,2
Variació		-1,6%
IC Prod FruitHort	50,6	51,9
Variació		2,5%
IC Ind FruitHort	55,4	52,5
		-5,3%



PRODUCTORS

Ce: Conjuntura econòmica; Cs: Conjuntura sectorial; prod: Confiança productes; com: Àmbit comercial

	GFM '07	AMJ '07
IC Prod FruitHort	50,6	51,9
Variació		2,5%
Ice Prod FruitHort	48,4	52,2
Variació		7,7%
Ics Prod FruitHort	49,3	49,0
Variació		-0,6%
lprod Prod FruitHort	55,1	55,5
Variació		0,8%
lcom Prod FruitHort	48,7	50,4
Variació		3,5%

Valoracions del nivell de confiança (0..10)

	GFM '07	AMJ '07
Conjuntura Econòmica		
Situació econòmica personal respecte al darrer any	5,0	5,2
Situació econòmica personal en un any	4,9	5,2
Situació econòmica de Catalunya en un any	4,6	5,2
Conjuntura Sectorial		
Situació sector agroalimentari català respecte altres sectors	4,3	4,4
Suport DAR al sector agroalimentari	5,1	3,9
Evolució sector agroalimentari català en l'últim any	4,8	5,0
Evolució de les seves vendes en l'últim any	5,6	5,7
Evolució de les seves vendes en els propers mesos	5,4	6,0
Evolució marges de l'empresa en l'últim any	4,9	4,8
Evolució marges de l'empresa en els propers mesos	4,9	5,0
Satisfacció associacionisme / cooperativisme al sector	5,5	5,1
Ajudes / subvencions de l'Administració	4,0	3,3
Confiança en Productes		
Evolució de la qualitat dels aliments	5,8	6,0
Evolució de la seguretat en el consum d'aliments	6,4	6,4
Satisfacció evolució dels preus dels aliments	4,0	4,0
Capacitat per fer front als productes importats	4,7	5,2
Àmbit Comercial		
Preus que paguen els clients	4,5	4,8
Terminis de pagament amb els clients	4,9	5,4
Capacitat per fer front a l'ampliació UE	5,0	5,1
Capacitat per exportar productes	5,1	5,0

INDÚSTRIA

Ce: Conjuntura econòmica; Cs: Conjuntura sectorial; prod: Confiança productes; com: Àmbit comercial

	GFM '07	AMJ '07
IC IND FruitHort	55,4	52,5
Variació		-5,3%
Ice IND FruitHort	55,2	48,7
Variació		-11,9%
Ics IND FruitHort	54,4	49,6
Variació		-8,9%
Iprod IND FruitHort	56,8	57,6
Variació		1,5%
Icom IND FruitHort	55,1	52,9
Variació		-3,9%

Valoracions del nivell de confiança (0..10)	GFM '07	AMJ '07
Conjuntura Econòmica		
Situació econòmica personal respecte al darrer any	5,6	5,1
Situació econòmica personal en un any	5,8	4,9
Situació econòmica de Catalunya en un any	5,2	4,6
Conjuntura Sectorial		
Situació sector agroalimentari català respecte altres sectors	4,7	3,9
Suport DAR al sector agroalimentari	4,2	3,6
Evolució sector agroalimentari català en l'últim any	5,0	4,3
Evolució de les seves vendes en l'últim any	5,9	5,2
Evolució de les seves vendes en els propers mesos	6,2	5,4
Nivell d'implantació TIC	6,4	6,0
Capacitat d'aplicar i desenvolupar innovació tecnològica	5,8	5,8
Dimensió mitjana empresa del sector és adequada	5,4	5,5
Confiança en Productes		
Evolució de la qualitat dels aliments	5,7	6,2
Evolució de la seguretat en el consum d'aliments	6,5	6,5
Satisfacció evolució dels preus dels aliments	4,6	4,1
Capacitat per fer front als productes importats	5,8	6,0
Àmbit Comercial		
Preus que paguen els clients	5,4	5,0
Terminis de pagament amb els clients	5,1	4,8
Preus que paga als seus proveïdors	5,0	4,8
Terminis de pagament a proveïdors	5,7	5,9
Qualitat de servei dels seus proveïdors	6,7	6,8
Capacitat per l'exportació de productes	5,3	4,8

SECTOR VITIVINÍCOLA

Resum de les principals notícies publicades

Les principals notícies en aquest sector tenen a veure amb l'OCM del vi, la seva negociació i les seves possibles conseqüències. En l'àmbit català, amb el boicot al cava. La confiança és major entre la indústria que entre els productors, ja que entre aquests darrers l'Índex es redueix en totes les àrees avaluades. Malgrat que les notícies recullen les bones perspectives del sector (a nivell estatal) en l'exportació, és en aquest àmbit comercial on es dona el major descens de confiança dels productors catalans.

- ✓ Elena Espinosa presenta l' "Estrategia Vino 2010" per liderar el sector mundial del vi (agroinformacion.com)
- ✓ Augmenten les vendes de cava fora del període nadalenc (mundocatering.com)
- ✓ El cava supera el boicot i assoleix un rècord de vendes a Espanya (elperiodico.com)
- ✓ Les vendes de Rías Baixas van créixer un 35% en els cinc primers mesos de 2007 (agroprofesional.com)
- ✓ Espanya és situa com a tercer exportador mundial del vi (agroinformacion.com)
- ✓ El Govern donarà 133 milions al sector vitivinícola (elperiodico.com)
- ✓ La Llei de Qualitat dels Vins protegeix els tradicionals projectes innovadors (mundocatering.com)
- ✓ La promoció internacional de vins espanyols dona els seus fruits (agroinformacion.com)
- ✓ Segueixen pujant les vendes de vi a la Rioja, tant a Espanya com a l'estranger (agroprofesional.com)
- ✓ El Consell Regulador de Rueda qualifica la seva anyada de 2006 de "molt bona" (agroinformacion.com)
- ✓ La Generalitat Valenciana desitja potenciar els seus vins a través d'un nou Institut Tecnològic de Viticultura i Enologia (directoalpaladar.com)

SECTOR VITIVINÍCOLA

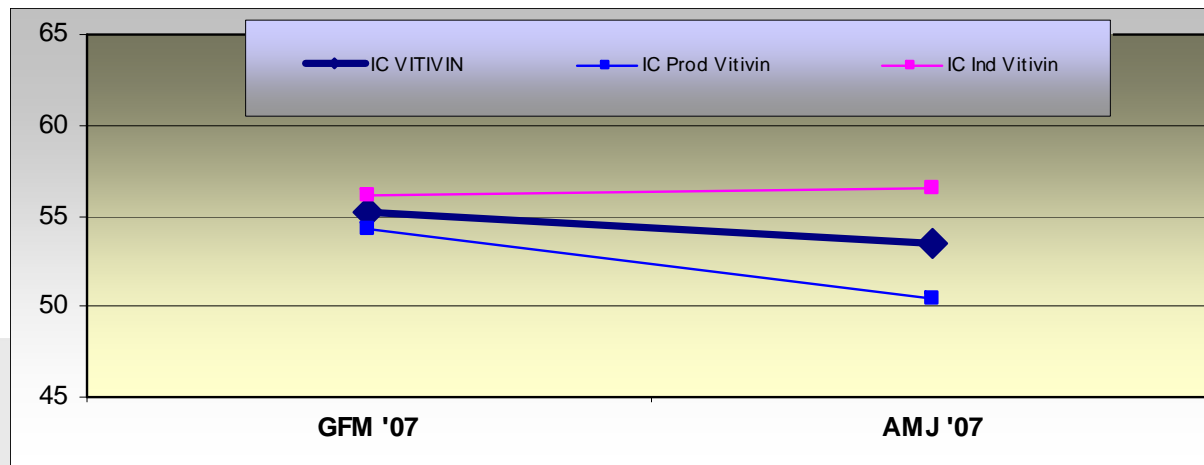
Resum de les principals notícies publicades

- × La venda de cava perd pes a l'hostaleria i el comerç (elperiodico.com)
- × La CE afirma que la indicació "Viñedos de España" per a vins no és legal (agroinformacion.com)
- × La UAGR creu que la OCM del Vin planteja "la desaparició de gran part del sector i moltes bodegues" (agroinformacion.com)
- × El vi no podrà anunciar les seves propietats saludables (elperiodico.com)
- × Nova caiguda del consum de vi a Espanya (mercadosdelvino.com)

- ± Sanitat cedeix davant el sector del vi, congela la llei i enutja als metges
- ± Les Ministres d'Agricultura d'Espanya i França faran "front comú" davant la propera reforma del vi (agroinformacion.com)
- ± El MAPA i les CCAA creen un grup de treball per analitzar la OCM del vi el 25 de juny (agroinformacion.com)
- ± El consum de vi cau prop del 3% encara que creix el dels caldos amb DO un 11,7% (agroprofesional.com)

Índexs i subíndexs relatius al sector VITIVINÍCOLA

	GFM '07	AMJ '07
IC VITIVIN	55,2	53,4
Variació		-3,1%
IC Prod Vitivin	54,2	50,4
Variació		-7,0%
IC Ind Vitivin	56,1	56,5
		0,7%



PRODUCTORS

Ce: Conjuntura econòmica; Cs: Conjuntura sectorial; prod: Confiança productes; com: Àmbit comercial

	GFM '07	AMJ '07
IC Prod Vitivin	54,2	50,4
Variació		-7,0%
Ice Prod Vitivin	52,7	49,7
Variació		-5,7%
Ics Prod Vitivin	53,3	50,9
Variació		-4,5%
Iprod Prod Vitivin	53,3	50,9
Variació		-4,5%
Icom Prod Vitivin	56,6	51,3
Variació		-9,4%

Valoracions del nivell de confiança (0..10)

	GFM '07	AMJ '07
Conjuntura Econòmica		
Situació econòmica personal respecte al darrer any	5,2	5,1
Situació econòmica personal en un any	5,3	4,9
Situació econòmica de Catalunya en un any	5,3	4,9

	GFM '07	AMJ '07
Conjuntura Sectorial		
Situació sector agroalimentari català respecte altres sectors	5,1	4,6
Suport DAR al sector agroalimentari	5,6	4,3
Evolució sector agroalimentari català en l'últim any	5,1	4,9
Evolució de les seves vendes en l'últim any	6,1	5,6
Evolució de les seves vendes en els propers mesos	6,1	6,0
Evolució marges de l'empresa en l'últim any	5,1	4,8
Evolució marges de l'empresa en els propers mesos	5,1	5,0
Satisfacció associacionisme / cooperativisme al sector	5,9	5,0
Ajudes / subvencions de l'Administració	4,7	3,6

	GFM '07	AMJ '07
Confiança en Productes		
Evolució de la qualitat dels aliments	5,8	5,4
Evolució de la seguretat en el consum d'aliments	6,1	6,1
Satisfacció evolució dels preus dels aliments	3,9	3,5
Capacitat per fer front als productes importats	5,4	5,5

	GFM '07	AMJ '07
Àmbit Comercial		
Preus que paguen els clients	5,0	5,2
Terminis de pagament amb els clients	5,0	5,0
Capacitat per fer front a l'ampliació UE	6,0	4,8
Capacitat per exportar productes	6,5	5,5

INDÚSTRIA

Ce: Conjuntura econòmica; **Cs:** Conjuntura sectorial; **prod:** Confiança productes; **com:** Àmbit comercial

	GFM '07	AMJ '07
IC IND Vitivin	56,1	56,5
Variació		0,7%
Ice IND Vitivin	54,7	53,8
Variació		-1,8%
Ics IND Vitivin	54,6	55,0
Variació		0,6%
Iprod IND Vitivin	56,5	57,9
Variació		2,5%
Icom IND Vitivin	58,3	58,7
Variació		0,8%

Valoracions del nivell de confiança (0..10)	GFM '07	AMJ '07
Conjuntura Econòmica		
Situació econòmica personal respecte al darrer any	5,2	5,5
Situació econòmica personal en un any	5,7	5,6
Situació econòmica de Catalunya en un any	5,5	5,0
Conjuntura Sectorial		
Situació sector agroalimentari català respecte altres sectors	4,6	4,6
Suport DAR al sector agroalimentari	3,8	4,3
Evolució sector agroalimentari català en l'últim any	5,6	4,9
Evolució de les seves vendes en l'últim any	6,0	5,9
Evolució de les seves vendes en els propers mesos	6,3	6,2
Nivell d'implantació TIC	6,2	6,6
Capacitat d'aplicar i desenvolupar innovació tecnològica	5,8	6,2
Dimensió mitjana empresa del sector és adequada	5,4	5,3
Confiança en Productes		
Evolució de la qualitat dels aliments	5,5	5,9
Evolució de la seguretat en el consum d'aliments	6,3	6,6
Satisfacció evolució dels preus dels aliments	5,3	4,5
Capacitat per fer front als productes importats	5,2	6,1
Àmbit Comercial		
Preus que paguen els clients	6,0	5,6
Terminis de pagament amb els clients	5,6	5,4
Preus que paga als seus proveïdors	5,2	5,0
Terminis de pagament a proveïdors	5,6	5,7
Qualitat de servei dels seus proveïdors	6,9	6,7
Capacitat per l'exportació de productes	5,4	6,5

ALTRES SECTORS

Resum de les principals notícies publicades

El grup d'altres sectors inclou en el cas dels productors, els greixos i olis, la llet, la pesca, els cereals; per la indústria, a més dels esmentats, el pa i pastisseria, sucres i begudes (excepte vi). Entre d'altres, les principals notícies tenen a veure amb les bones perspectives (a nivell estatal) per l'aqüicultura i l'oli, els conflictes entre productors i indústria pels preus de la llet, i les dificultats del sector del sucre.

També en aquest conjunt de sectors la confiança dels productors és menor que la de la indústria. Per tots dos agents el descens té a veure sobretot amb valoracions menys positives de l'àmbit comercial.

- ✓ Espinosa presenta plans d'aqüicultura per convertir Espanya en líder mundial de cria de peixos (finanzas.com)
- ✓ L' aqüicultura genera prop de 12 milions d'euros al 2006 (besana.es)
- ✓ Augmenten les vendes d'oli d'oliva (mundocatering.com)
- ✓ Unió de Pagesos reparteix mil litres de llet gratuïta en protesta per el descens dels preus (agroinformacion.com)
- ✓ Indemnitzacions anuals per abandonament de la producció làctia (agroinformacion.com)
- ✓ FEPLAC. Pugen els preus de la llet als ramaders (agroinformacion.com)
- ✓ La Producció de begudes refrescants va arribar als 4.970 milions de litres, un 1,7% més (agroinformacion.com)
- ✓ Agricultura abonarà aquest mes quasi 22 milions en ajudes per abandó de la quota sucrera (mundocatering.com)
- ✓ El Saló Internacional de Fleca busca impulsar el consum de pa (consumer.es)
- ✓ Els fabricants orienten la seva producció als sucres funcionals per guanyar quota i recuperar vendes

ALTRES SECTORS

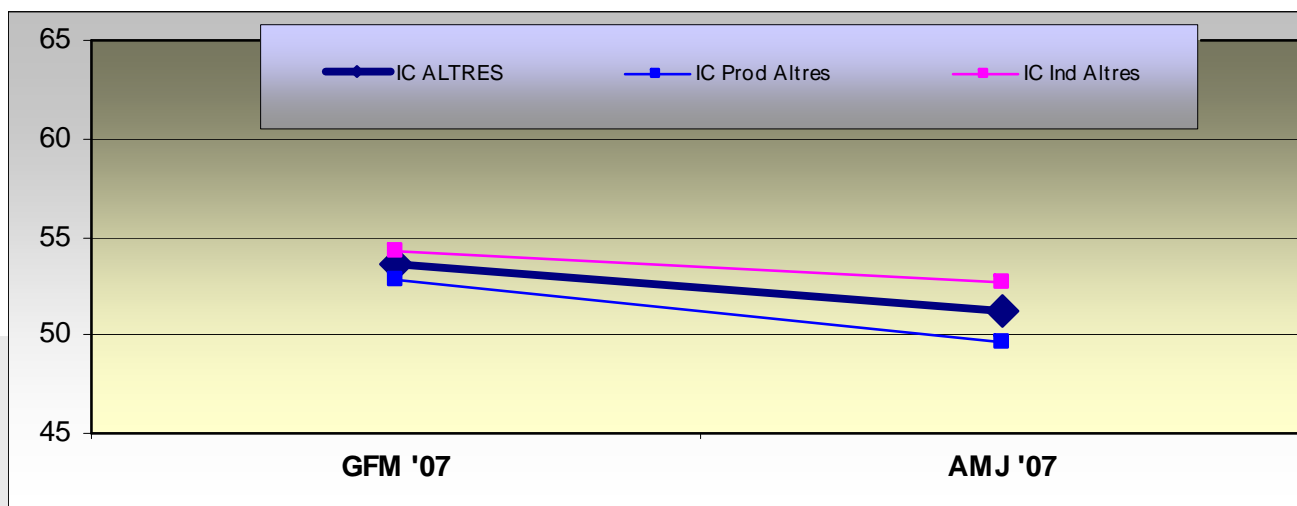
Resum de les principals notícies publicades

- × Experts espanyols alerten de l'elevada presència d'anisakis en peixos del Cantàbric (consumaseguridad.com)
- × El consumidor pagarà entre 3 i 4 euros per litre d'oli al 2007, segons la indústria, que a atravesat dificultats per la mala campanya de 2006 (finanzas.com)
- × Les entregues de llet van caure un 1,8% a l'abril (agroprofesional.com)
- × El torró de Xixona i Alicante sofreixen la moda de la primesa i estanquen les seves vendes (Bolsacinco)
- × Inprovo denuncia una pujada del cost de producció d'ous fins al 20% al primer semestre (agroinformacion.com)
- × El consum de sucre en les llars va descendir un 2,6 per cent fins almarç (besana.es)

- ± Consumidors no distingeixen la procedència de pesca extractiva o aqüicultura (besana.es)
- ± Espanya presentarà al·legacions contra la multa que la CE estudia imposar al sector oliverer espanyol (agroinformacion.com)
- ± Galícia rebrà el 62% de la quota làctia de la reserva nacional (lavozdegalicia.es)
- ± Les explotacions ramaderes de llet a Catalunya s'han reduït un 75% en 10 anys (agroprofesional.com)

Índexs i subíndexs relatius a ALTRES sectors

	GFM '07	AMJ '07
IC ALTRES	53,6	51,2
Variació		-4,4%
IC Prod Altres	52,8	49,7
Variació		-6,0%
IC Ind Altres	54,3	52,7
		-2,9%



BASES: 120 entrevistes per trimestre

PRODUCTORS

Ce: Conjuntura econòmica; Cs: Conjuntura sectorial; prod: Confiança productes; com: Àmbit comercial

	GFM '07	AMJ '07
IC Prod Altres	52,8	49,7
Variació		-6,0%
Ice Prod Altres	48,2	50,4
Variació		4,4%
Ics Prod Altres	50,5	47,0
Variació		-6,9%
Iprod Prod Altres	58,0	55,6
Variació		-4,1%
Icom Prod Altres	53,4	45,0
Variació		-15,7%

	GFM '07	AMJ '07
IC Prod Pesca	55,5	49,7
Variació		-10,4%
Ice Prod Pesca	52,1	46,4
Variació		-10,8%
Ics Prod Pesca	54,9	46,9
Variació		-14,6%
Iprod Prod Pesca	58,2	53,5
Variació		-8,2%
Icom Prod Pesca	56,0	51,0
Variació		-8,9%
IC Prod Oli i greixos	55,5	52,5
Variació		-5,3%
Ice Prod Pesca	50,3	52,9
Variació		5,2%
Ics Prod Pesca	53,6	50,5
Variació		-5,8%
Iprod Prod Pesca	58,8	57,8
Variació		-1,8%
Icom Prod Pesca	58,4	48,3
Variació		-17,3%
IC Prod Llet	49,1	52,3
Variació		6,5%
Ice Prod Llet	42,3	51,1
Variació		20,7%
Ics Prod Llet	50,5	46,6
Variació		-7,7%
Iprod Prod Llet	55,7	58,2
Variació		4,3%
Icom Prod Llet	46,6	51,8
Variació		11,1%
IC Prod Cereals	50,6	46,0
Variació		-8,9%
Ice Prod Cereals	46,7	50,2
Variació		7,6%
Ics Prod Cereals	45,3	44,3
Variació		-2,2%
Iprod Prod Cereals	58,1	53,9
Variació		-7,2%
Icom Prod Cereals	50,4	35,7
Variació		-29,2%

INDÚSTRIA

Ce: Conjuntura econòmica; Cs: Conjuntura sectorial; prod: Confiança productes; com: Àmbit comercial

	GFM '07	AMJ '07
IC IND Altres	54,3	52,7
Variació		-2,9%
Ice IND Altres	51,8	50,5
Variació		-2,4%
Ics IND Altres	52,2	51,1
Variació		-2,1%
Iprod IND Altres	56,6	56,7
Variació		0,1%
Icom IND Altres	55,9	51,9
Variació		-7,0%

Valoracions del nivell de confiança (0..10)

	GFM '07	AMJ '07
Conjuntura Econòmica		
Situació econòmica personal respecte al darrer any	5,2	5,0
Situació econòmica personal en un any	5,4	5,2
Situació econòmica de Catalunya en un any	4,9	4,9
Conjuntura Sectorial		
Situació sector agroalimentari català respecte altres sectors	4,8	4,7
Suport DAR al sector agroalimentari	3,6	3,4
Evolució sector agroalimentari català en l'últim any	5,1	4,6
Evolució de les seves vendes en l'últim any	5,7	5,7
Evolució de les seves vendes en els propers mesos	5,9	5,7
Nivell d'implantació TIC	5,8	6,0
Capacitat d'aplicar i desenvolupar innovació tecnològica	5,6	5,5
Dimensió mitjana empresa del sector és adequada	5,2	5,2
Confiança en Productes		
Evolució de la qualitat dels aliments	6,1	5,8
Evolució de la seguretat en el consum d'aliments	6,5	6,7
Satisfacció evolució dels preus dels aliments	4,6	4,8
Capacitat per fer front als productes importats	5,0	5,1
Àmbit Comercial		
Preus que paguen els clients	5,6	5,0
Terminis de pagament amb els clients	5,8	5,2
Preus que paga als seus proveïdors	5,1	4,7
Terminis de pagament a proveïdors	5,6	5,2
Qualitat de servei dels seus proveïdors	6,9	6,8
Capacitat per l'exportació de productes	4,5	4,4

ANÀLISI DELS MAJORISTES

MAJORISTES

Resum de les principals notícies publicades

L'índex de confiança dels majoristes agrega els sectors de carn, peix i fruites i hortalisses. Es redueix més de dos punts respecte al trimestre anterior, bàsicament per les valoracions més negatives en la conjuntura econòmica i del sector. Les principals notícies aparegudes els darrers mesos tenen a veure amb accions endegades de promoció i col·laboració en les quals hi participa Mercabarna.

- ✓ Difusió del model Mercabarna (mercabarna.es)
- ✓ L'estructura de Mercabarna-flor comença a aixecar-se (mercabarna.es)
- ✓ Una oficina per promocionar els productes argentins a Mercabarna (mercabarna.es)
- ✓ Mercabarna col·labora amb el Departament d'Educació de la Generalitat per renovar els estudis de FP (mercabarna.es)
- ✓ Acord històric per unificar la venda de peix i marisc als mercats municipals (mercabarna.es)
- ✓ Extensió de la xarxa de telecomunicacions de Mercabarna al 22AL (mercabarna.es)
- ✓ Merca-Rest '07: les empreses de Mercabarna obren les portes als restauradors (mercabarna.es)
- ✓ El negoci majorista a Mercamadrid va superar els 3.250 milions d'euros al 2006 (mercasa.es)

- ✗ Mercabarna denuncia el colapse en la inspecció fronterera (elperiodico.com)

- ± Estudi de la traçabilitat de les Mercas (mercabarna.es)

MAJORISTES

Ce: Conjuntura econòmica; Cs: Conjuntura sectorial; prod: Confiança productes; com: Àmbit comercial

	GFM '07	AMJ '07
IC MA	56,1	54,0
		-3,9%
Conjuntura econòmica	53,7	48,2
		-10,3%
Conjuntura sectorial	55,1	48,4
		-12,1%
Confiança en productes	57,6	62,4
		8,3%
Àmbit comercial	57,6	55,0
		-4,5%

Valoracions del nivell de confiança (0..10)

	GFM '07	AMJ '07
Conjuntura Econòmica		
Situació econòmica personal respecte al darrer any	5,4	5,0
Situació econòmica personal en un any	5,5	4,8
Situació econòmica de Catalunya en un any	5,2	4,6
Conjuntura Sectorial		
Situació sector agroalimentari català respecte altres sectors	5,1	4,5
Suport AAPP al sector agroalimentari	4,0	3,2
Evolució sector agroalimentari català en l'últim any	5,6	4,4
Evolució de les seves vendes en l'últim any	6,1	5,7
Evolució de les seves vendes en els propers mesos	6,3	5,8
Control de l'impacte de costos logístics sobre el marge	6,0	5,5
Confiança en Productes		
Evolució de la qualitat dels aliments	6,0	6,1
Evolució de la seguretat en el consum d'aliments	6,6	6,4
Satisfacció evolució dels preus dels aliments	4,4	6,2
Àmbit Comercial		
Preus que paga als seus proveïdors	5,5	5,6
Terminis de pagament als proveïdors	5,8	6,1
Preus que paguen els clients	6,1	5,5
Terminis de pagament amb els clients	4,8	4,8
Qualitat de servei dels proveïdors	6,7	6,5
Asociacions/cooperatives productores sobre el seu negoci	5,5	4,7

ANÀLISI DE LA DISTRIBUCIÓ

DISTRIBUCIÓ

Resum de les principals notícies publicades

Les notícies dels darrers mesos s'han fet ressò sobretot de la compra de Caprabo per part del Grupo Eroski, així com dels anuncis d'inversions per part de la gran distribució i la pèrdua de pes del petit comerç. Precisament els valors més elevats de confiança es donen entre la venda organitzada i on major és el retrocés és entre les botigues tradicionals.

- ✓ Grupo Eroski, després de la compra de Caprabo, invertirà 1.300 milions d'euros més (eurocarne.com)
- ✓ 2,2 Milions de nous clients per al Grup Eroski (tns-global.com)
- ✓ Grup Eroski supera en un 33% els beneficis del 2005 i segueix la seva expansió (mundocatering.com)
- ✓ Mercadona invertirà 16,5 milions a Andalusia en onze noves botigues (levante-emv.com)
- ✓ El Corte Inglés preveu obrir aquest any 20 supermercats Supercor a Espanya (mercadosdelvino.com)
- ✓ Les vendes minoristes creixen un 1,6% interanual a l'abril (expansion.com)
- ✓ La millora de la productivitat impulsa un 32% el benefici de Mercadona (expansion.com)
- ✗ Els comerços mostren la seva preocupació per la proposta del PP sobre l'alliberació dels horaris comercials (agroinformacion.com)
- ✗ La grandària sí importa, o cómo Mercadona va matar l'estrella dels 'botiguers' (agroinformacion.com)
- ± Barcelona perd botigues petites, però augmenta la superfície comercial (elperiodico.com)
- ± Una de cada 10 llars espanyoles compra productes de Gran Consum per Internet (marketingnews.es)
- ± Grans cadenes absorbeixen en 5 anys el 30% del petit comerç (lavozdegalicia.es)
- ± Les CCAA guanyen poder per frenar l'obertura de grans superfícies (expansion.com)
- ± Només tres cadenes de distribució alimentària decideixen sobre la meitat del que mengem i el preu que paguem pels aliments (agroinformacion.com)

DISTRIBUÏDORS

Ce: Conjuntura econòmica; Cs: Conjuntura sectorial; prod: Confiança productes; com: Àmbit comercial

	GFM '07	AMJ '07
IC DIST	56,4	54,7
		-2,9%
IC Botiga tradicional	53,8	50,5
		-6,1%
IC Mercats	49,5	51,3
		3,8%
IC V.organitzada	57,8	56,8
		-1,9%

	GFM '07	AMJ '07
IC Botiga tradicional	53,8	50,5
		-6,1%
Ice Botiga tradicional	46,5	44,2
		-5,1%
Ics Botiga tradicional	48,4	44,0
		-9,3%
lprod Botiga tradicional	58,2	55,5
		-4,7%
lcom Botiga tradicional	60,0	56,2
		-6,4%
	GFM '07	AMJ '07
IC Mercats	49,5	51,3
		3,8%
Ice Mercats	42,7	44,5
		4,4%
Ics Mercats	44,7	44,6
		-0,4%
lprod Mercats	54,4	56,7
		4,3%
lcom Mercats	54,2	56,6
		4,5%
	GFM '07	AMJ '07
IC Venda organitzada	57,8	56,8
		-1,9%
Ice V. organitzada	52,6	52,6
		0,0%
Ics V. organitzada	57,3	55,3
		-3,4%
lprod V. organitzada	59,0	60,3
		2,1%
lcom V. organitzada	61,4	58,2
		-5,2%

BOTIGA TRADICIONAL Ce: Conjuntura econòmica; Cs: Conjuntura sectorial; prod: Confiança productes; com: Àmbit comercial

	GFM '07	AMJ '07
IC Botiga tradicional	53,8	50,5
		-6,1%
Ice Botiga tradicional	46,5	44,2
		-5,1%
Ics Botiga tradicional	48,4	44,0
		-9,3%
Iprod Botiga tradicional	58,2	55,5
		-4,7%
Icom Botiga tradicional	60,0	56,2
		-6,4%

Valoracions del nivell de confiança (0..10)	GFM '07	AMJ '07
Conjuntura Econòmica		
Situació econòmica personal respecte al darrer any	4,8	4,4
Situació econòmica personal en un any	4,7	4,4
Situació econòmica de Catalunya en un any	4,5	4,5
Conjuntura Sectorial		
Situació sector agroalimentari català respecte altres sectors	4,6	4,2
Suport AAPP al sector agroalimentari	3,1	3,1
Evolució sector agroalimentari català en l'últim any	5,1	4,6
Evolució de les seves vendes en l'últim any	5,2	4,6
Evolució de les seves vendes en els propers mesos	5,4	4,8
Evolució marges de l'empresa en l'últim any	5,2	4,7
Evolució marges de l'empresa en els propers mesos	5,3	4,7
Confiança en Productes		
Evolució de la qualitat dels aliments	6,0	5,8
Evolució de la seguretat en el consum d'aliments	6,7	6,5
Satisfacció evolució dels preus dels aliments	4,5	4,1
Àmbit Comercial		
Preus que paga als seus proveïdors	5,3	4,7
Terminis de pagament als proveïdors	5,9	5,8
Qualitat de servei dels proveïdors	7,2	7,0
Costos logístics	5,3	4,9

MERCATS

Ce: Conjuntura econòmica; Cs: Conjuntura sectorial; prod: Confiança productes; com: Àmbit comercial

	GFM '07	AMJ '07
IC Mercats	49,5	51,3
		3,8%
Ice Mercats	42,7	44,5
		4,4%
Ics Mercats	44,7	44,6
		-0,4%
Iprod Mercats	54,4	56,7
		4,3%
Icom Mercats	54,2	56,6
		4,5%

Valoracions del nivell de confiança (0..10)	GFM '07	AMJ '07
Conjuntura Econòmica		
Situació econòmica personal respecte al darrer any	4,3	4,5
Situació econòmica personal en un any	4,3	4,5
Situació econòmica de Catalunya en un any	4,2	4,4
Conjuntura Sectorial		
Situació sector agroalimentari català respecte altres sectors	4,6	4,5
Suport AAPP al sector agroalimentari	3,1	2,8
Evolució sector agroalimentari català en l'últim any	5,0	4,5
Evolució de les seves vendes en l'últim any	4,7	5,0
Evolució de les seves vendes en els propers mesos	4,7	4,8
Evolució marges de l'empresa en l'últim any	4,6	4,9
Evolució marges de l'empresa en els propers mesos	4,5	4,7
Confiança en Productes		
Evolució de la qualitat dels aliments	6,0	6,0
Evolució de la seguretat en el consum d'aliments	6,2	6,7
Satisfacció evolució dels preus dels aliments	4,1	4,2
Àmbit Comercial		
Preus que paga als seus proveïdors	4,7	4,8
Terminis de pagament als proveïdors	5,5	6,0
Qualitat de servei dels proveïdors	6,6	6,8
Costos logístics	4,8	4,9

VENDA ORGANITZADA Ce: Conjuntura econòmica; Cs: Conjuntura sectorial; prod: Confiança productes; com: Àmbit comercial

	GFM '07	AMJ '07
IC Venda organitzada	57,8	56,8
		-1,9%
Ice V. organitzada	52,6	52,6
		0,0%
Ics V. organitzada	57,3	55,3
		-3,4%
Iprod V. organitzada	59,0	60,3
		2,1%
Icom V. organitzada	61,4	58,2
		-5,2%

Valoracions del nivell de confiança (0..10)	GFM '07	AMJ '07
Conjuntura Econòmica		
Situació econòmica personal respecte al darrer any	5,3	5,5
Situació econòmica personal en un any	5,3	5,4
Situació econòmica de Catalunya en un any	5,2	4,9
Conjuntura Sectorial		
Situació sector agroalimentari català respecte altres sectors	5,2	4,9
Suport AAPP al sector agroalimentari	4,6	4,6
Evolució sector agroalimentari català en l'últim any	5,5	5,4
Evolució de les seves vendes en l'últim any	6,5	6,1
Evolució de les seves vendes en els propers mesos	6,4	6,2
Evolució marges de l'empresa en l'últim any	6,1	5,8
Evolució marges de l'empresa en els propers mesos	5,9	5,6
Confiança en Productes		
Evolució de la qualitat dels aliments	5,9	6,1
Evolució de la seguretat en el consum d'aliments	6,5	7,1
Satisfacció evolució dels preus dels aliments	5,1	4,8
Àmbit Comercial		
Preus que paga als seus proveïdors	5,7	5,3
Terminis de pagament als proveïdors	6,1	5,5
Qualitat de servei dels proveïdors	6,7	6,3
Costos logístics	6,1	6,0

ÍNDEX CONSUMIDORS

Resum de les principals notícies publicades

La reducció de la confiança dels consumidors afecta de forma semblant tots els àmbits, encara que l'Índex és més baix quan es valoren la conjuntura econòmica i la confiança en els productes.

Tot i el descens, el nivell de confiança segueix sent alt i moltes de les notícies dels darrers mesos tenen a veure amb l'augment del consum en diferents sectors, malgrat que també es donin situacions de menor consum en d'altres, així com notícies de mala informació o mala qualitat que poden incidir en la pèrdua de confiança.

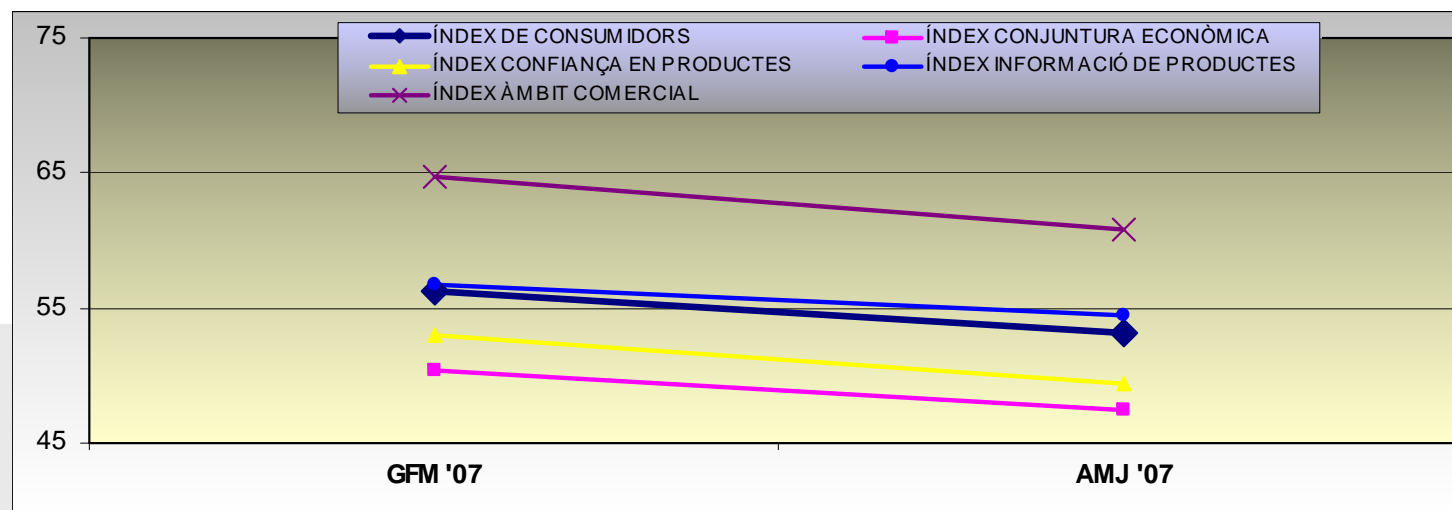
- ✓ La despesa dels espanyols va créixer el 5,3% en alimentació en el passat any (mercadosdelvino.com)
- ✓ Un de cada 10 llars espanyoles compra productes de Gran Consum per internet (marketingnews.es)
- ✓ Els espanyols consumim productes del mar una mitja de 10 dies al mes i preferim el peix fresc (mapa.es)
- ✓ Un 70% de la població consumeix aliments funcionals, empesos per la publicitat (marketingnews.es)
- ✓ El consum d'arròs en les llars espanyoles va augmentar un 7,8% fins març (agroinformacion.com)
- ✓ La despesa en alimentació ha estat de 20.515 milions d'euros en el primer trimestre de l'any 2007, un 6% més que en el mateix període de l'any anterior (agroinformacion.com)
- ✓ Sis de cada deu espanyols compren menjar preparat (ACNielsen)

Resum de les principals notícies publicades (cont.)

- × CEACCU detecta quaranta promocions infantils de productes alimentaris que afavoreixen la obesitat en els nens (agroinformacion.com)
- × Els consumidors espanyols gasten menys de 6 euros a l'any productes ecològics (agroinformacion.com)
- × Prohibeixen a Pascual anunciar els seus sucus com a "refrigerats" per publicitat enganyosa (bolsacinco.com)
- × Els aliments s'han encarit un 3,2% en l'últim any (agroprofesional.com)
- × El consum de sucre en les llars va descendir un 2,6 per cent fins almarç (besana.es)
- ± El consum de vin cau prop del 3% encara que el dels caldos amb DO un 11,7% (agroprofesional.com)

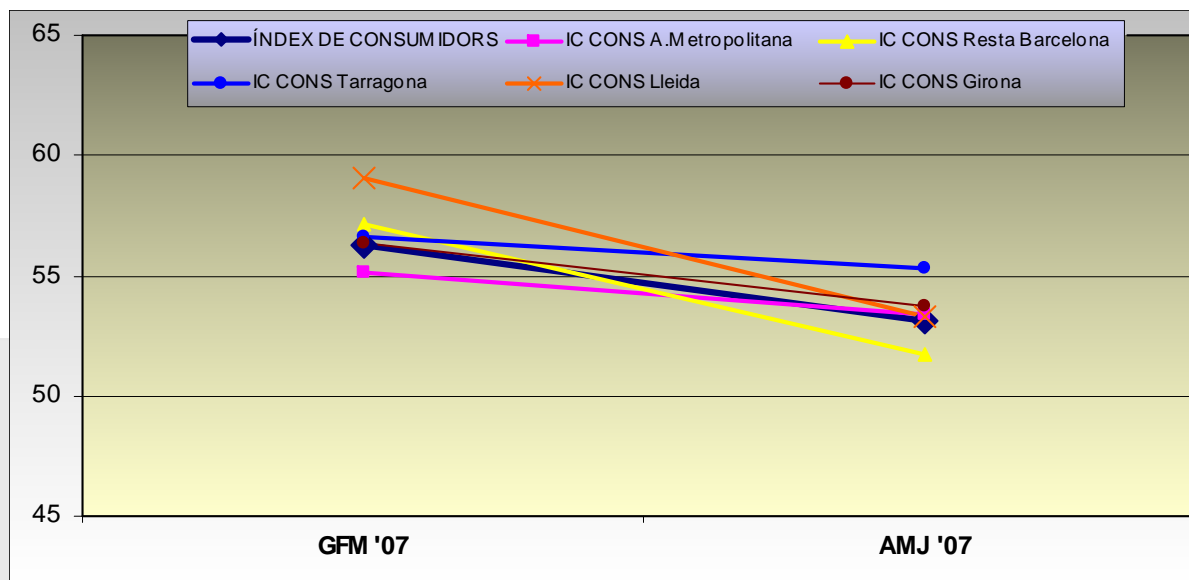
BASE: 550 entrevistes

	Trimestre 1 GFM '07	Trimestre 2 AMJ '07
ÍNDEX DE CONSUMIDORS	56,2	53,1
ÍNDEX CONJUNTURA ECONÒMICA	50,4	47,5
ÍNDEX CONFIANÇA EN PRODUCTES	53,0	49,5
ÍNDEX INFORMACIÓ DE PRODUCTES	56,8	54,5
ÍNDEX ÀMBIT COMERCIAL	64,8	60,8



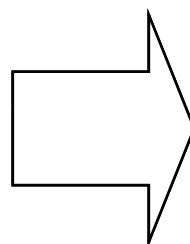
BASE: 550 entrevistes

	Trimestre 1 GFM '07	Trimestre 2 AMJ '07
ÍNDEX DE CONSUMIDORS	56,2	53,1
IC CONS A.Metropolitana	55,1	53,4
IC CONS Resta Barcelona	57,1	51,7
IC CONS Tarragona	56,6	55,3
IC CONS Lleida	59,0	53,3
IC CONS Girona	56,3	53,7



BASE: 550 entrevistes

	Trimestre 1 GFM '07	Trimestre 2 AMJ '07
INDEX DE CONSUMIDORS	56,2	53,1
IC CONS A.Metropolitana	55,1	53,4
IC CONS Resta Barcelona	57,1	51,7
IC CONS Tarragona	56,6	55,3
IC CONS Lleida	59,0	53,3
IC CONS Girona	56,3	53,7



	Trimestre 1 GFM '07	Trimestre 2 AMJ '07
IC CONS A.Metropolitana	55,1	53,4
Ice Cons A.Metropolitana	50,3	48,2
Iprod Cons A.Metropolitana	51,6	50,0
linf Cons A.Metropolitana	54,7	54,4
Icom Cons A.Metropolitana	64,1	60,9
IC CONS Resta Barcelona	57,1	51,7
Ice Cons Resta Barcelona	50,9	45,4
Iprod Cons Resta Barcelona	53,3	48,5
linf Cons Resta Barcelona	58,9	52,4
Icom Cons Resta Barcelona	65,2	60,6
IC CONS Tarragona	56,6	55,3
Ice Cons Tarragona	49,8	49,2
Iprod Cons Tarragona	54,5	51,0
linf Cons Tarragona	57,0	58,8
Icom Cons Tarragona	65,0	62,1
IC CONS Lleida	59,0	53,3
Ice Cons Lleida	51,1	47,9
Iprod Cons Lleida	57,3	47,1
linf Cons Lleida	59,8	56,3
Icom Cons Lleida	67,6	62,2
IC CONS Girona	56,3	53,7
Ice Cons Girona	49,0	49,2
Iprod Cons Girona	54,1	50,0
linf Cons Girona	57,5	56,1
Icom Cons Girona	64,5	59,5

ÀREA METROPOLITANA

Ce: Conjuntura econòmica; Cs: Conjuntura sectorial; prod: Confiança productes; com: Àmbit comercial

	GFM '07	AMJ '07
IC CONS A.Metropolitana	55,1	53,4
		-3,2%
Ice Cons A.Metropolitana	50,3	48,2
		-4,2%
lprod Cons A.Metropolitana	51,6	50,0
		-3,0%
linf Cons A.Metropolitana	54,7	54,4
		-0,6%
lcom Cons A.Metropolitana	64,1	60,9
		-5,0%

Valoracions del nivell de confiança (0..10)

	GFM '07	AMJ '07
Conjuntura Econòmica		
Situació econòmica personal respecte al darrer any	5,1	4,9
Situació econòmica personal en un any	5,3	5,0
Situació econòmica d'Espanya en un any	4,8	4,6
Situació sector agroalimentari espanyol respecte a altres sectors	4,9	4,8

Confiança en Productes

	GFM '07	AMJ '07
Grau de confiança en el consum (per família de producte)	6,5	6,4
Gestió de les AAPP en control alimentari	5,4	5,2
Evolució de la qualitat dels aliments	5,3	5,4
Evolució de la seguretat en el consum d'aliments	5,4	5,5
Satisfacció evolució preus dels aliments	3,5	2,6

Informació de producte

	GFM '07	AMJ '07
Informació que acompanya el producte	5,9	6,1
Informació mitjans comunicació temes alimentaris	4,9	4,6

Pràctiques comercials

	GFM '07	AMJ '07
Grau de confiança en la marca	6,6	6,3
Grau de confiança en els aliments (per tipus d'establiment)	6,2	5,9

RESTA BARCELONA

Ce: Conjuntura econòmica; Cs: Conjuntura sectorial; prod: Confiança productes; com: Àmbit comercial

	GFM '07	AMJ '07
IC CONS Resta Barcelona	57,1	51,7
		-9,4%
Ice Cons Resta Barcelona	50,9	45,4
		-10,8%
Iprod Cons Resta Barcelona	53,3	48,5
		-9,0%
linf Cons Resta Barcelona	58,9	52,4
		-11,0%
Icom Cons Resta Barcelona	65,2	60,6
		-7,1%

Valoracions del nivell de confiança (0..10)

	GFM '07	AMJ '07
Conjuntura Econòmica		
Situació econòmica personal respecte al darrer any	5,2	4,6
Situació econòmica personal en un any	5,4	4,6
Situació econòmica d'Espanya en un any	4,8	4,3
Situació sector agroalimentari espanyol respecte a altres sectors	4,9	4,6

Confiança en Productes

	GFM '07	AMJ '07
Grau de confiança en el consum (per família de producte)	6,7	6,2
Gestió de les AAPP en control alimentari	5,7	5,2
Evolució de la qualitat dels aliments	5,6	5,2
Evolució de la seguretat en el consum d'aliments	5,8	5,3
Satisfacció evolució preus dels aliments	3,0	2,6

Informació de producte

	GFM '07	AMJ '07
Informació que acompanya el producte	6,3	5,8
Informació mitjans comunicació temes alimentaris	5,4	4,5

Pràctiques comercials

	GFM '07	AMJ '07
Grau de confiança en la marca	6,6	6,2
Grau de confiança en els aliments (per tipus d'establiment)	6,4	5,9

TARRAGONA

Ce: Conjuntura econòmica; Cs: Conjuntura sectorial; prod: Confiança productes; com: Àmbit comercial

	GFM '07	AMJ '07
IC CONS Tarragona	56,6	55,3
		-2,3%
Ice Cons Tarragona	49,8	49,2
		-1,2%
lprod Cons Tarragona	54,5	51,0
		-6,3%
linf Cons Tarragona	57,0	58,8
		3,2%
lcom Cons Tarragona	65,0	62,1
		-4,5%

Valoracions del nivell de confiança (0..10)

	GFM '07	AMJ '07
Conjuntura Econòmica		
Situació econòmica personal respecte al darrer any	5,0	4,7
Situació econòmica personal en un any	5,2	5,0
Situació econòmica d'Espanya en un any	4,9	5,0
Situació sector agroalimentari espanyol respecte a altres sectors	4,9	4,9

Confiança en Productes

	GFM '07	AMJ '07
Grau de confiança en el consum (per família de producte)	6,8	6,4
Gestió de les AAPP en control alimentari	5,6	5,4
Evolució de la qualitat dels aliments	5,6	5,6
Evolució de la seguretat en el consum d'aliments	6,0	5,7
Satisfacció evolució preus dels aliments	3,7	2,6

Informació de producte

	GFM '07	AMJ '07
Informació que acompanya el producte	6,2	6,3
Informació mitjans comunicació temes alimentaris	5,1	5,4

Pràctiques comercials

	GFM '07	AMJ '07
Grau de confiança en la marca	6,6	6,4
Grau de confiança en els aliments (per tipus d'establiment)	6,4	6,0

LLEIDA

Ce: Conjuntura econòmica; Cs: Conjuntura sectorial; prod: Confiança productes; com: Àmbit comercial

	GFM '07	AMJ '07
IC CONS Lleida	59,0	53,3
		-9,7%
Ice Cons Lleida	51,1	47,9
		-6,3%
lprod Cons Lleida	57,3	47,1
		-17,8%
linf Cons Lleida	59,8	56,3
		-6,0%
lcom Cons Lleida	67,6	62,2
		-8,0%

Valoracions del nivell de confiança (0..10)

	GFM '07	AMJ '07
Conjuntura Econòmica		
Situació econòmica personal respecte al darrer any	5,1	5,2
Situació econòmica personal en un any	5,2	5,0
Situació econòmica d'Espanya en un any	4,8	4,3
Situació sector agroalimentari espanyol respecte a altres sectors	5,4	4,6

Confiança en Productes

	GFM '07	AMJ '07
Grau de confiança en el consum (per família de producte)	7,0	6,4
Gestió de les AAPP en control alimentari	5,8	5,2
Evolució de la qualitat dels aliments	6,0	5,0
Evolució de la seguretat en el consum d'aliments	6,3	5,2
Satisfacció evolució preus dels aliments	3,8	2,1

Informació de producte

	GFM '07	AMJ '07
Informació que acompanya el producte	6,5	6,0
Informació mitjans comunicació temes alimentaris	5,4	5,1

Pràctiques comercials

	GFM '07	AMJ '07
Grau de confiança en la marca	7,0	6,5
Grau de confiança en els aliments (per tipus d'establiment)	6,5	5,9

GIRONA

Ce: Conjuntura econòmica; Cs: Conjuntura sectorial; prod: Confiança productes; com: Àmbit comercial

	GFM '07	AMJ '07
IC CONS Girona	56,3	53,7
		-4,6%
Ice Cons Girona	49,0	49,2
		0,5%
lprod Cons Girona	54,1	50,0
		-7,5%
linf Cons Girona	57,5	56,1
		-2,4%
icom Cons Girona	64,5	59,5
		-7,7%

Valoracions del nivell de confiança (0..10)

	GFM '07	AMJ '07
Conjuntura Econòmica		
Situació econòmica personal respecte al darrer any	4,9	4,8
Situació econòmica personal en un any	5,2	5,0
Situació econòmica d'Espanya en un any	4,4	4,8
Situació sector agroalimentari espanyol respecte a altres sectors	5,1	5,1

Confiança en Productes

	GFM '07	AMJ '07
Grau de confiança en el consum (per família de producte)	6,7	6,6
Gestió de les AAPP en control alimentari	5,4	5,7
Evolució de la qualitat dels aliments	5,5	5,3
Evolució de la seguretat en el consum d'aliments	5,6	5,6
Satisfacció evolució preus dels aliments	4,2	2,3

Informació de producte

	GFM '07	AMJ '07
Informació que acompanya el producte	6,3	6,0
Informació mitjans comunicació temes alimentaris	5,1	5,1

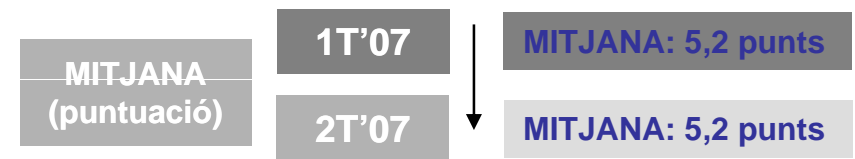
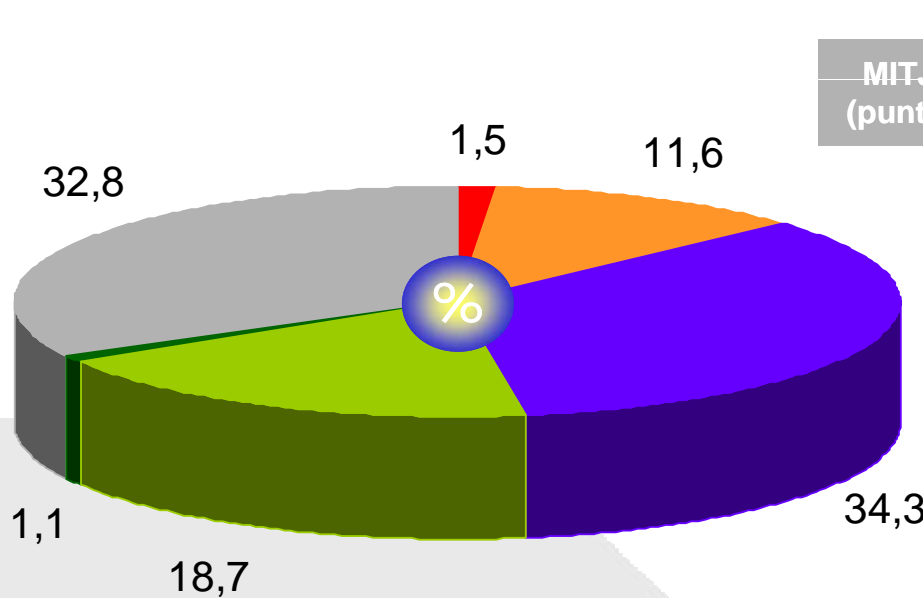
Pràctiques comercials

	GFM '07	AMJ '07
Grau de confiança en la marca	6,6	5,6
Grau de confiança en els aliments (per tipus d'establiment)	6,3	6,3

VALORACIONS INDIVIDUALS DELS INDICADORS

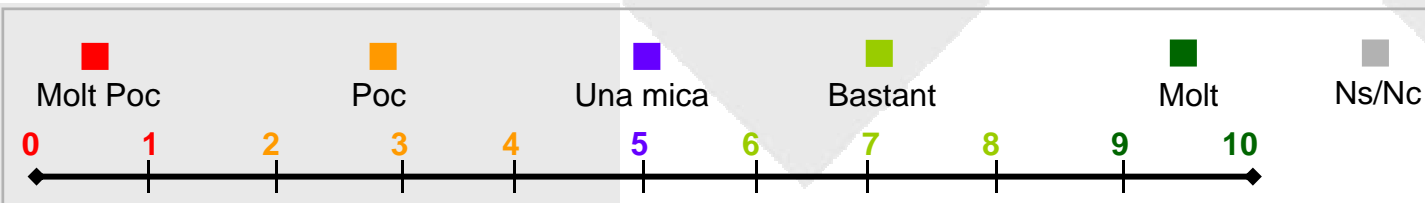
MONOGRÀFICS DEL TRIMESTRE

Satisfacció sobre la utilitat de la implantació del contracte global d'exploració

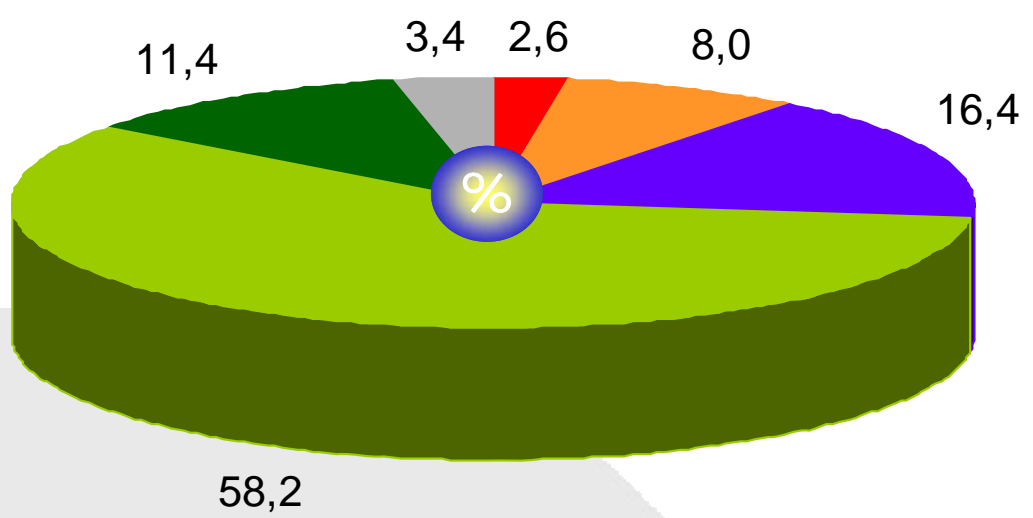


Grau de coneixement sobre les Denominacions d'Origen catalanes

CONSUMIDORS
Base: 550

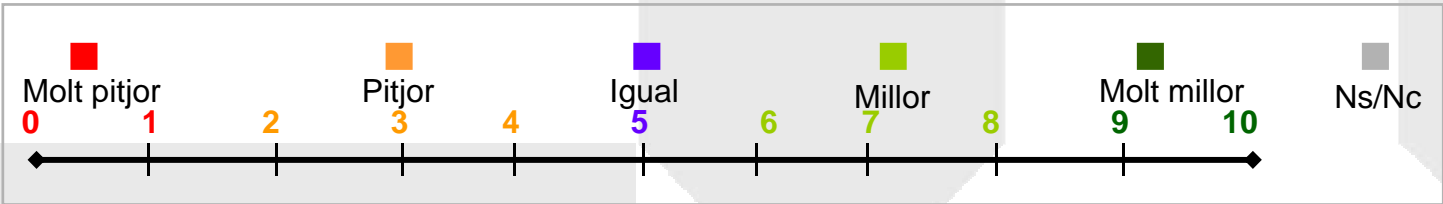


MITJANA (puntuació)	1T'07	2T'07
	MITJANA: 6,6 punts	MITJANA: 6,4 punts

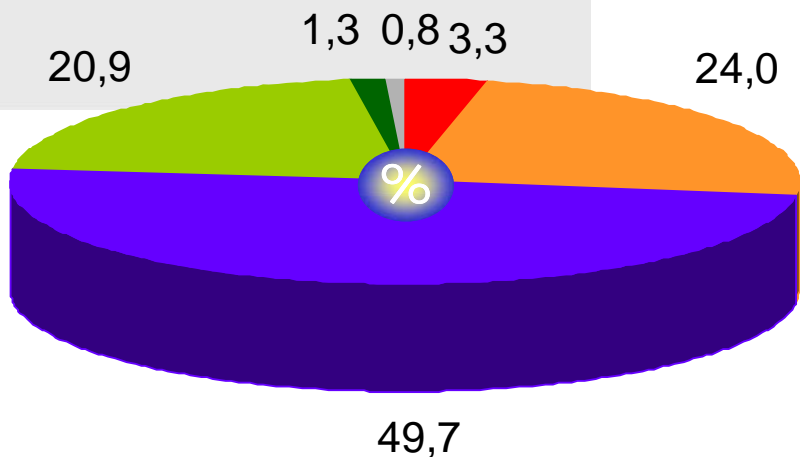


CONJUNTURA ECONÒMICA

PRODUCTORS
 Base: 380

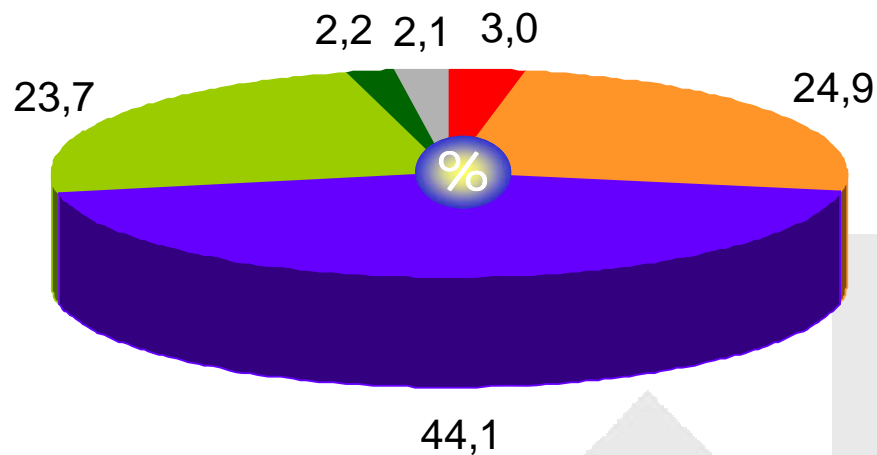


Situació econòmica personal actual
 (respecte a un any enrera)



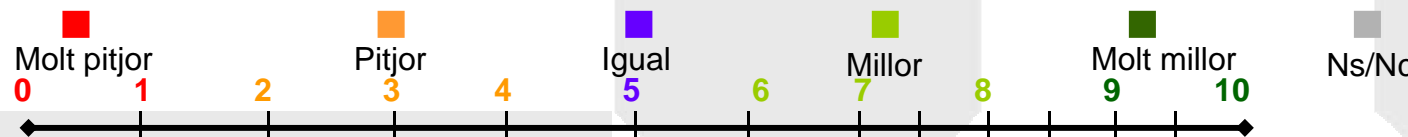
MITJANA (puntuació)	1T'07	2T'07
	MITJANA: 4,9 punts	MITJANA: 4,9 punts

Situació econòmica personal
 (perspectives per al pròxim any)

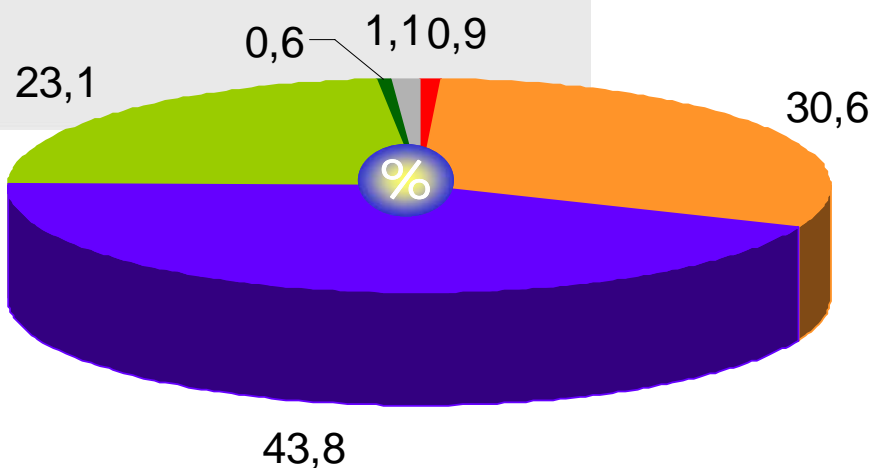


MITJANA (puntuació)	1T'07	2T'07
	MITJANA: 4,9 punts	MITJANA: 5,0 punts

PRODUCTORS
Base: 380

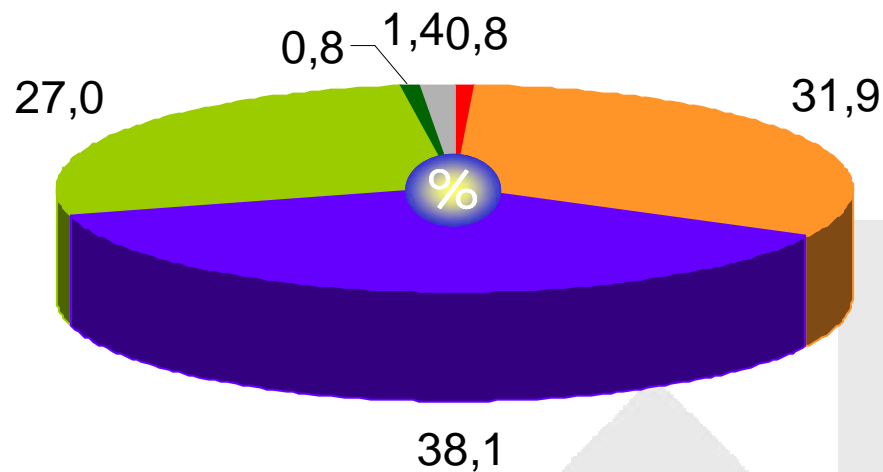


Situació econòmica d'Espanya
(perspectives per al pròxim any)



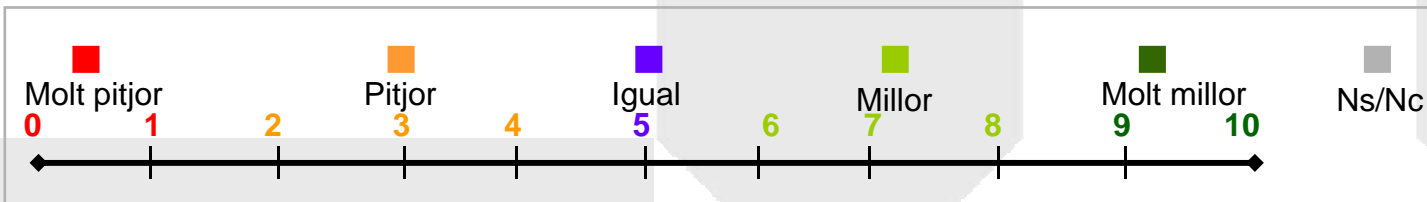
MITJANA (puntuació)	1T'07	2T'07
		MITJANA: 4,8 punts
		MITJANA: 4,9 punts

Situació econòmica de Catalunya
(perspectives per al pròxim any)

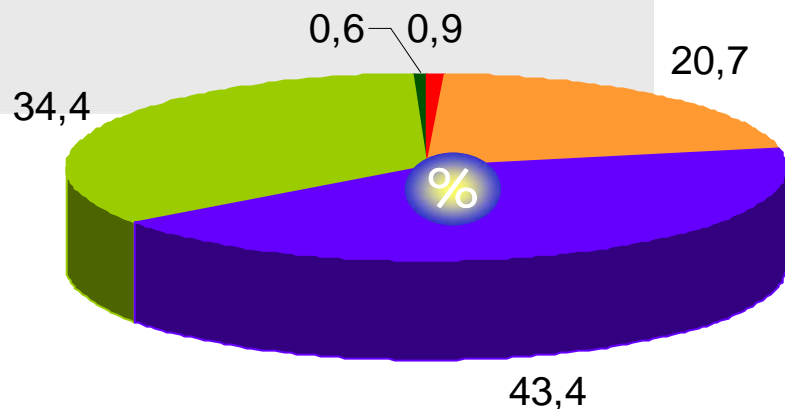


MITJANA (puntuació)	1T'07	2T'07
		MITJANA: 4,7 punts
		MITJANA: 5,0 punts

INDÚSTRIA
Base: 192

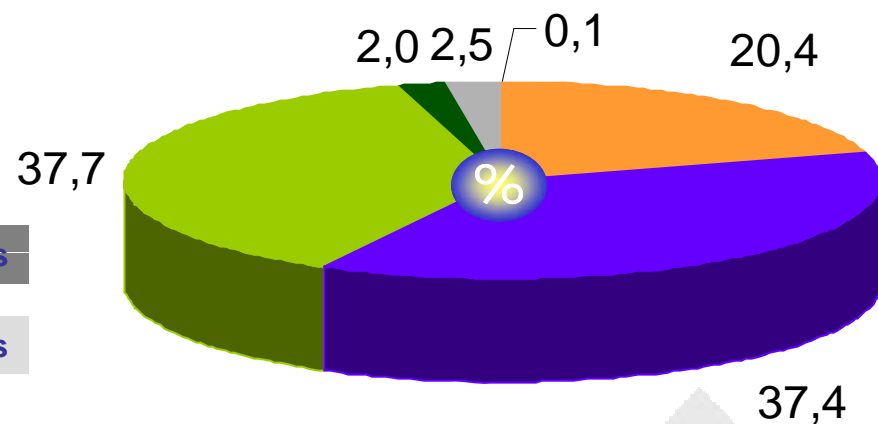


Situació econòmica personal actual
(respecte a un any enrera)



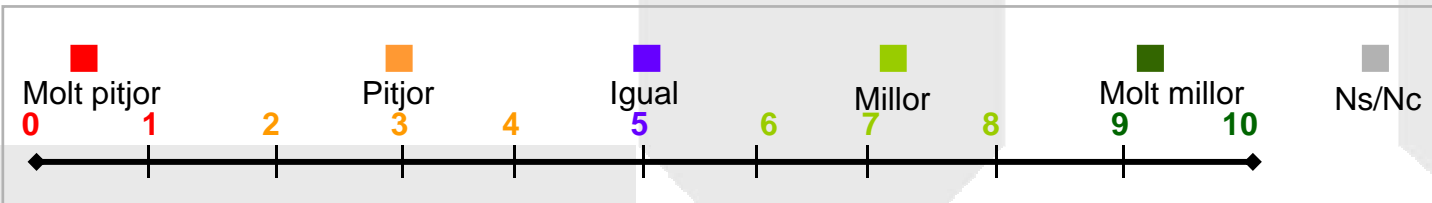
MITJANA (puntuació)	1T'07	MITJANA: 5,1 punts
	2T'07	MITJANA: 5,3 punts

Situació econòmica personal
(perspectives per al pròxim any)

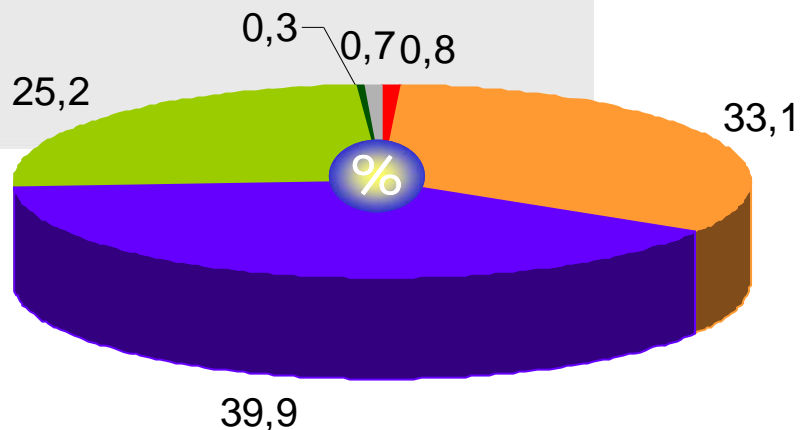


MITJANA (puntuació)	1T'07	MITJANA: 5,5 punts
	2T'07	MITJANA: 5,4 punts

INDÚSTRIA Base: 192



Situació econòmica d'Espanya
(perspectives per al pròxim any)



MITJANA
(puntuació)

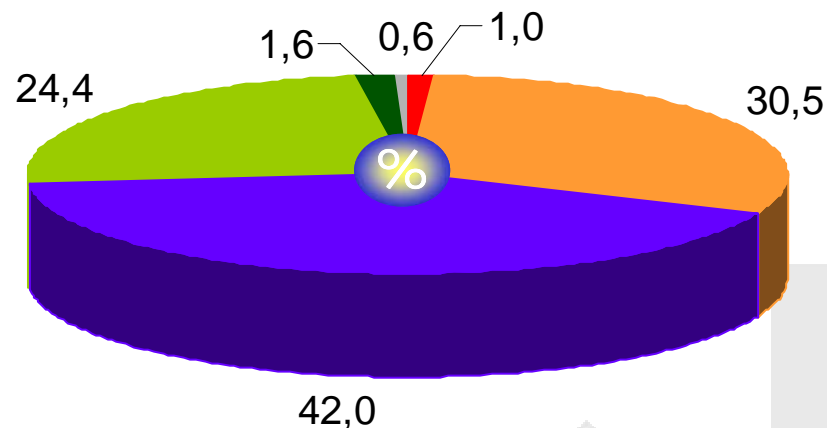
1T'07

MITJANA: 5,0 punts

2T'07

MITJANA: 4,8 punts

Situació econòmica de Catalunya
(perspectives per al pròxim any)



MITJANA
(puntuació)

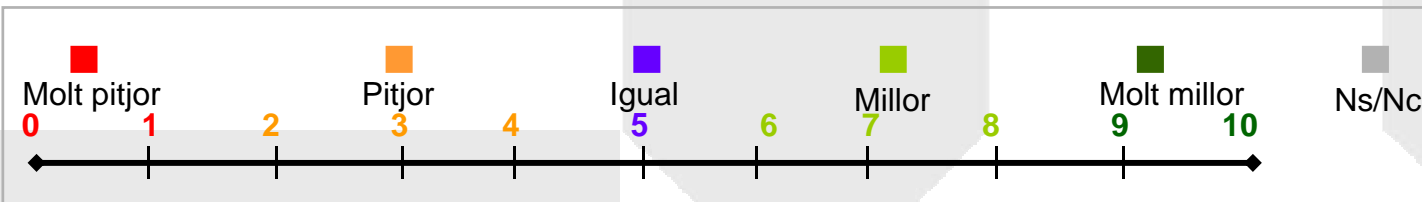
1T'07

MITJANA: 4,9 punts

2T'07

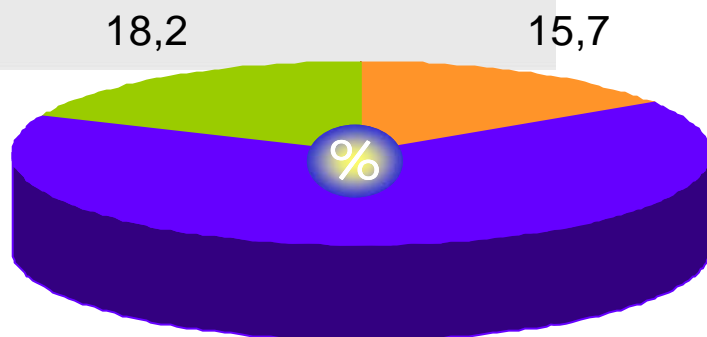
MITJANA: 4,9 punts

MAJORISTES
Base: 31



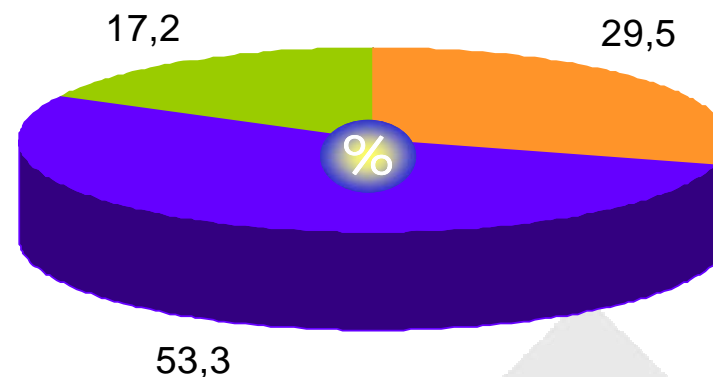
Situació econòmica personal actual
(respecte a un any enrera)

MITJANA (puntuació)	1T'07	MITJANA: 5,3 punts
	2T'07	MITJANA: 5,1 punts

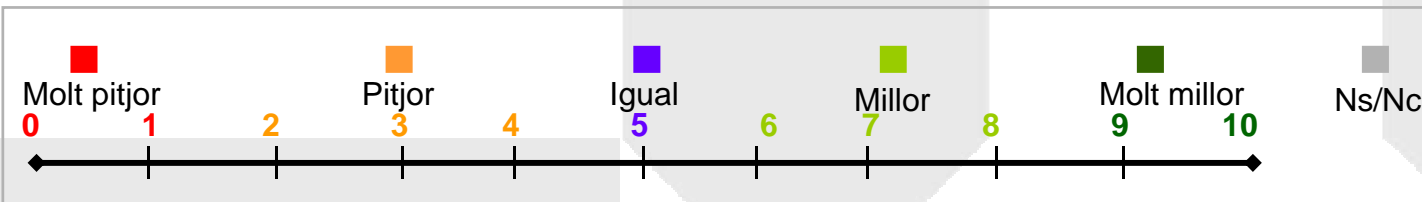


Situació econòmica personal
(perspectives per el pròxim any)

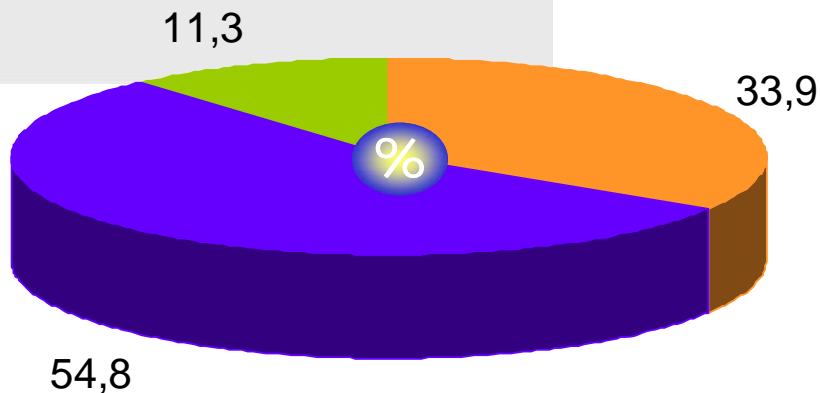
MITJANA (puntuació)	1T'07	MITJANA: 5,3 punts
	2T'07	MITJANA: 4,9 punts



MAJORISTES
Base: 31



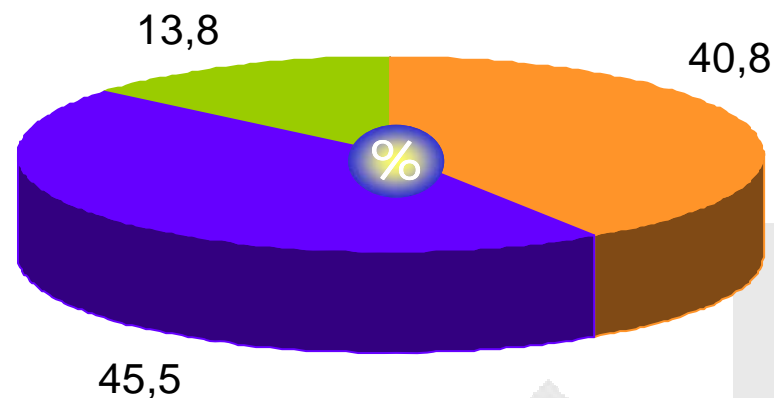
Situació econòmica d'Espanya
(perspectives per al pròxim any)



MITJANA (puntuació)	1T'07	2T'07

MITJANA: 4,7 punts (for both periods)

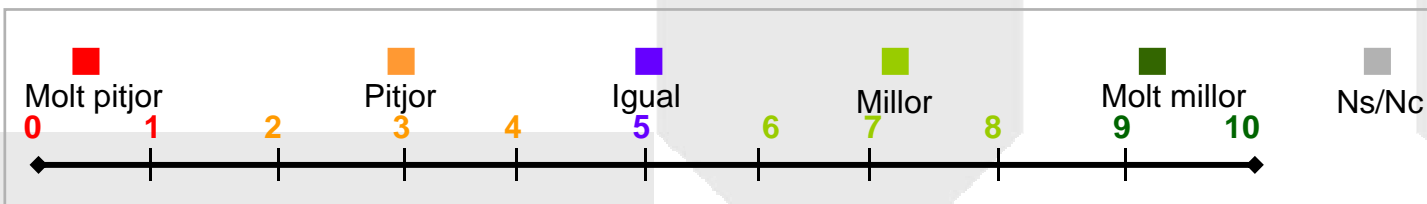
Situació econòmica de Catalunya
(perspectives per al pròxim any)



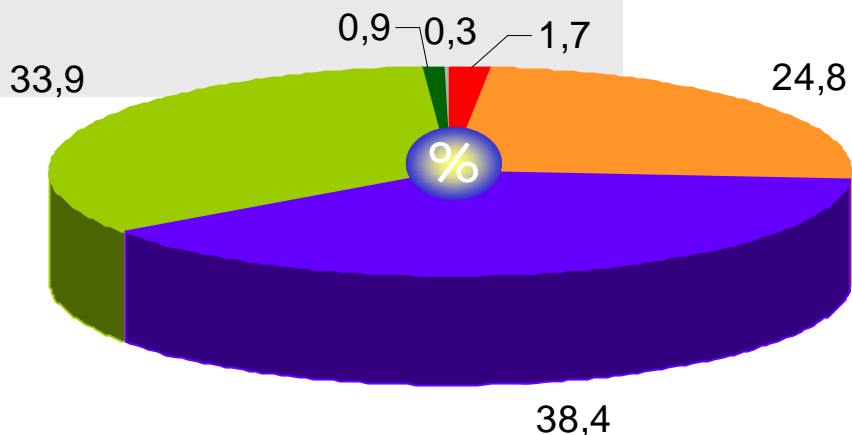
MITJANA (puntuació)	1T'07	2T'07

MITJANA: 5,0 punts (1T'07)
MITJANA: 4,7 punts (2T'07)

DISTRIBUÏDORS
Base: 355



Situació econòmica personal actual
(respecte a un any enrera)



MITJANA
(puntuació)

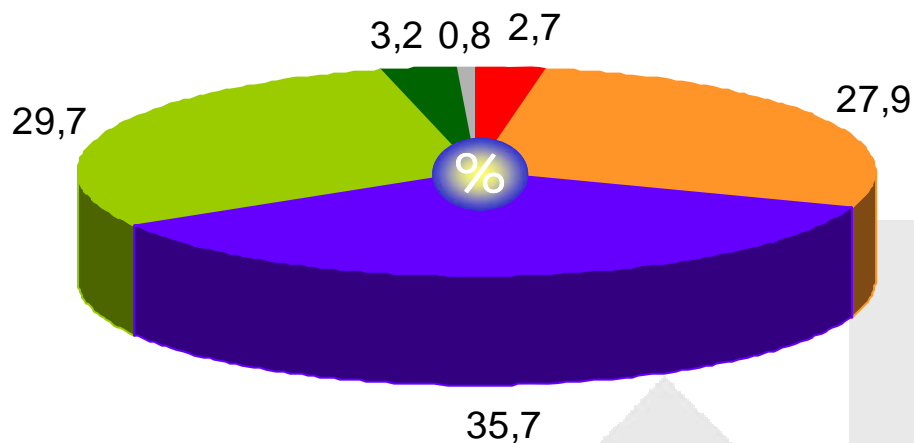
1T'07

MITJANA: 5,1 punts

2T'07

MITJANA: 5,1 punts

Situació econòmica personal
(perspectives per al pòxim any)



MITJANA
(puntuació)

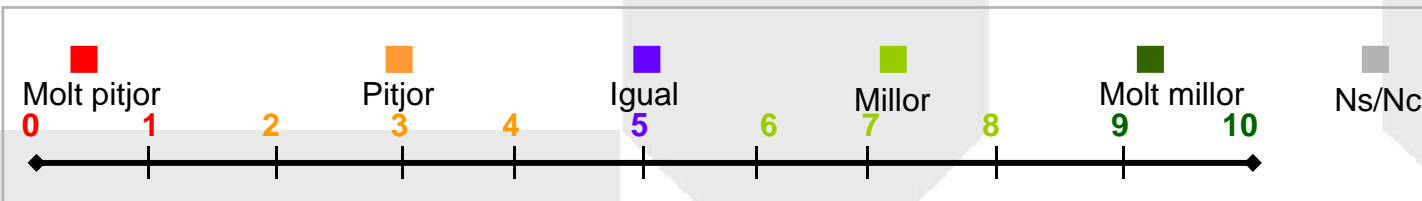
1T'07

MITJANA: 5,1 punts

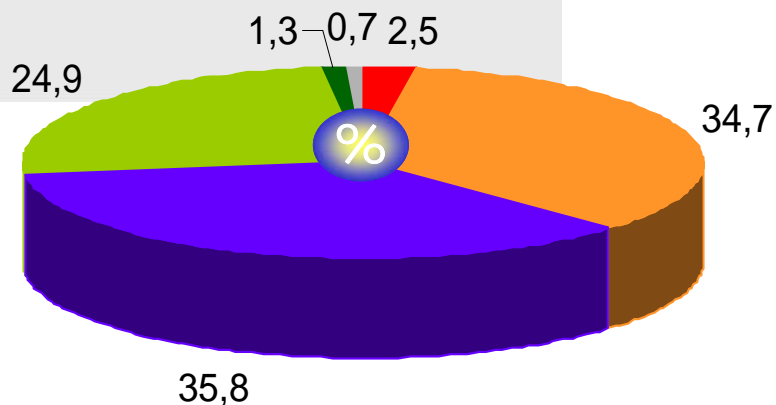
2T'07

MITJANA: 5,1 punts

DISTRIBUÏDORS
Base: 355

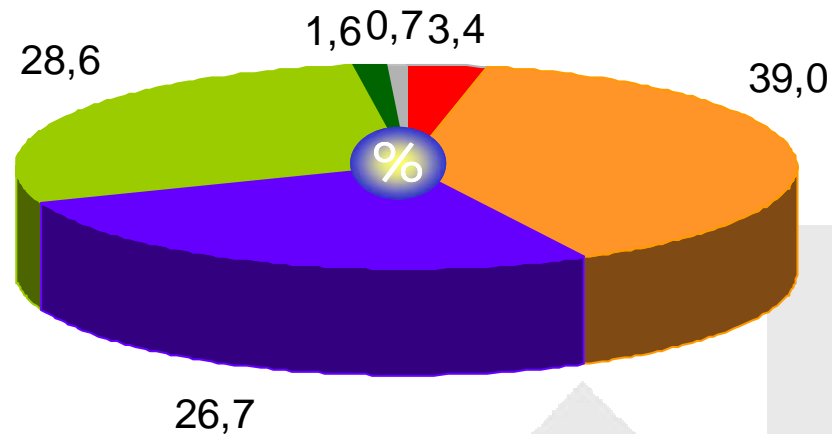


Situació econòmica d'Espanya
(perspectives per al pròxim any)



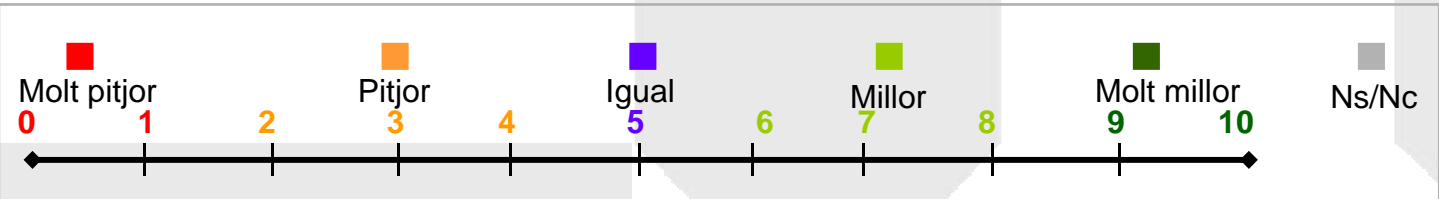
MITJANA (puntuació)	1T'07	2T'07
	MITJANA: 5,0 punts	MITJANA: 4,8 punts

Situació econòmica de Catalunya
(perspectives per al pròxim any)

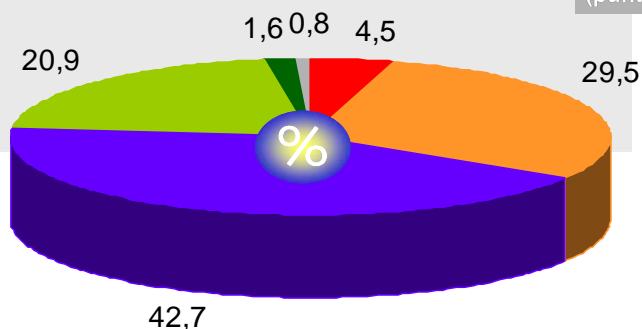


MITJANA (puntuació)	1T'07	2T'07
	MITJANA: 5,1 punts	MITJANA: 4,8 punts

CONSUMIDORS Base: 550



Situació econòmica personal actual
(respecte a un any enrera)

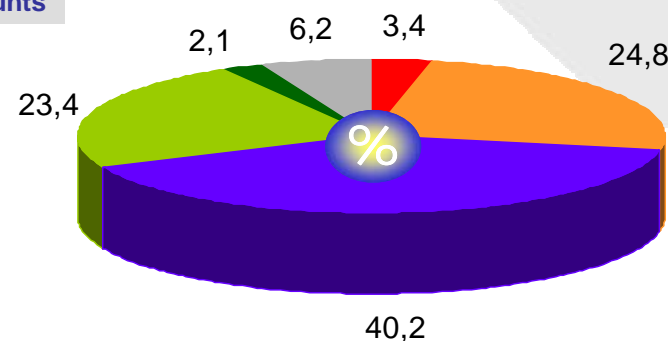


MITJANA
(puntuació)

1T'07
2T'07

MITJANA: 5,1 punts
MITJANA: 4,8 punts

Situació econòmica personal
(perspectives per al pròxim any)

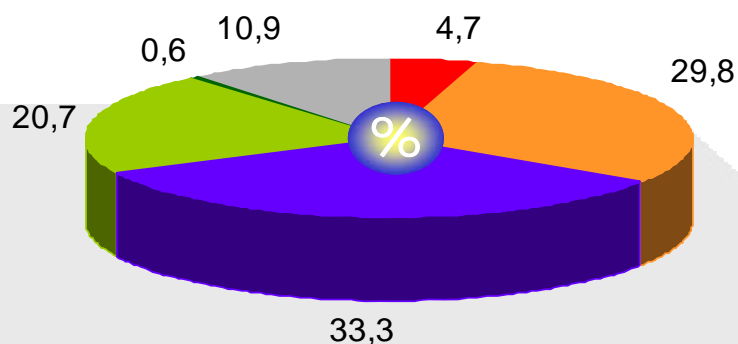


MITJANA
(puntuació)

1T'07
2T'07

MITJANA: 5,3 punts
MITJANA: 4,9 punts

Situació econòmica d'Espanya
(perspectives per al pròxim any)



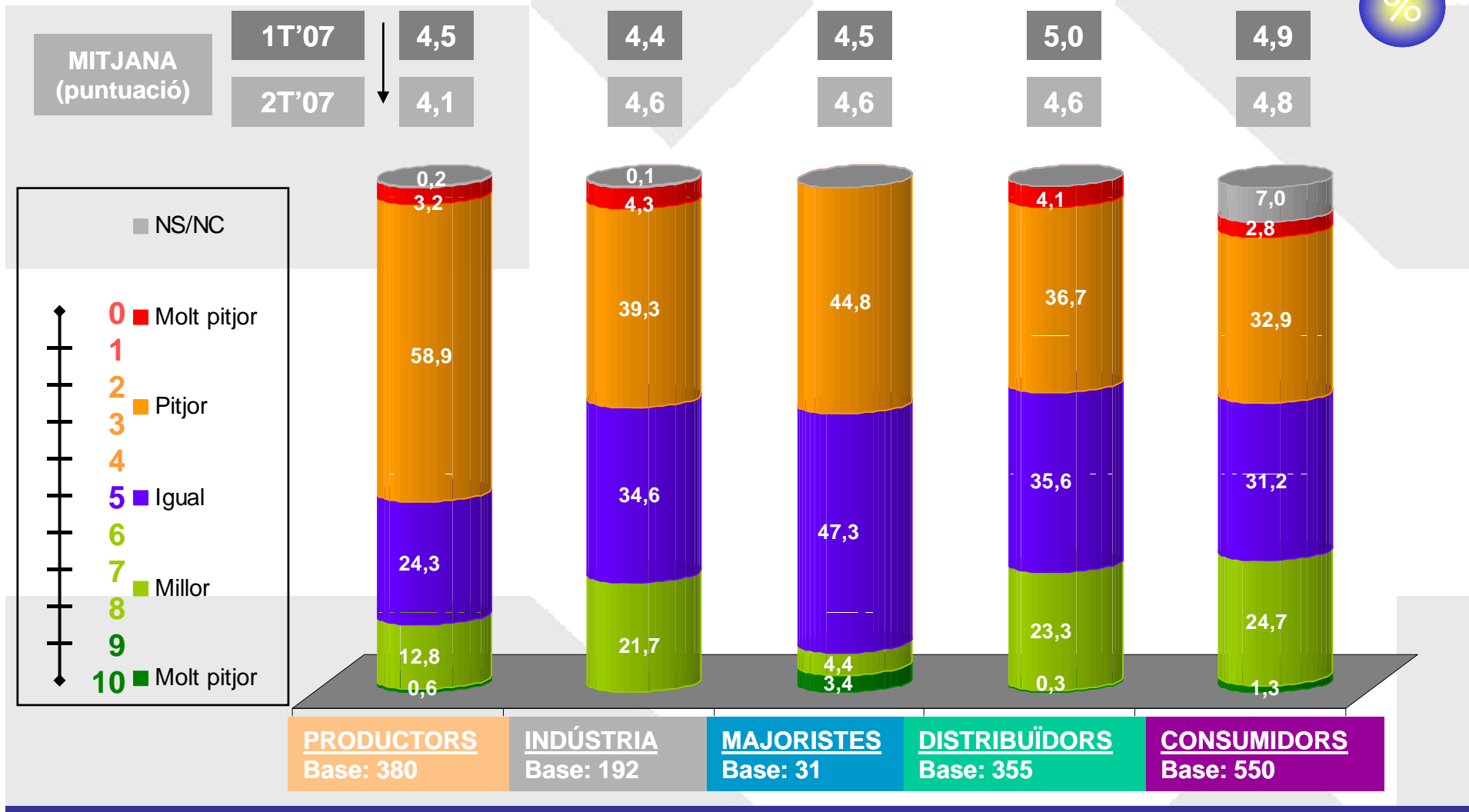
MITJANA
(puntuació)

1T'07
2T'07

MITJANA: 4,8 punts
MITJANA: 4,6 punts

CONJUNTURA SECTORIAL

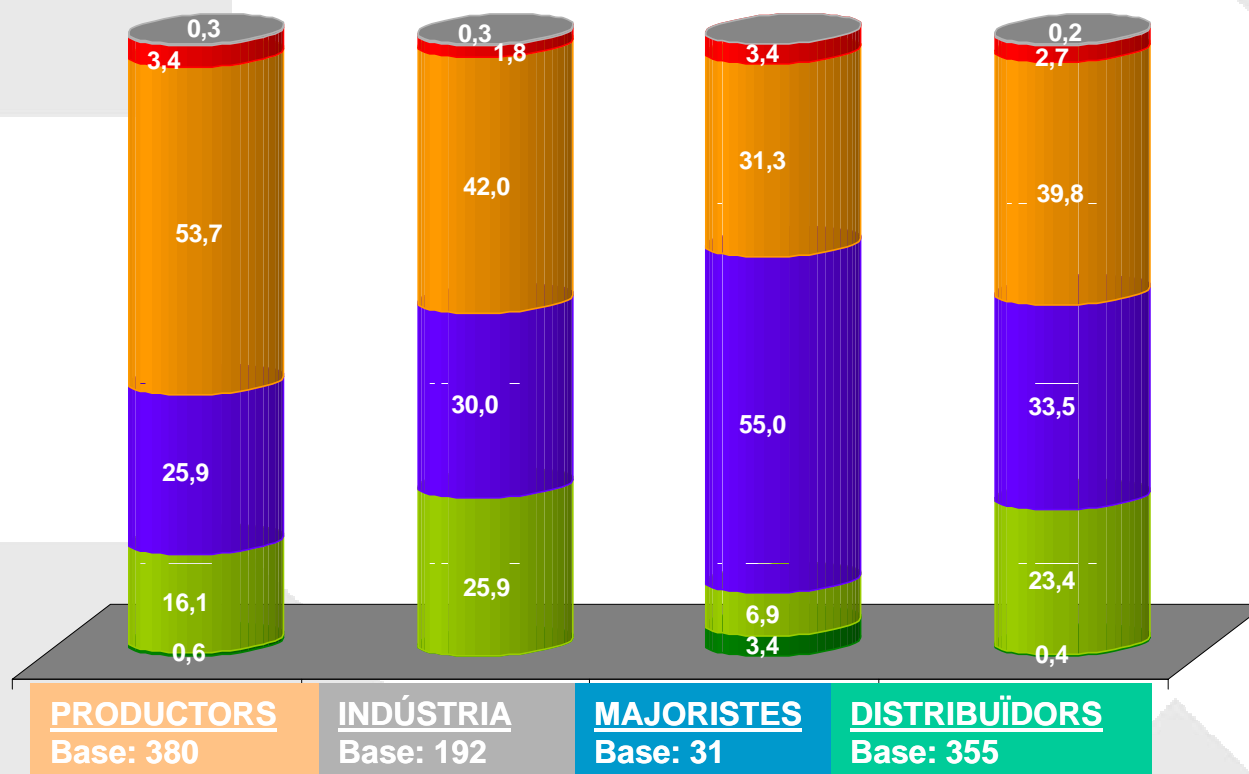
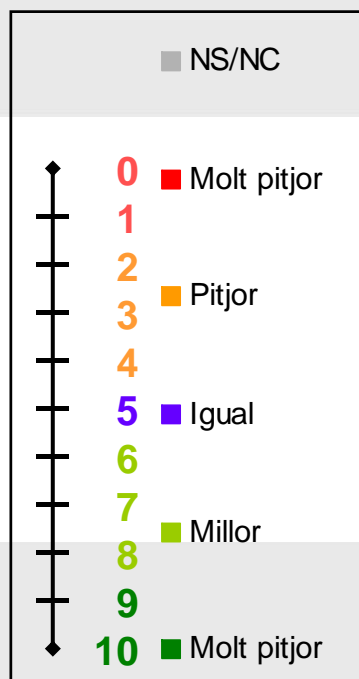
Situació del sector agroalimentari en relació a la resta dels sectors productius de l'economia espanyola



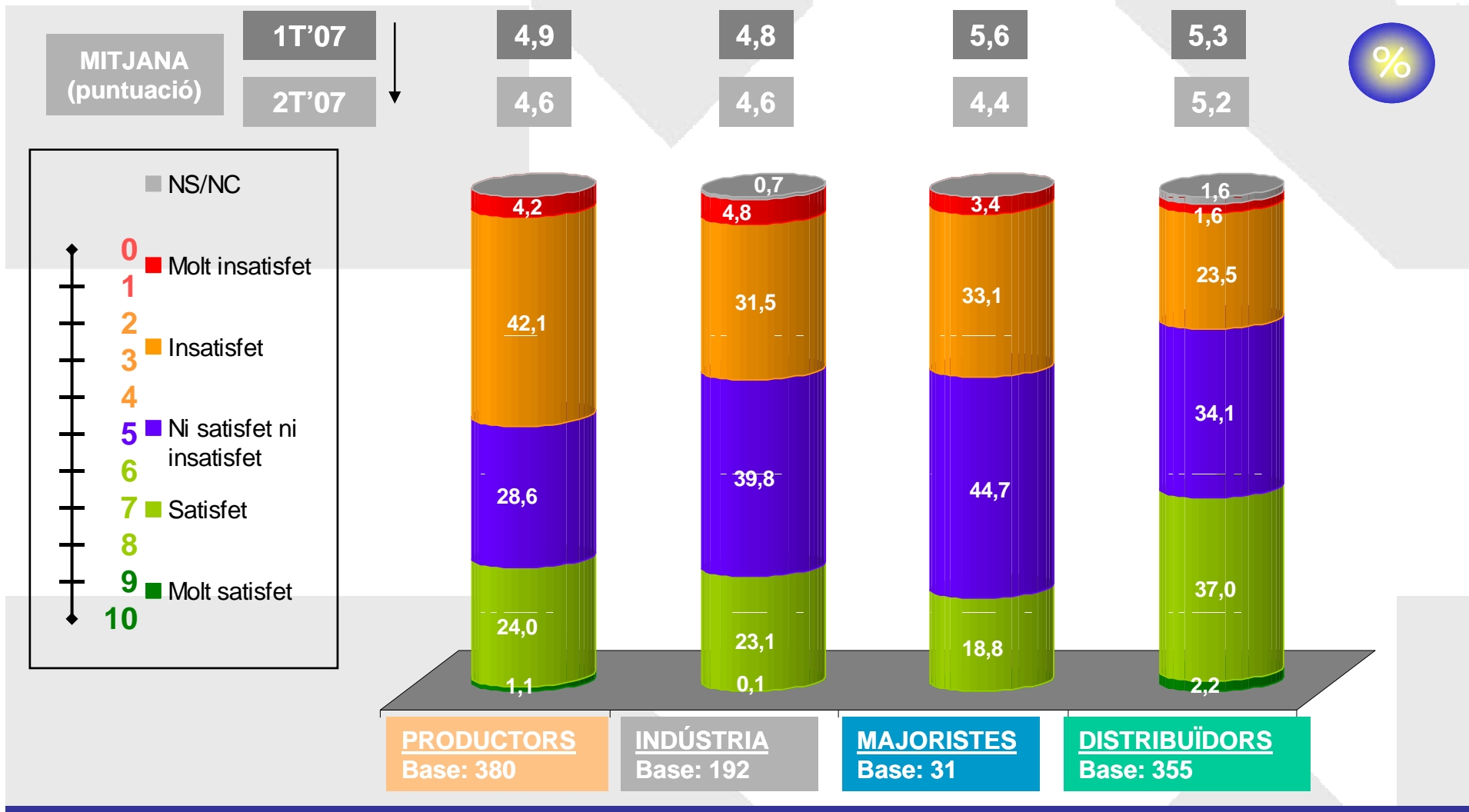
Situació del sector agroalimentari català en relació a la resta dels sectors productius de l'economia catalana



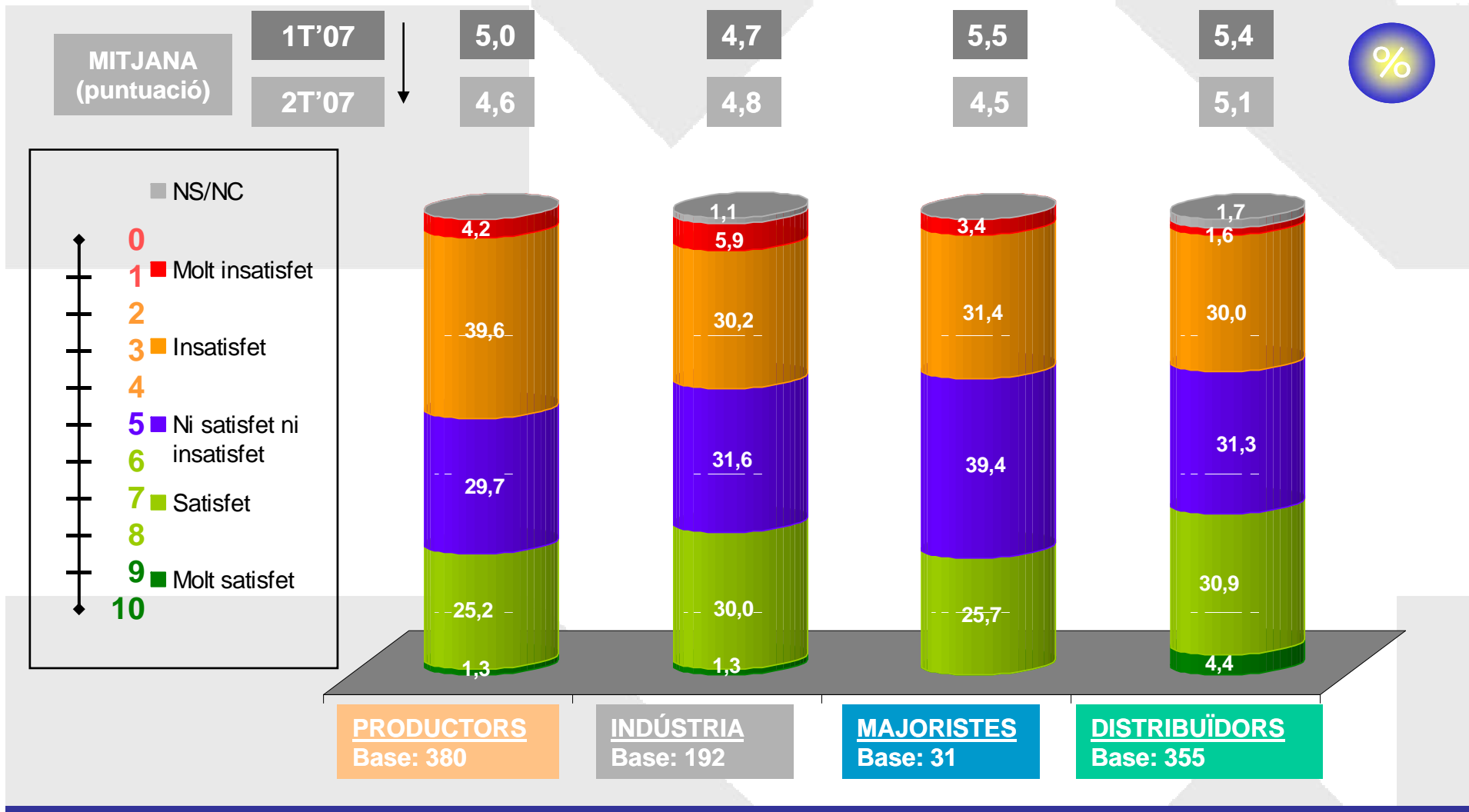
MITJANA (puntuació)	1T'07	4,6	4,5	5,1	5,0
	2T'07	4,3	4,8	4,6	4,7



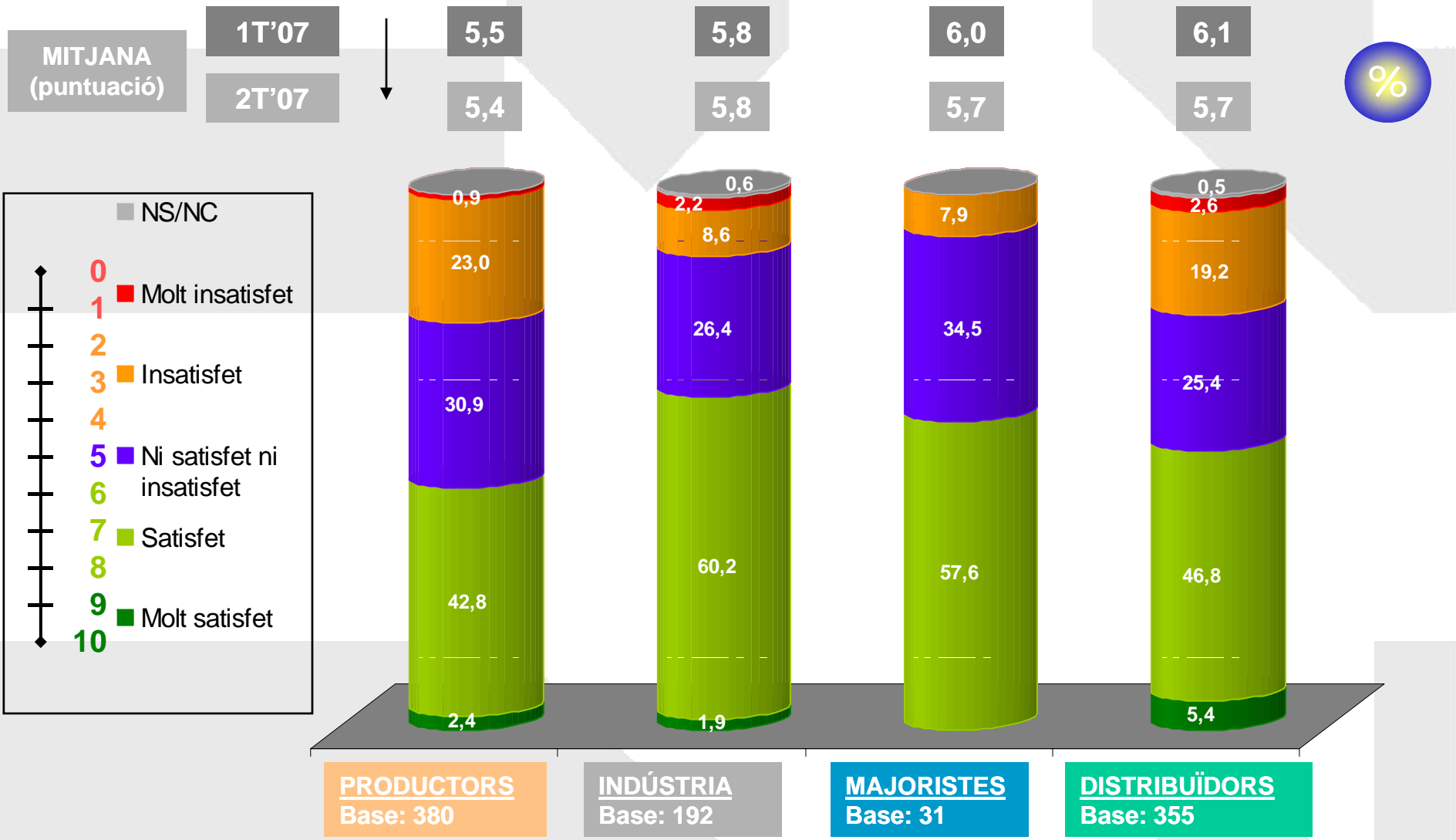
Grau de satisfacció amb l'evolució del sector agroalimentari a Espanya en l'últim any



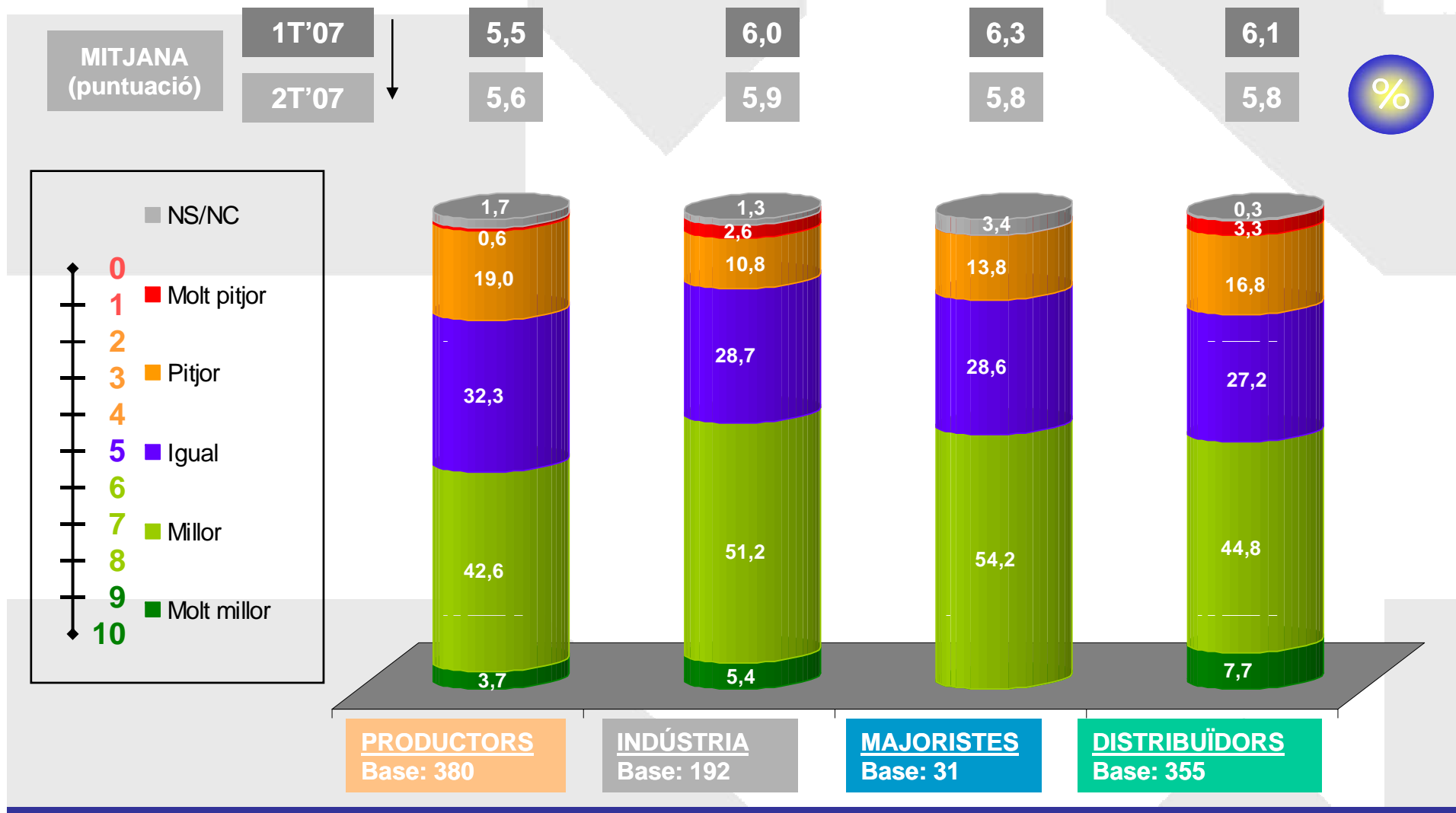
Grau de satisfacció amb la evolució del sector agroalimentari a Catalunya en l'últim any



Grau de satisfacció amb l'evolució de les vendes durant l'últim any



Perspectives sobre l'evolució de les vendes per als pròxims mesos

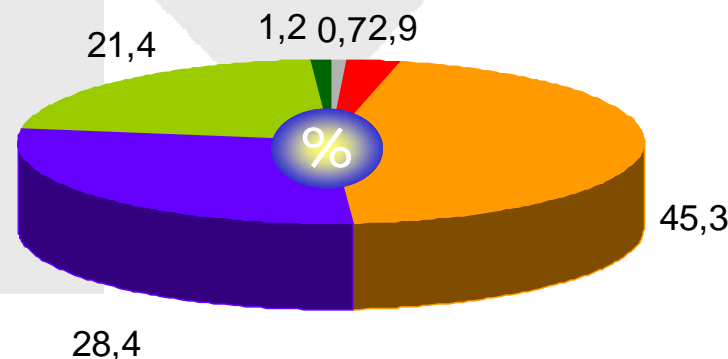


PRODUCTORS

Base: 380



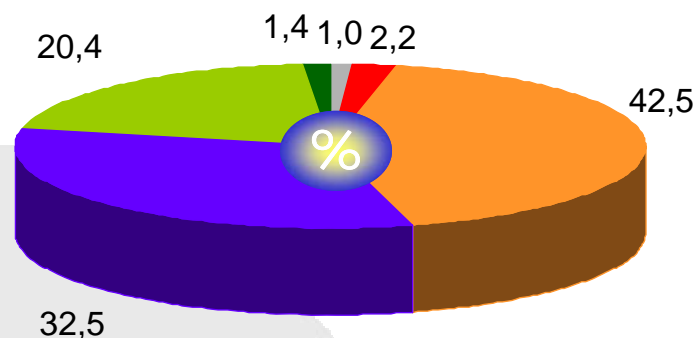
Satisfacció amb l'evolució dels marges de l'empresa (durant l'últim any)



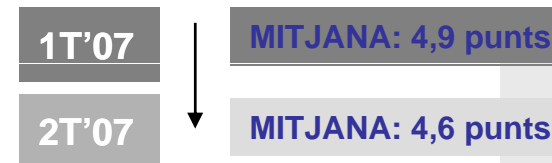
MITJANA (puntuació)



Perspectives sobre els marges de l'empresa (per als pròxims mesos)



MITJANA (puntuació)

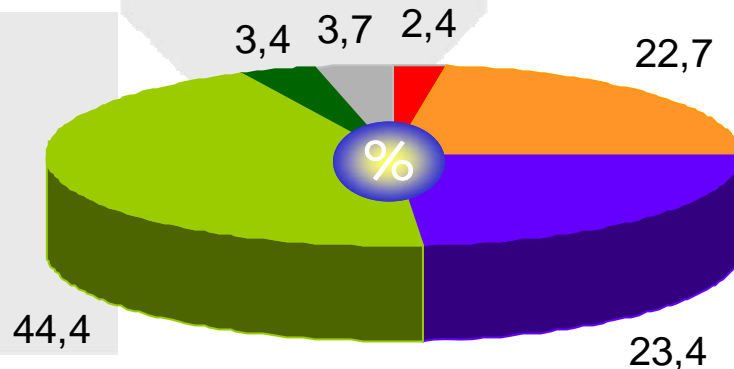


DISTRIBUÏDORS

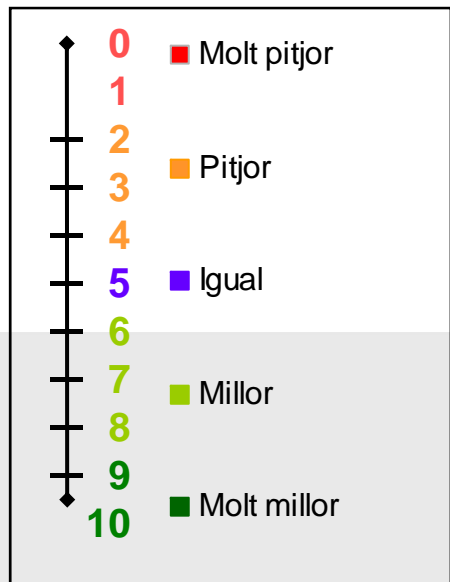
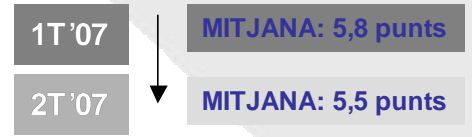
Base: 355



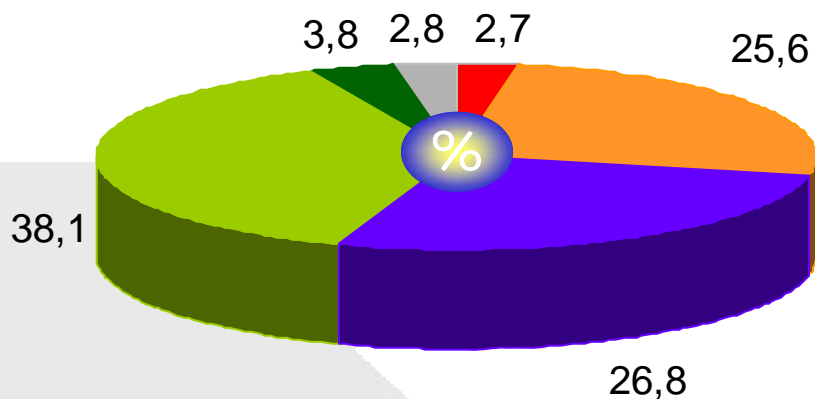
Satisfacció amb l'evolució dels marges de l'empresa (durant l'últim any)



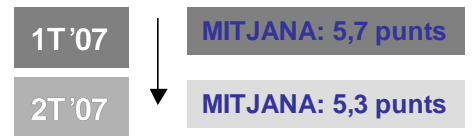
MITJANA (puntuació)



Prespectives sobre els marges de l'empresa (per als pròxims mesos)



MITJANA (puntuació)



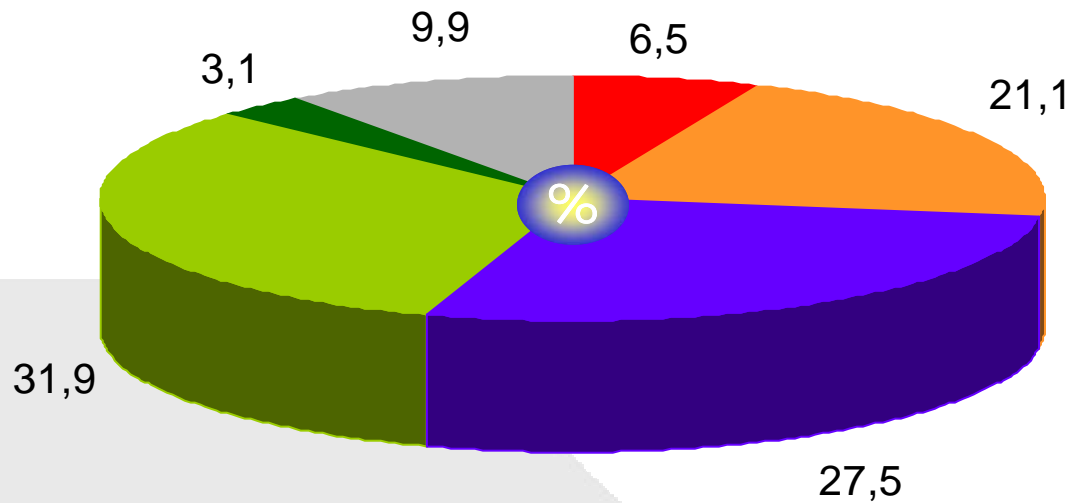
Satisfacció amb l'associacionisme i cooperativisme existent en el sector

PRODUCTORS
Base: 380



MITJANA (puntuació)

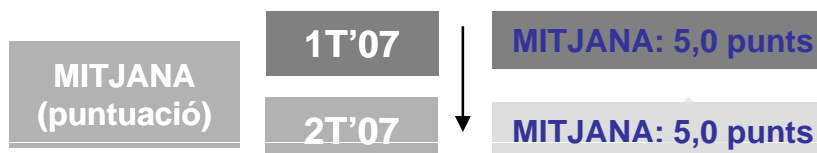
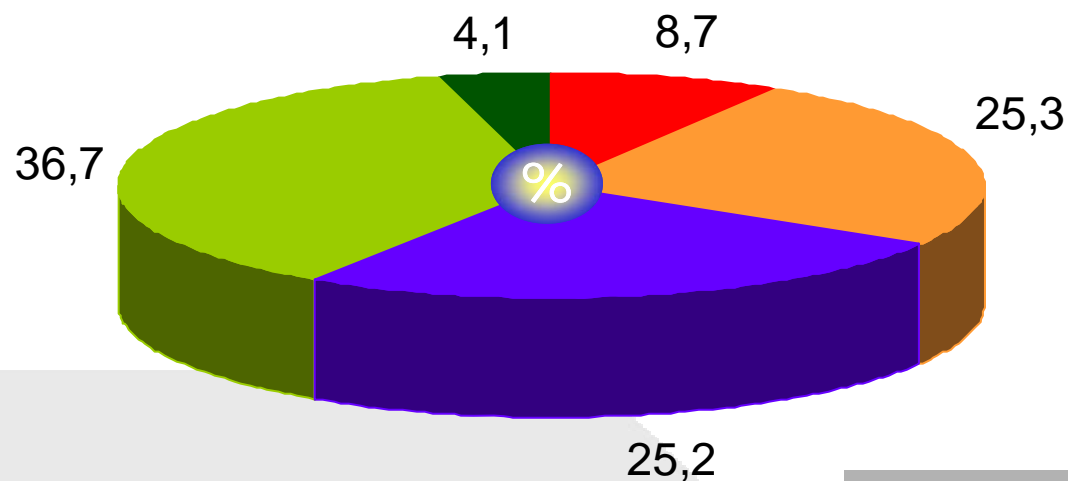
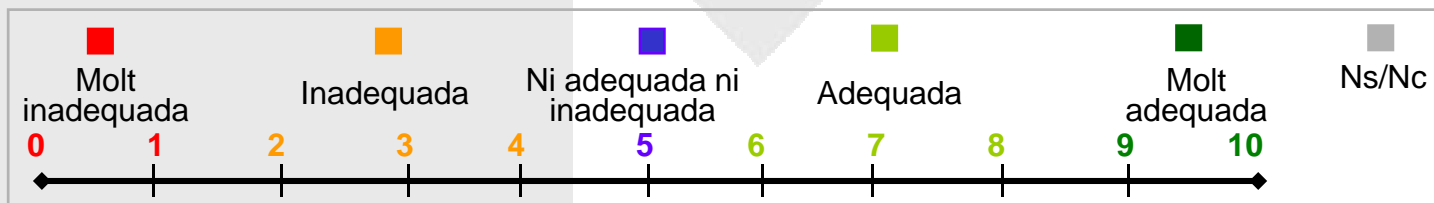
1T'07	MITJANA: 5,3 punts
2T'07	MITJANA: 5,0 punts



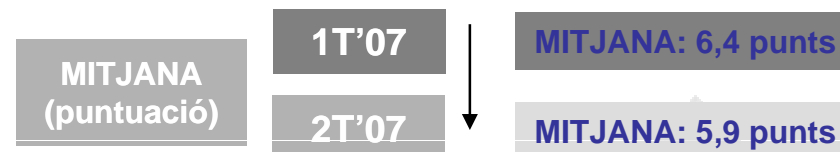
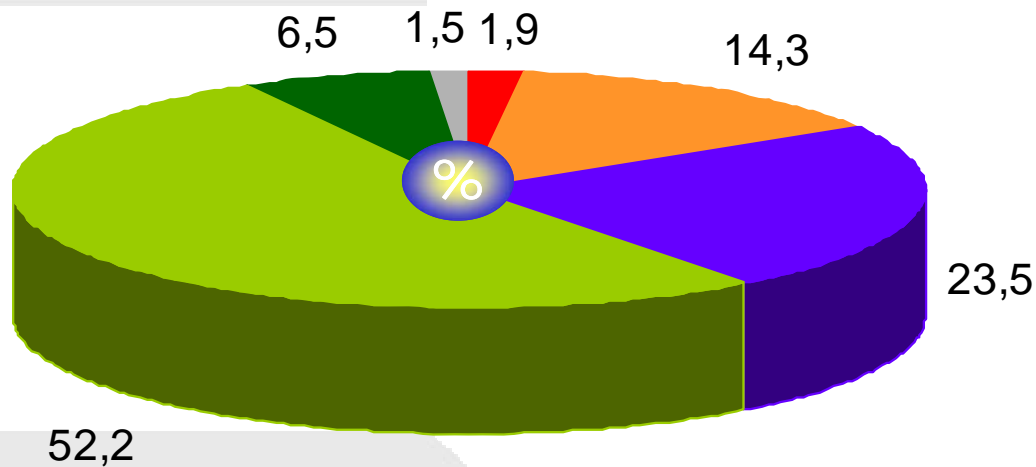
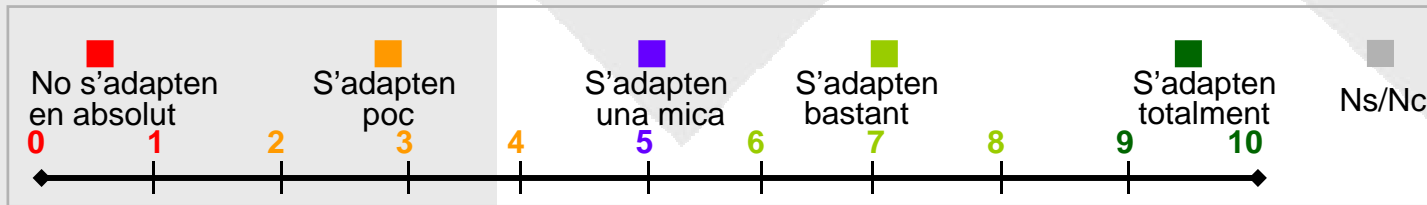
INDÚSTRIA

Base: 192

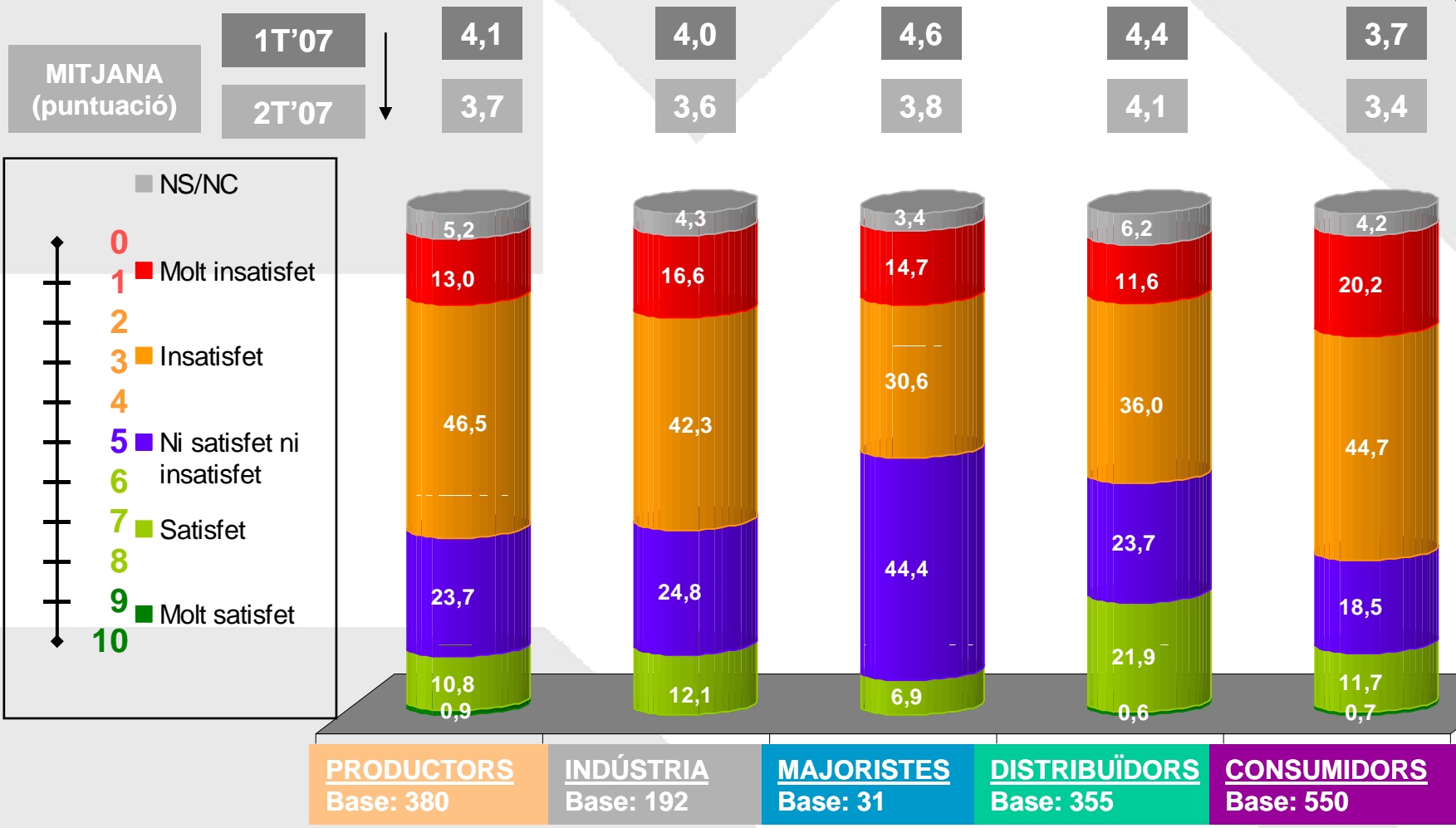
Adequació de l'associacionisme i cooperativisme
existent en el sector de la indústria



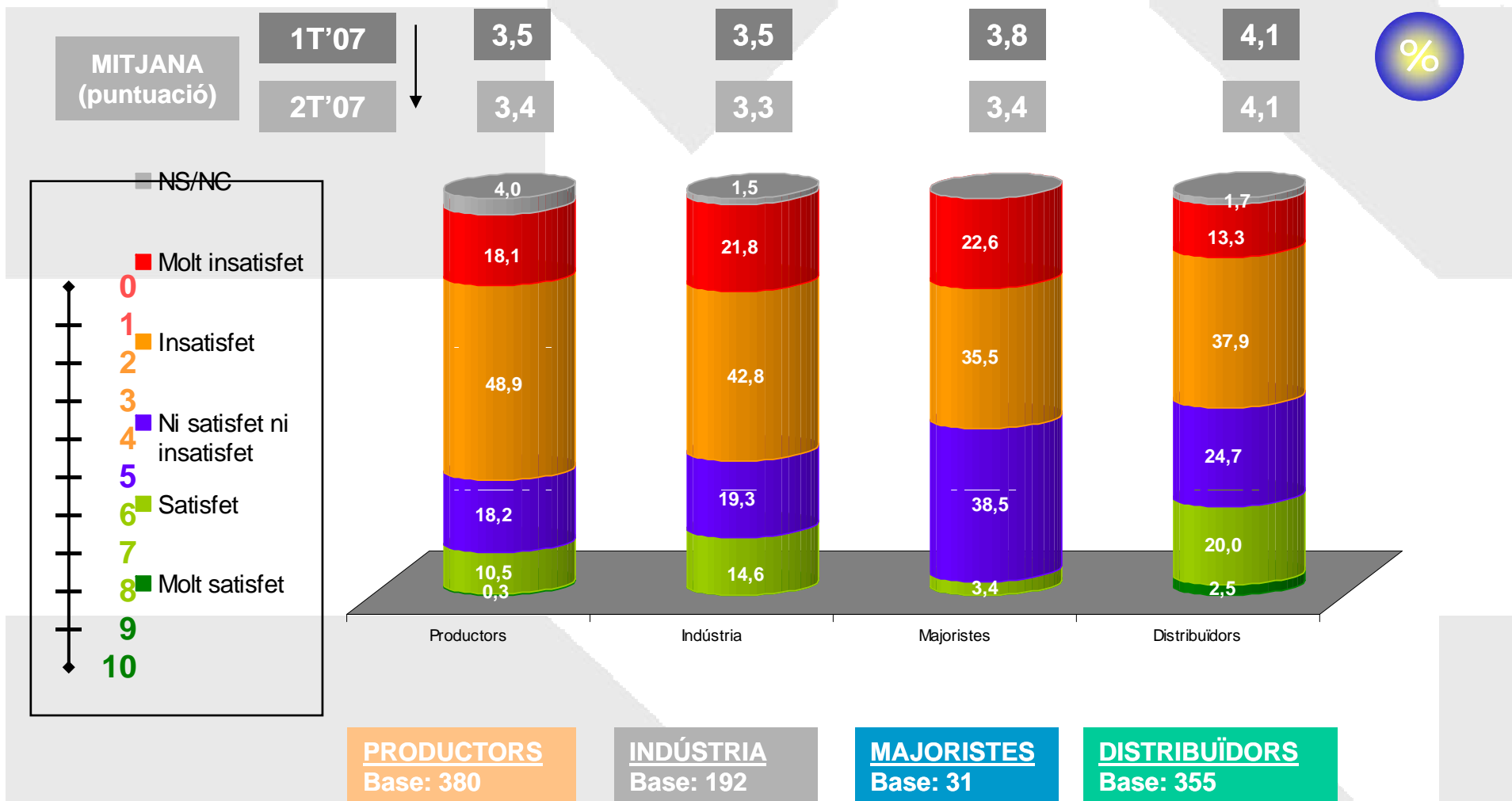
Grau d'adaptació dels productes d'alimentació
a les necessitat dels consumidors



Grau de satisfacció amb la gestió de les administracions públiques en el seguiment de preus d'aliments



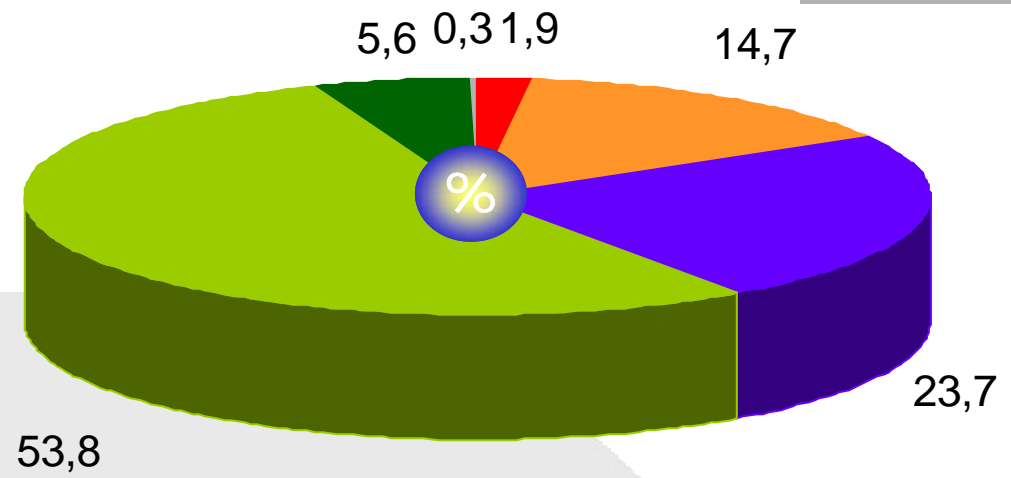
Grau de satisfacció amb la gestió de les administracions públiques en relació al recolzament al sector agroalimentari



Satisfacció sobre la qualificació i preparació tècnica del capital humà disponible actualment

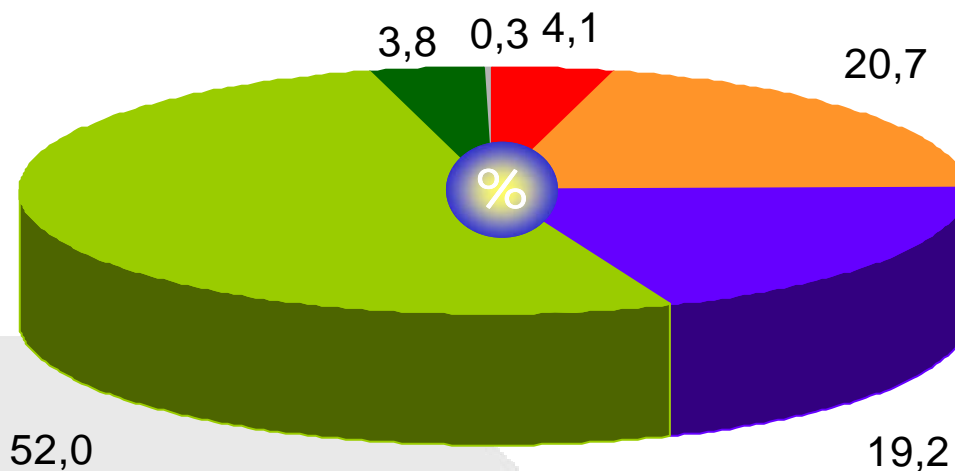
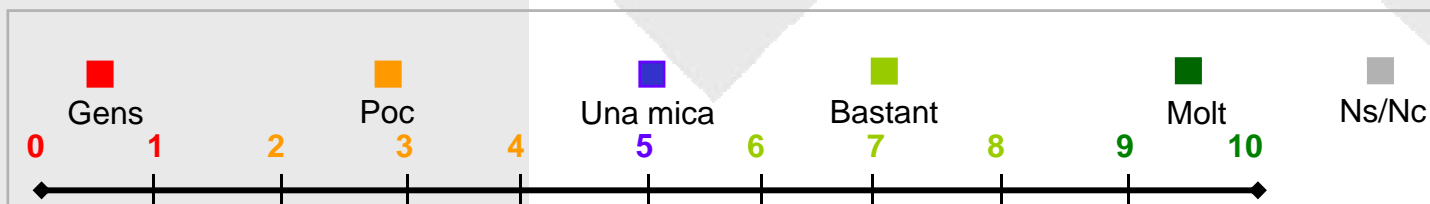


MITJANA (puntuació)	1T'07	2T'07
	MITJANA: 5,6 punts	MITJANA: 5,9 punts



PRODUCTORS
Base: 380

Grau en que el compliment de les mesures mediambientals afecta als costos de l'empresa



MITJANA
(puntuació)

1T'07

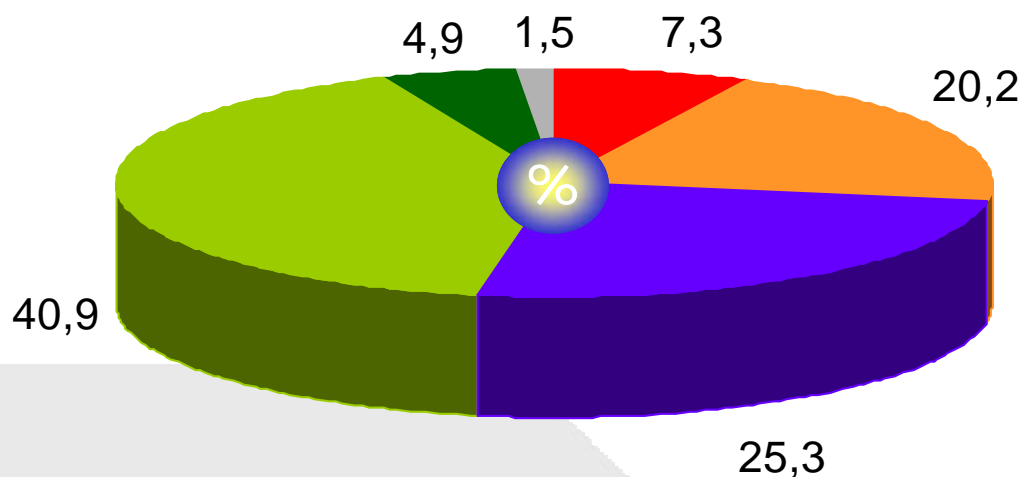
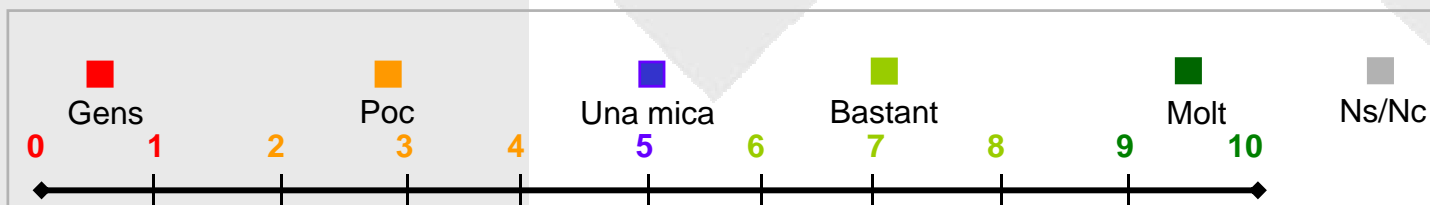
MITJANA: 5,8 punts

2T'07

MITJANA: 5,5 punts

PRODUCTORS
Base: 380

Grau en que el possible increment del cost de l'aigua que preveu la nova directiva marc de l'aigua, afecta a l'activitat productiva

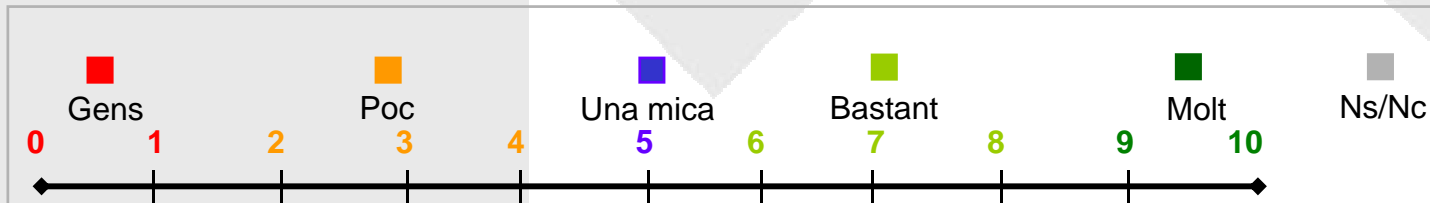


MITJANA
(puntuació)

1T'07	MITJANA: 5,7 punts
2T'07	MITJANA: 5,2 punts

PRODUCTORS
 Base: 380

Grau en que condiona les expectatives de futur a la percepció d'ajudes o subvencions per part de l'Administració



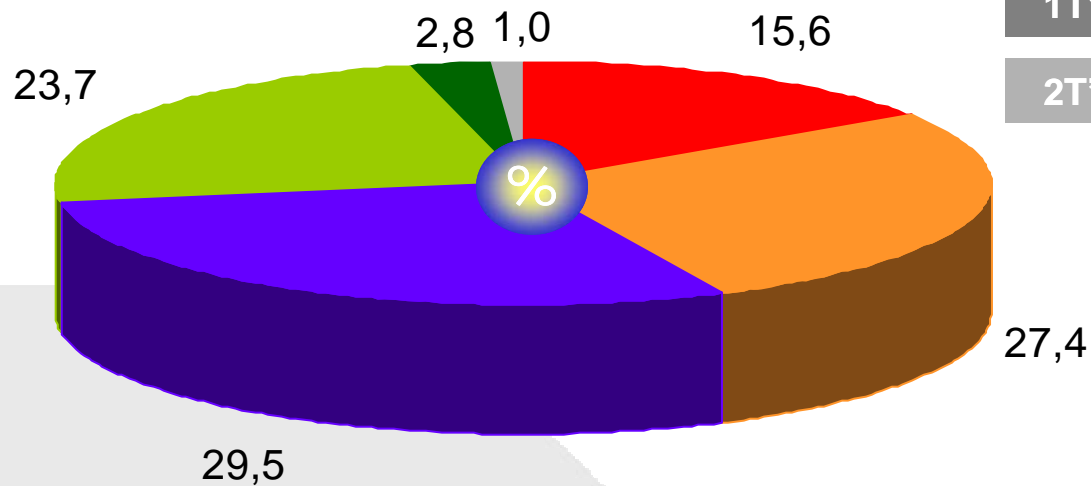
MITJANA (puntuació)

1T'07

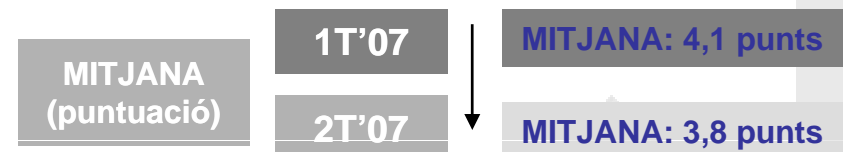
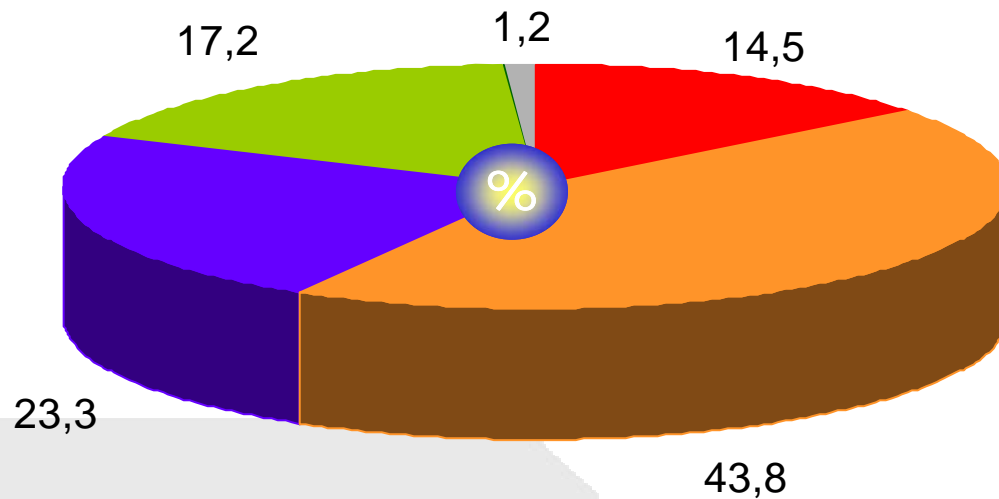
MITJANA: 4,8 punts

2T'07

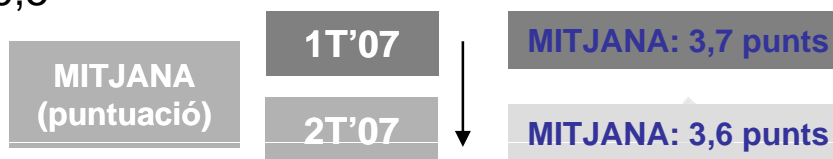
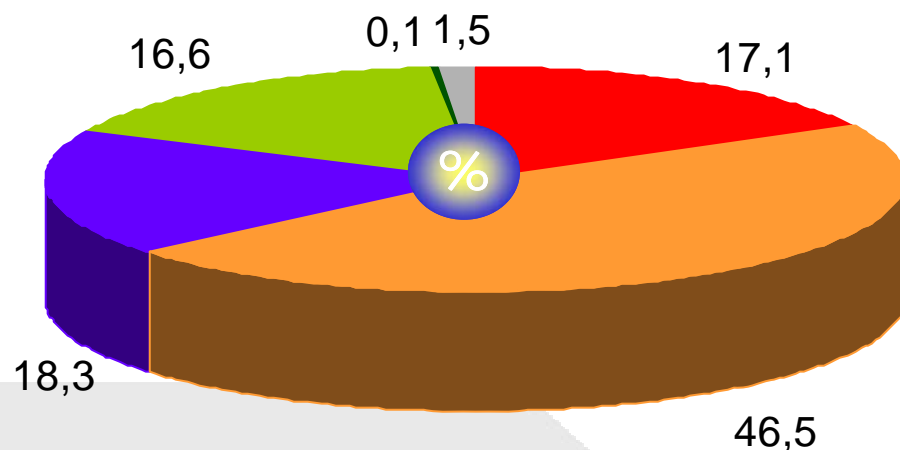
MITJANA: 4,3 punts



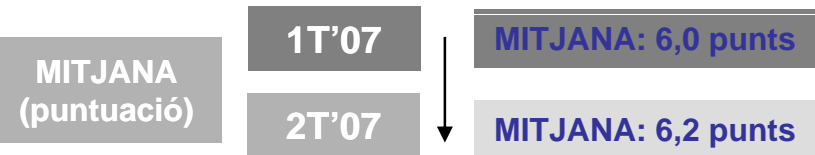
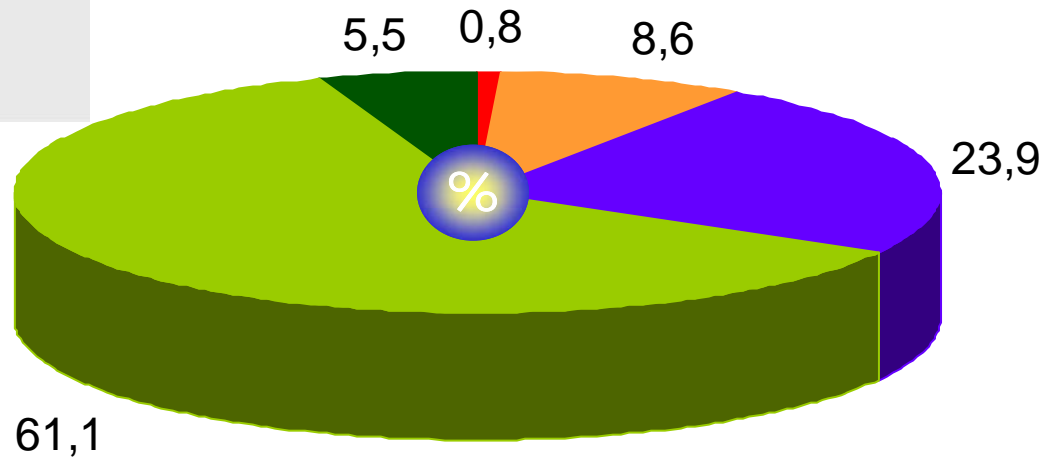
Grau de satisfacció amb la gestió del DAR en relació al recolzament i incentius que brinda el sector agroalimentari a Catalunya



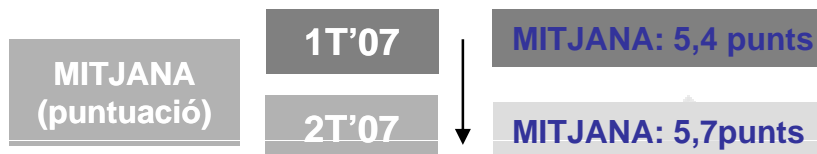
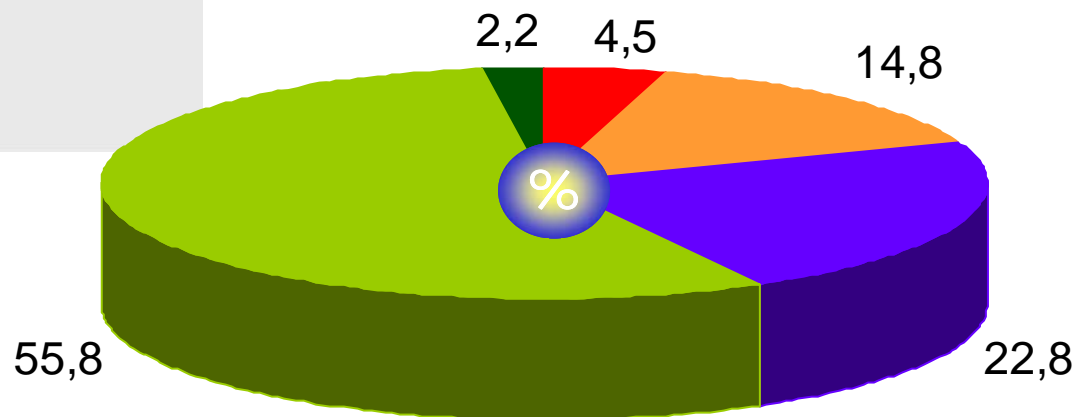
Grau de satisfacció amb la gestió del DAR en relació al recolzament i incentius que brinda el sector agroalimentari a Catalunya



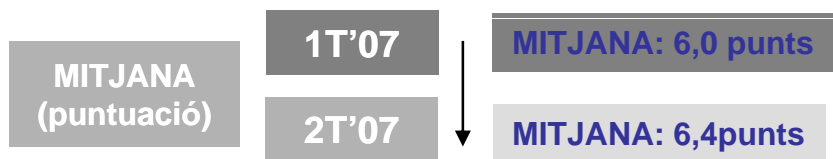
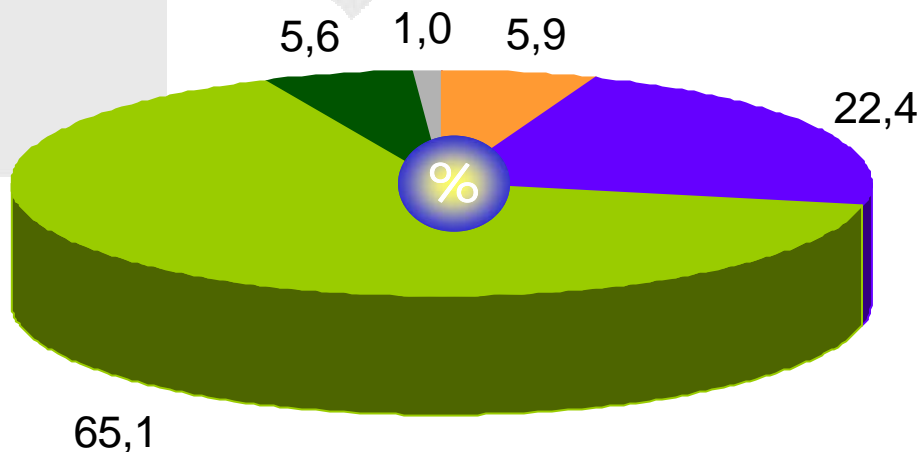
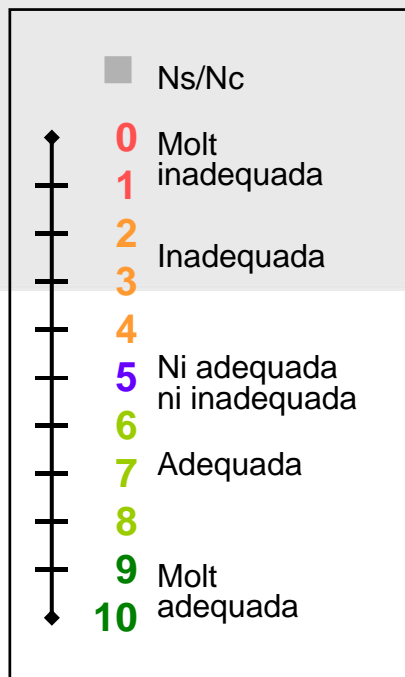
Grau de satisfacció amb el nivell d'implantació de tecnologies de la informació i comunicacions a l'empresa



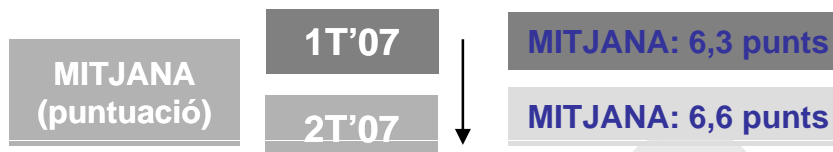
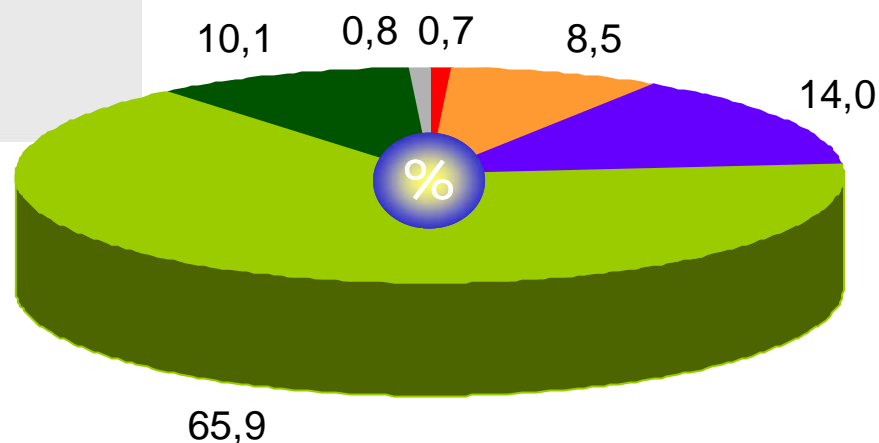
Grau de satisfacció amb la capacitat de l'empresa per aplicar i desenvolupar innovació tecnològica



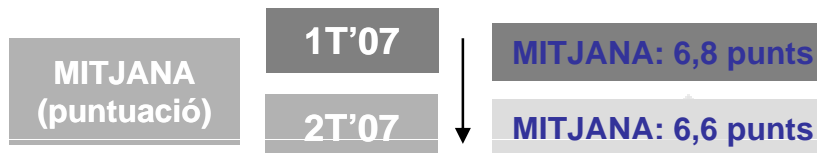
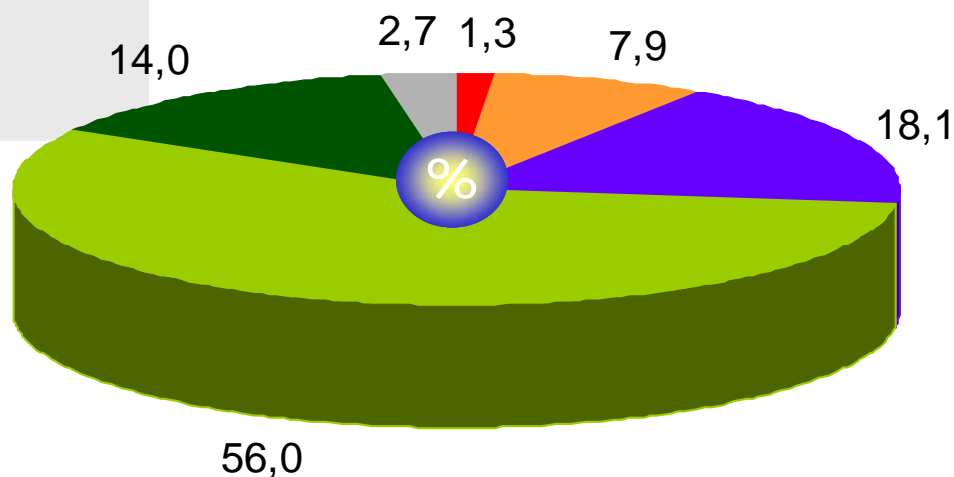
Creu que és adequada la innovació tecnològica, de processos o de productes, en el seu sector?



Capacitat de l'empresa per adaptar-se al compliment dels requisits mediambientals

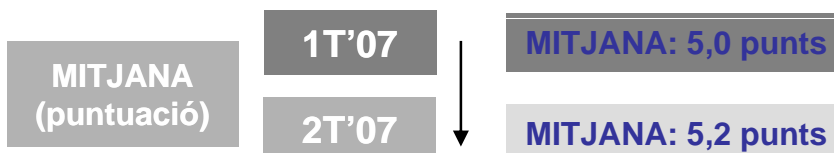
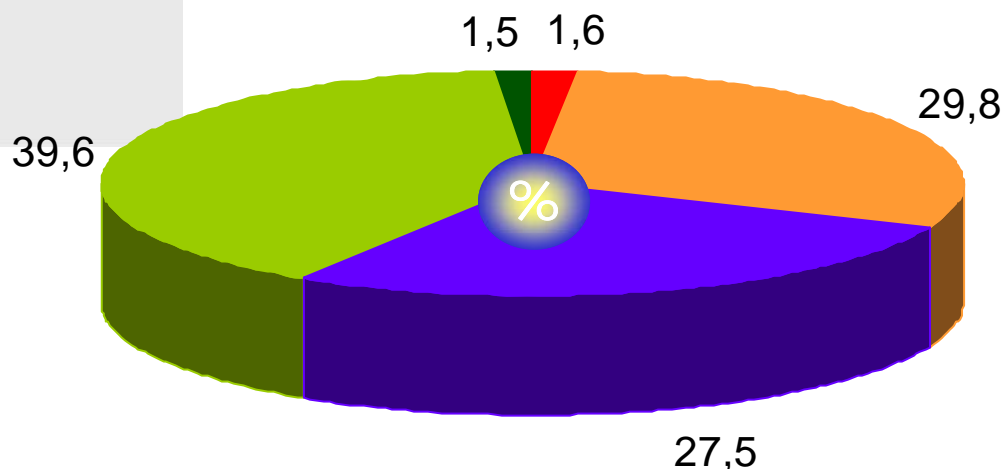
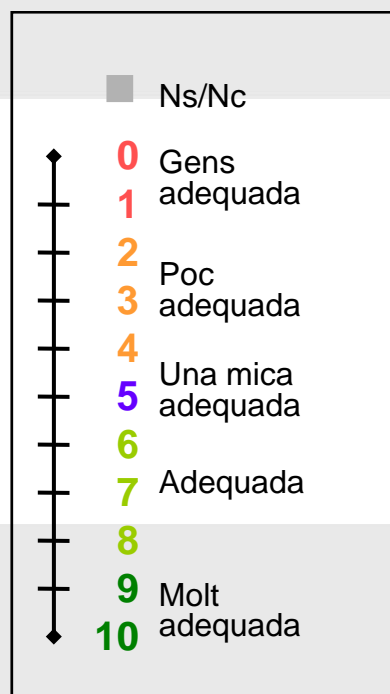


Capacitat de l'empresa per aconseguir la traçabilitat dels productes



INDÚSTRIA
Base: 192

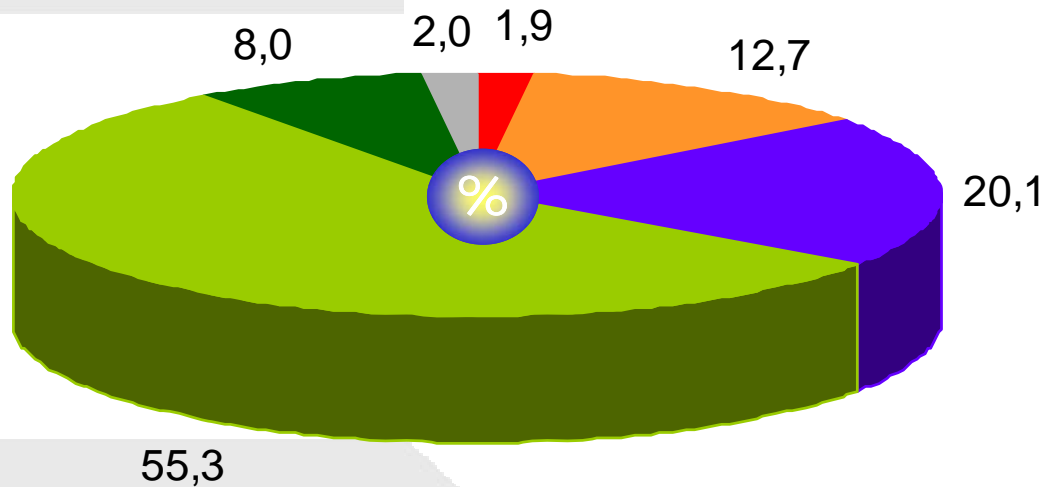
El tamany mig de les empreses del sector és adequat per competir en l'entorn actual?



CONFIANÇA ALIMENTÀRIA

Grau de confiança en el consum d'aliments

CONSUMIDORS
Base: 550



MITJANA
(puntuació)

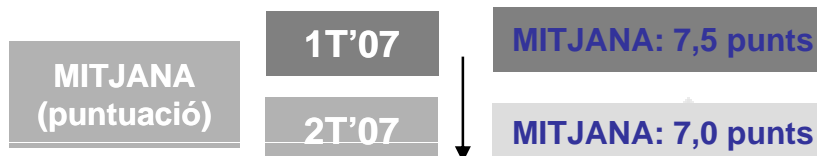
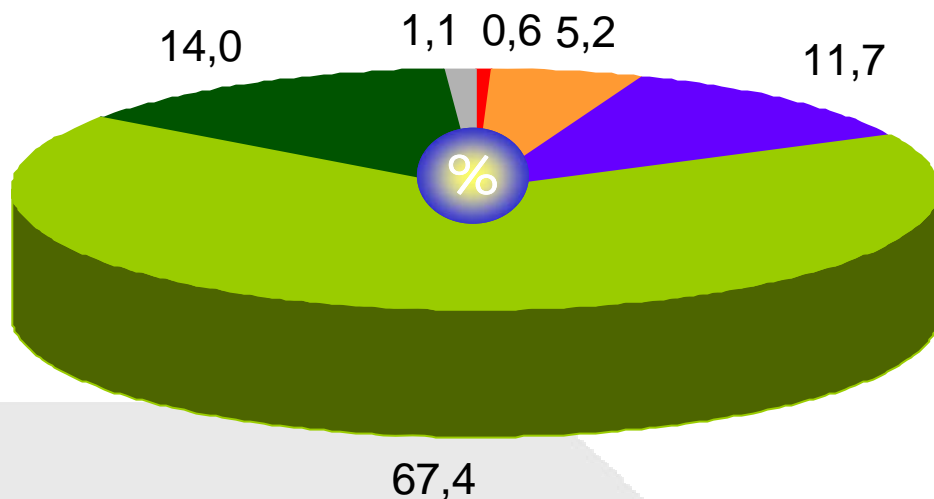
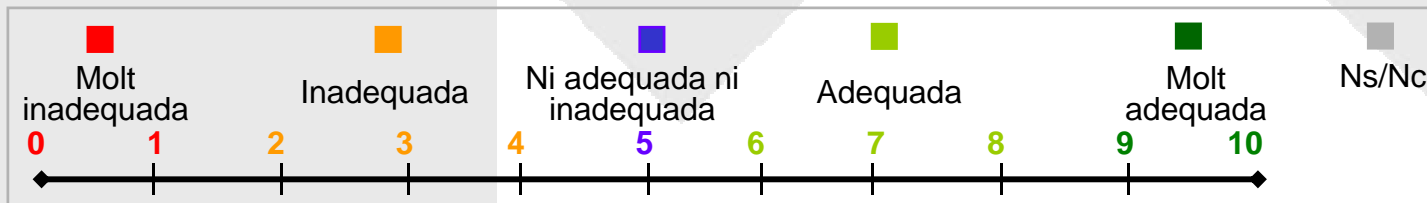
1T'07

MITJANA: 6,4 punts

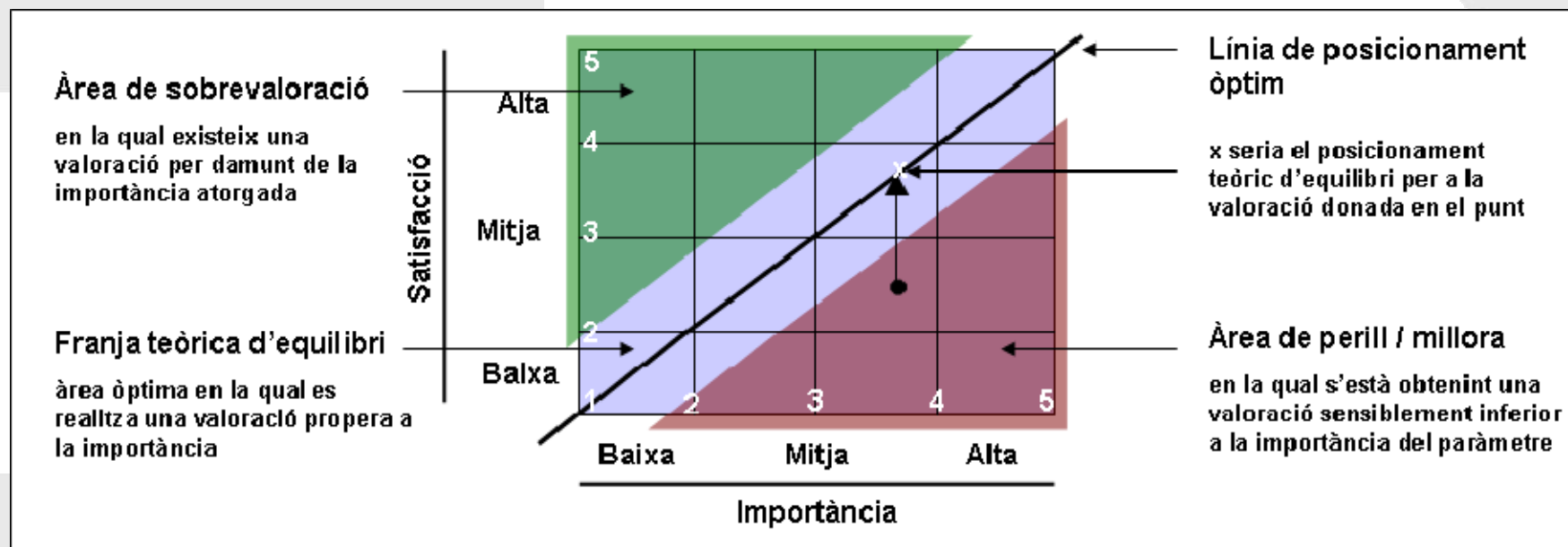
2T'07

MITJANA: 6,2 punts

Distintius de qualitat en els productes elaborats

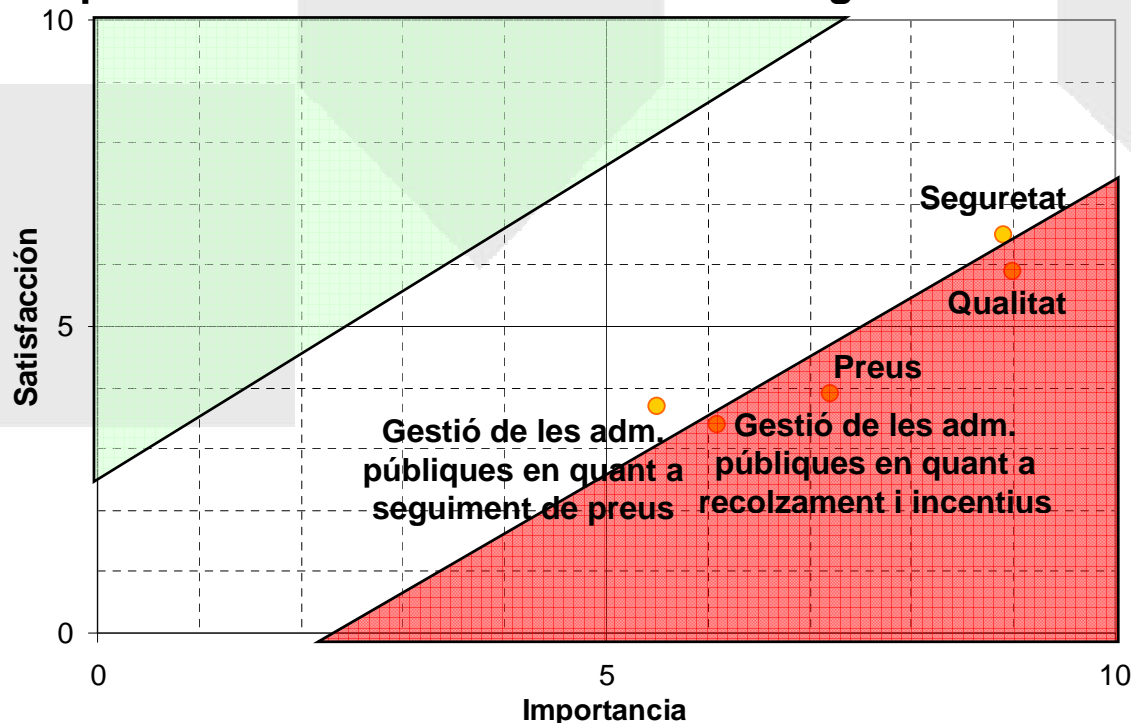


- **ELS ANÀLISIS DE GAP ENFRONTEN LA IMPORTÀNCIA I LA SATISFACCIÓ DONADA PER UN COL·LECTIU A DETERMINATS ATRIBUTS**
- **COM LLEGIR UN GRÀFIC DE GAP:**



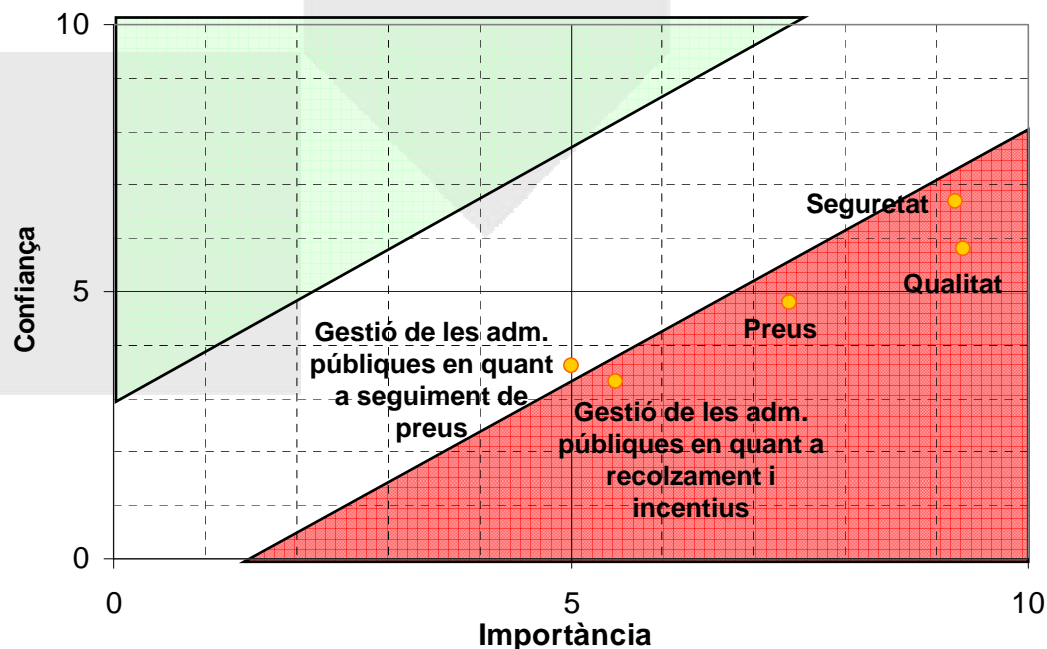
PRODUCTORS
Base: 380

Gap de la importància/satisfacció amb el sector agroalimentari



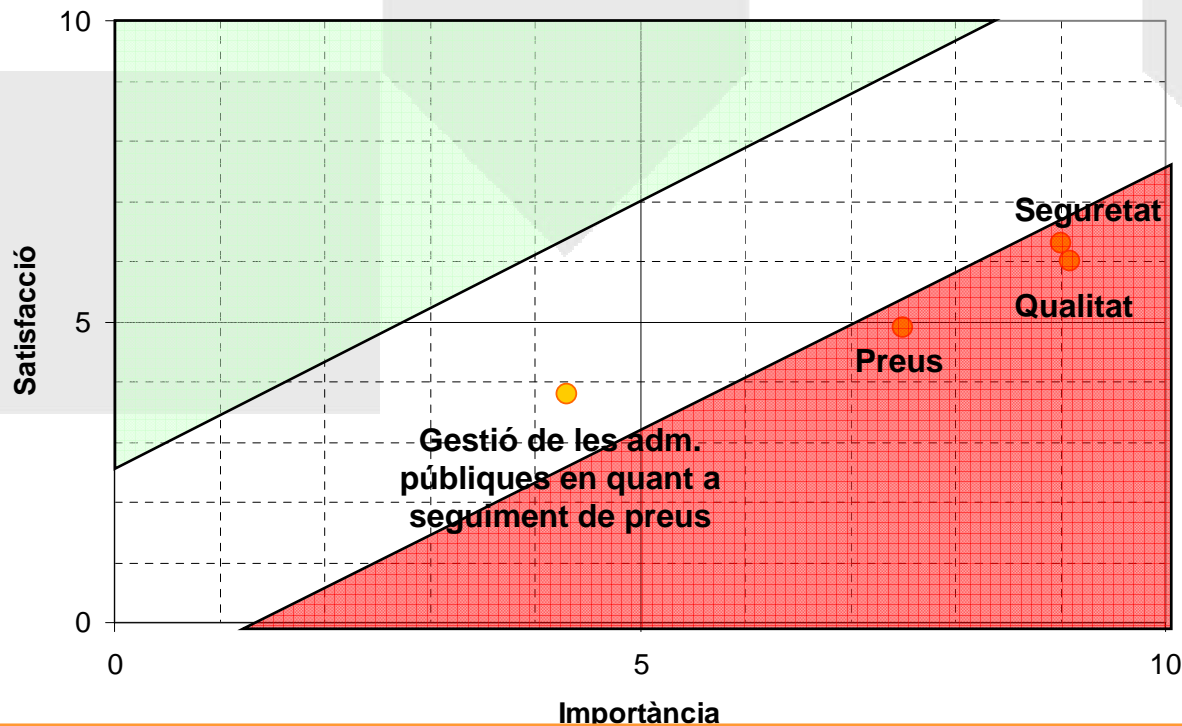
	IMPORTÀNCIA	2T '07 SATISFACCIÓ	1T'07 SATISFACCIÓ
• Qualitat dels aliments	9,0	5,9	6,0
• Seguretat en el consum d'aliments	8,9	6,5	6,6
• Els preus dels aliments	7,2	3,9	4,3
• Gestió de les adm. públiques en quant a recolzament i incentius	6,1	3,4	3,5
• Gestió de les adm. públiques en quant a seguiment de preus	5,5	3,7	4,1

Gap de la importància/satisfacció amb el sector agroalimentari



	IMPORTÀNCIA	2T '07 SATISFACCIÓ	1T'07 SATISFACCIÓ
• Qualitat dels aliments	9,3	5,8	5,7
• Seguretat en el consum d'aliments	9,2	6,7	6,6
• Els preus dels aliments	7,4	4,8	4,4
• Gestió de les adm. públiques en quant a recolzament i incentius	5,5	3,3	3,5
• Gestió de les adm. públiques en quant a seguiment de preus	5,0	3,6	4,0

Gap de la importància/satisfacció amb el sector agroalimentari

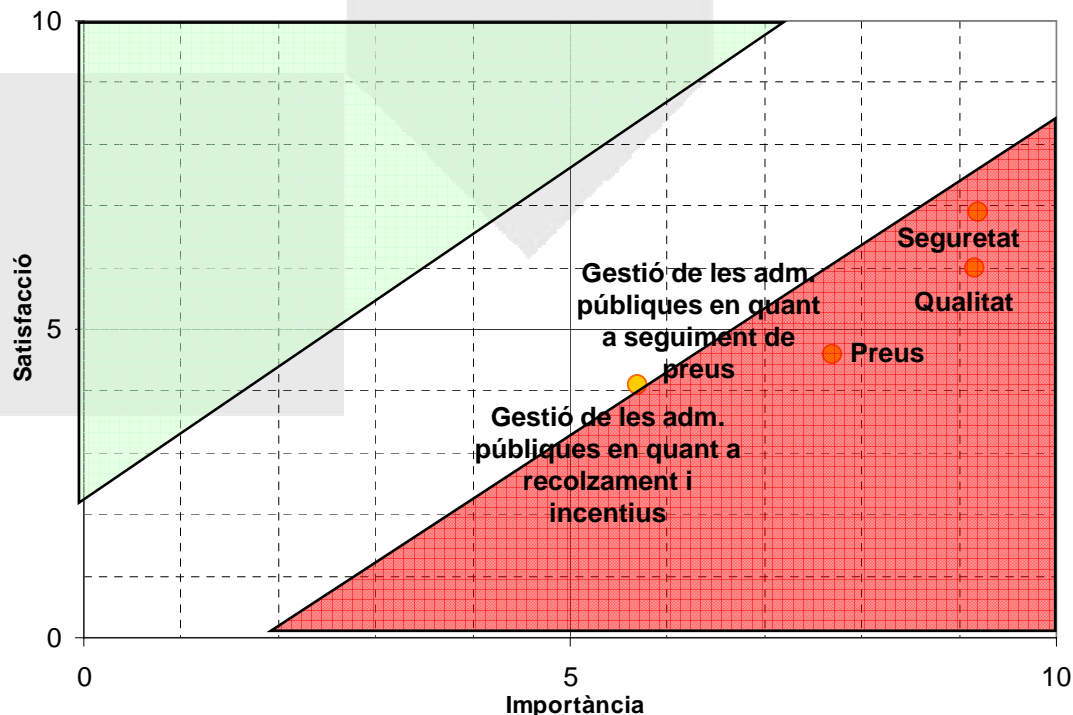


- Qualitat dels aliments
- Seguretat en el consum
- Preu dels aliments
- Gestió de l'Adm. Pública en quant a seguiment de preus

	IMPORTÀNCIA	2T'07 SATISFACCIÓ	1T'07 SATISFACCIÓ
Qualitat dels aliments	9,1	6,0	6,0
Seguretat en el consum	9,0	6,3	6,6
Preu dels aliments	7,5	4,9	4,3
Gestió de l'Adm. Pública en quant a seguiment de preus	4,3	3,8	3,6



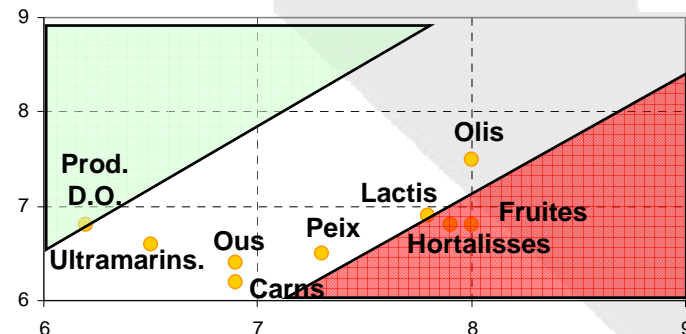
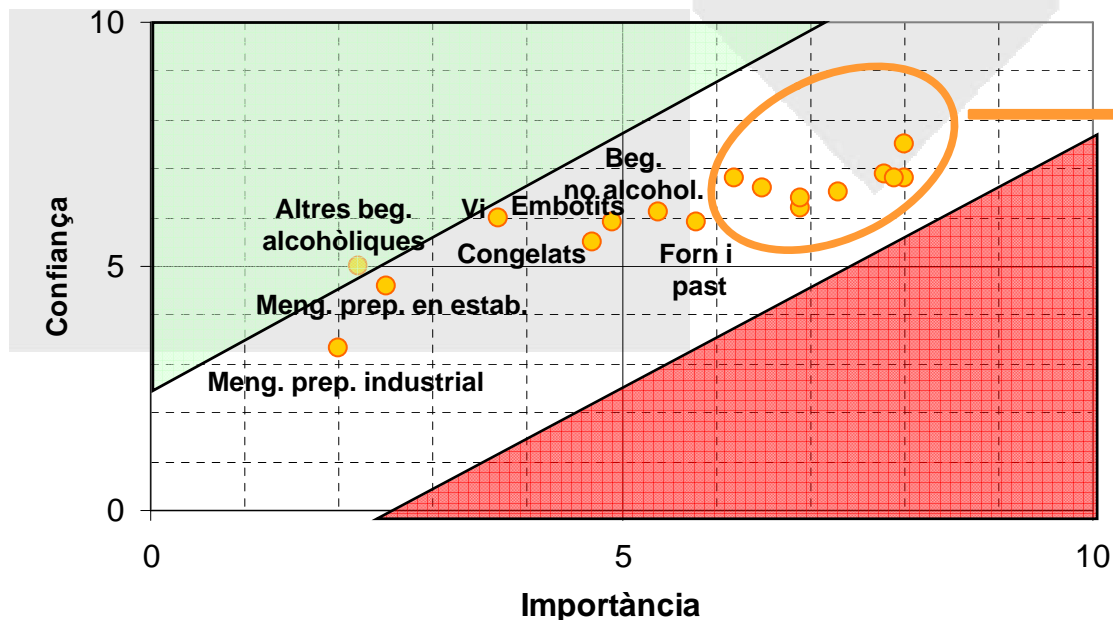
Gap de la importància/satisfacció amb el sector agroalimentari



	2T'07		1T'07
	IMPORTÀNCIA	SATISFACCIÓ	SATISFACCIÓ
• Qualitat dels aliments	9,2	6,0	6,0
• Seguretat en el consum	9,2	6,9	6,6
• Preu dels aliments	7,7	4,6	4,9
• Gestió de las adm. públiques en quant a recolzament i incentius al sector	5,7	4,1	4,1
• Gestió de las adm. públiques en quant a seguiment de preus	5,7	4,1	4,4



Gap de la importància/confiança en el consum d'aliments

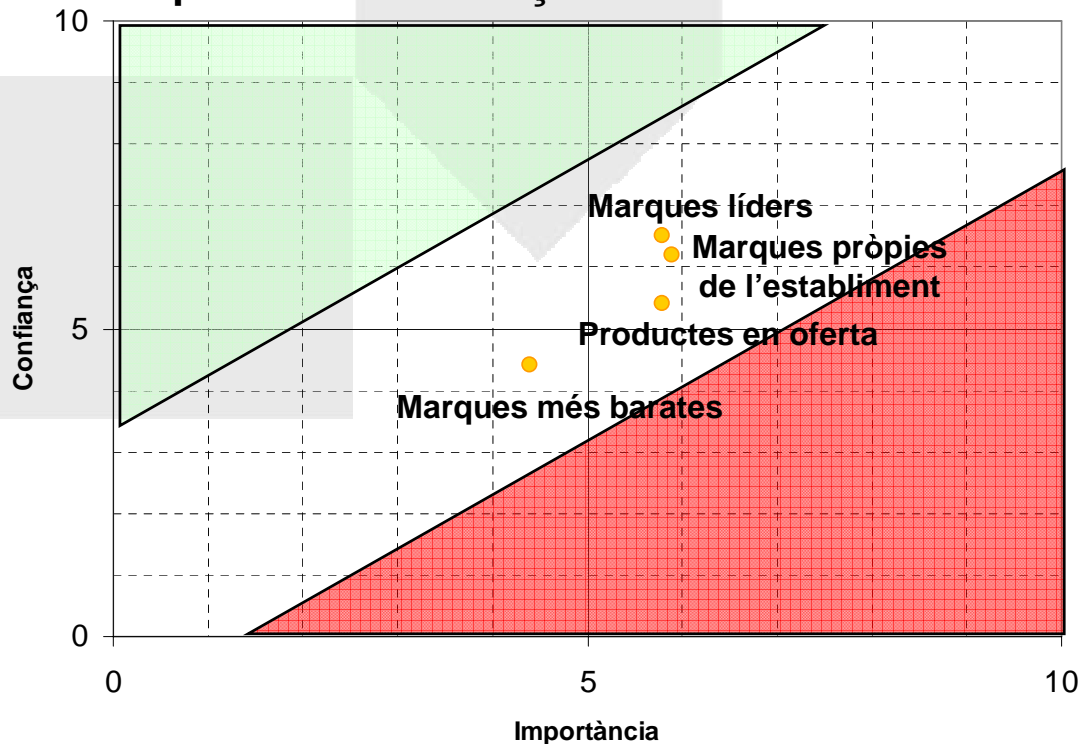


	IMPORTÀNCIA	2T'07 CONFIANÇA	1T'07 CONFIANÇA		IMPORTÀNCIA	2T'07 CONFIANÇA	1T'07 CONFIANÇA
• Olis	8,0	7,5	7,6	• Forn i pastisseria	5,8	5,9	6,5
• Fruites	8,0	6,8	7,3	• Begudes no alcohòliques	5,4	6,1	6,2
• Hortalisses	7,9	6,8	7,2	• Embotits	4,9	5,9	5,9
• Llets i derivats	7,8	6,9	7,1	• Aliment. congelats	4,7	5,5	5,9
• Peix	7,3	6,5	6,7	• Vi	3,7	6,0	6,4
• Carns	6,9	6,2	6,4	• Menjar preparat en el propi establiment	2,5	4,6	4,8
• Ous	6,9	6,4	6,8	• Altres begudes alcohòliques	2,2	5,0	5,2
• Ultra-marins	6,5	6,6	6,9	• Menjar preparat industrial	2,0	3,3	3,8
• Productes amb D.O.	6,2	6,8	7,5				

Gap de la importància/confiança en el consum d'aliments

CONSUMIDORS

Base: 550

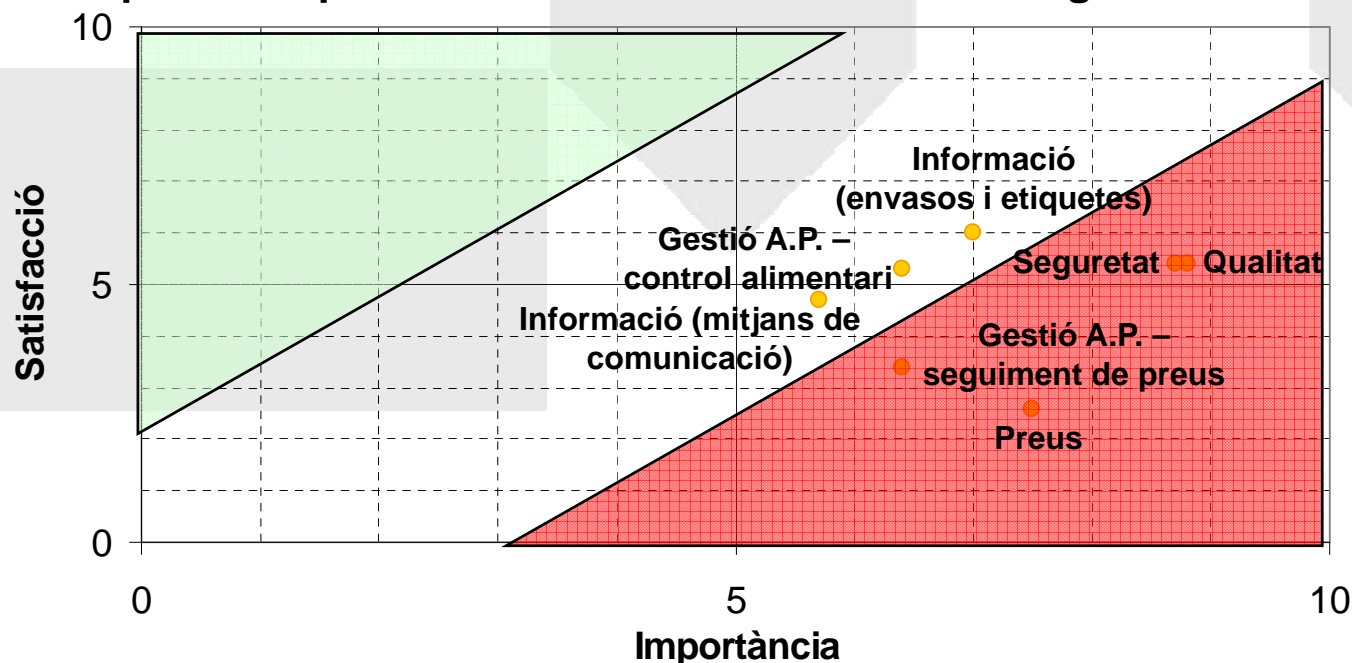


	IMPORTÀNCIA	2T'07 CONFIANÇA	1T'07 CONFIANÇA
• Les marques líders o més conegudes	5,8	6,5	6,8
• Les marques pròpies de l'establiment	5,9	6,2	6,5
• Els productes en oferta	5,8	5,4	5,8
• Les marques més barates	4,4	4,4	4,8
• Els productes amb distintius de qualitat		6,8	7,4

CONSUMIDORS

Base: 550

Gap de la importància/satisfacció amb el sector agroalimentari



IMPORTÀNCIA SATISFACCIÓ

- Informació dels aliments disponible en envasos i etiquetes
- Informació que els mitjans de comunicació li ofereixen sobre temes alimentaris
- Qualitat dels aliments
- Seguretat en el consum d'aliments
- Els preus dels aliments
- Gestió de l'administració pública en matèria de control alimentari
- Gestió de l'administració pública en matèria de seguiment de preus

2T'07

1T'07

SATISFACCIÓ

6,1

5,1

5,5

5,6

3,4

5,5

3,7

7,0

6,0

8,8

8,7

7,5

6,4

6,4

5,7

4,7

5,4

5,4

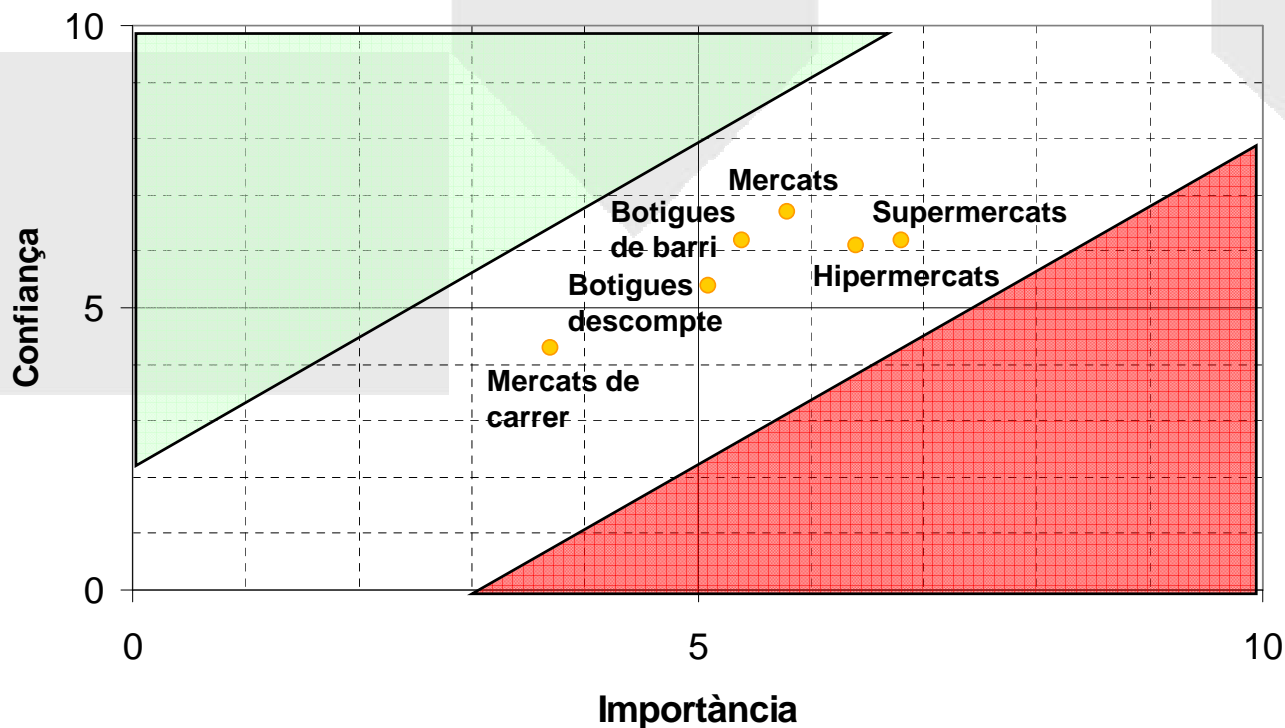
2,6

5,3

3,4

CONSUMIDORS
Base: 550

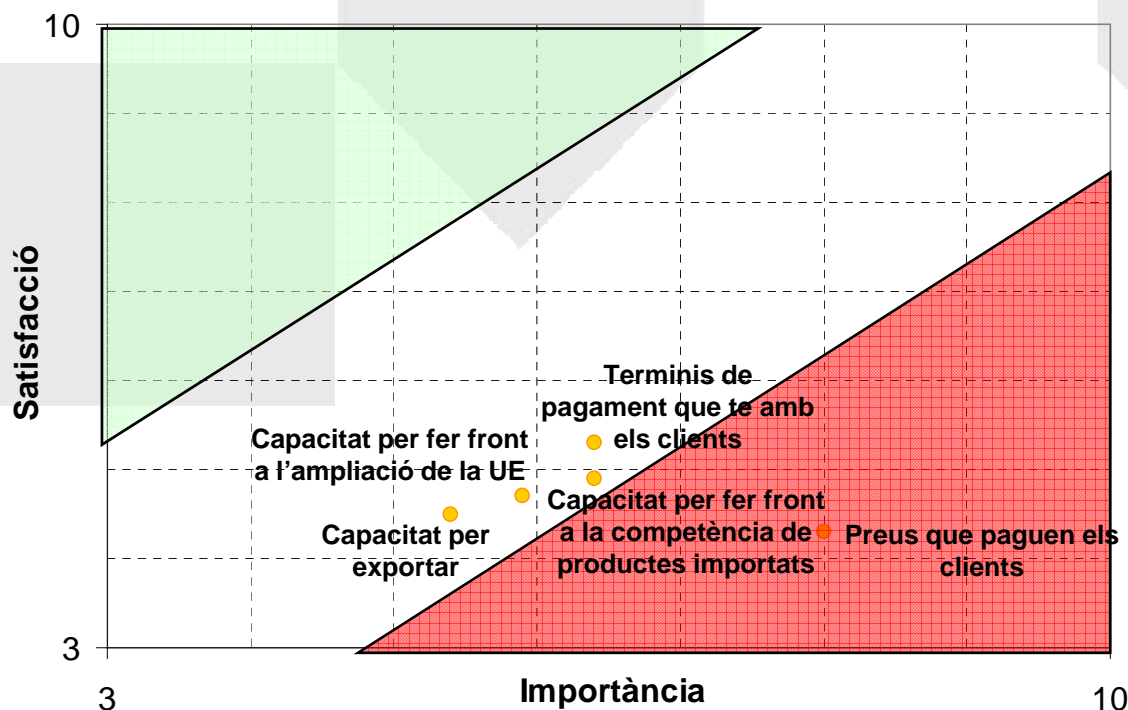
Gap de la importància/confiança en el consum d'aliments



IMPORTÀNCIA	2T'07		1T'07		CONFIANÇA	• Mercats	2T'07		1T'07		COMPARANCI
	CONFIAÇA										
• Supermercats	6,8	6,2	←	6,6	• Mercats	5,8	6,7	←	7,2		
• Hipermercats	6,4	6,1	←	6,5	• Botigues de barri	5,4	6,2	←	6,6		
• Hard discounts	5,1	5,4		5,7	• Mercats de carrer	3,7	4,3		4,5		

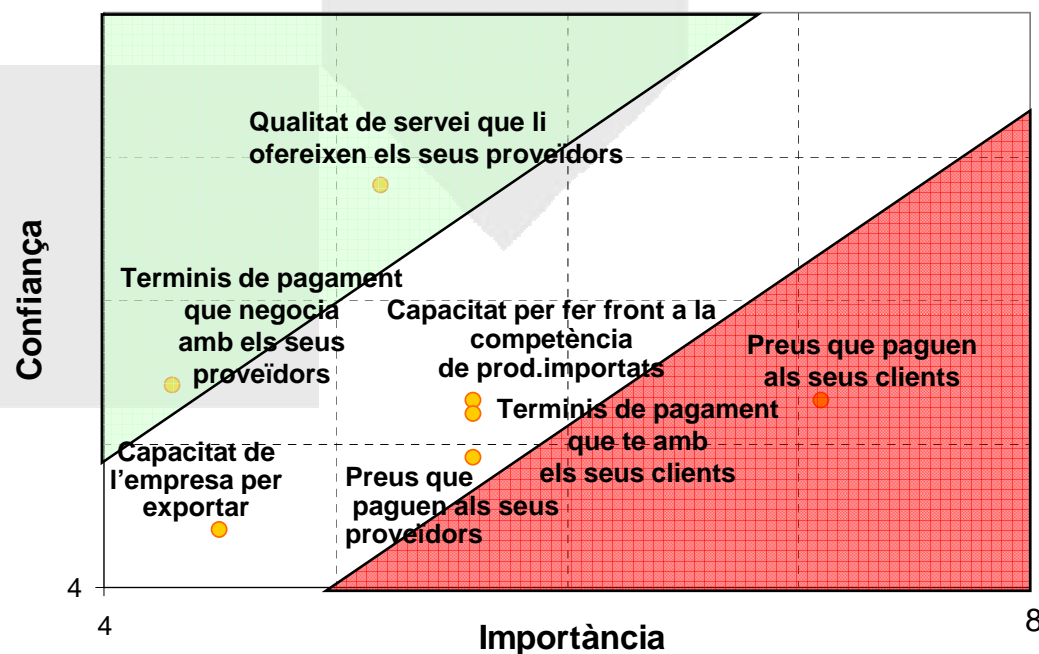
ÀMBIT COMERCIAL

Gap de la importància/satisfacció amb el sector agroalimentari



		2T'07	1T'07
	IMPORTÀNCIA	SATISFACCIÓ	SATISFACCIÓ
•Capacitat de l'empresa per fer front a la competència de productes importats	6,4	4,9	5,2
•Capacitat de l'empresa per fer front a l'ampliació de la UE	5,9	4,7	5,2
•Capacitat de l'empresa per exportar (a la UE o països fora de la UE)	5,4	4,5	5,1
•Preus que paguen els clients (per els productes alimentaris que els venen)	8,0	4,3	4,7
•Plaços de pagament que te amb els clients (per els productes alimentaris que els hi ven)	6,4	5,3	5,5

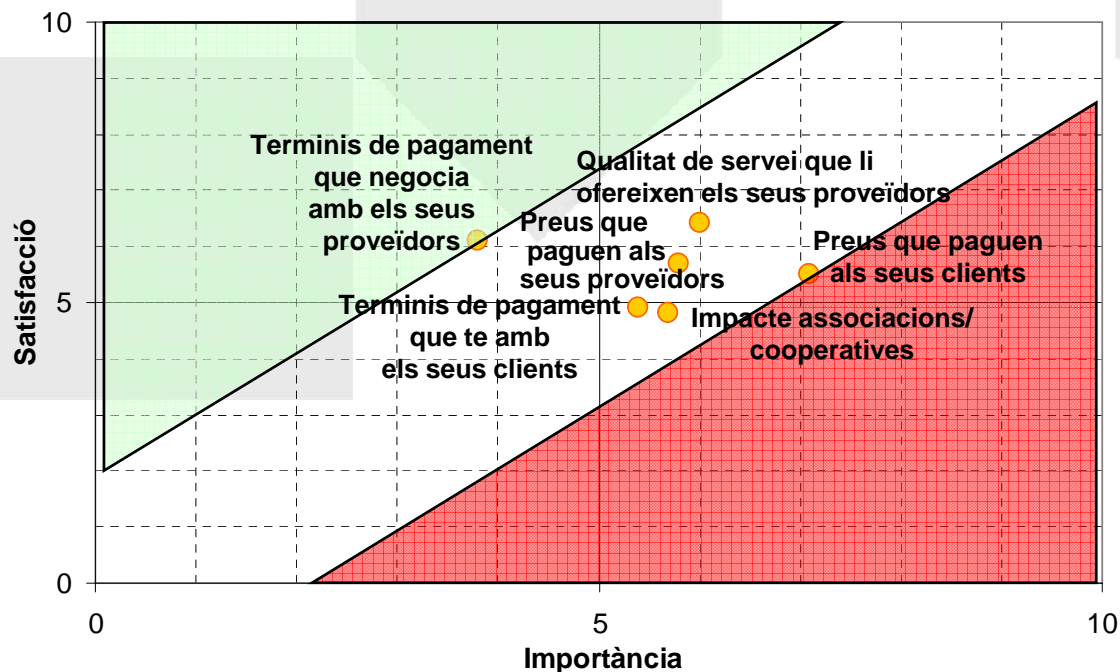
Gap de la importància/satisfacció amb el sector agroalimentari



	IMPORTÀNCIA	2T'07 SATISFACCIÓ	1T'07 SATISFACCIÓ
• Preus que paguen als clients	7,1	5,3	5,3
• Qualitat de serveis que li ofereixen als proveïdors: puntualitat en els lliuraments, compliment del pactat i recolzament rebut	5,2	6,8	6,9
• Terminis de pagament que te amb els clients	5,6	5,2	5,2
• Preus que paguen als seus proveïdors	5,6	4,9	5,1
• Terminis de pagament que negocia amb els proveïdors	4,3	5,4	5,5
• Qualitat del producte que rep dels proveïdors		7,0	7,0
• Capacitat de l'empresa per fer front a la competència de productes importats	5,6	5,3	4,8
• Capacitat de l'empresa per exportar (a la UE o països fora de la UE)	4,5	4,4	4,3

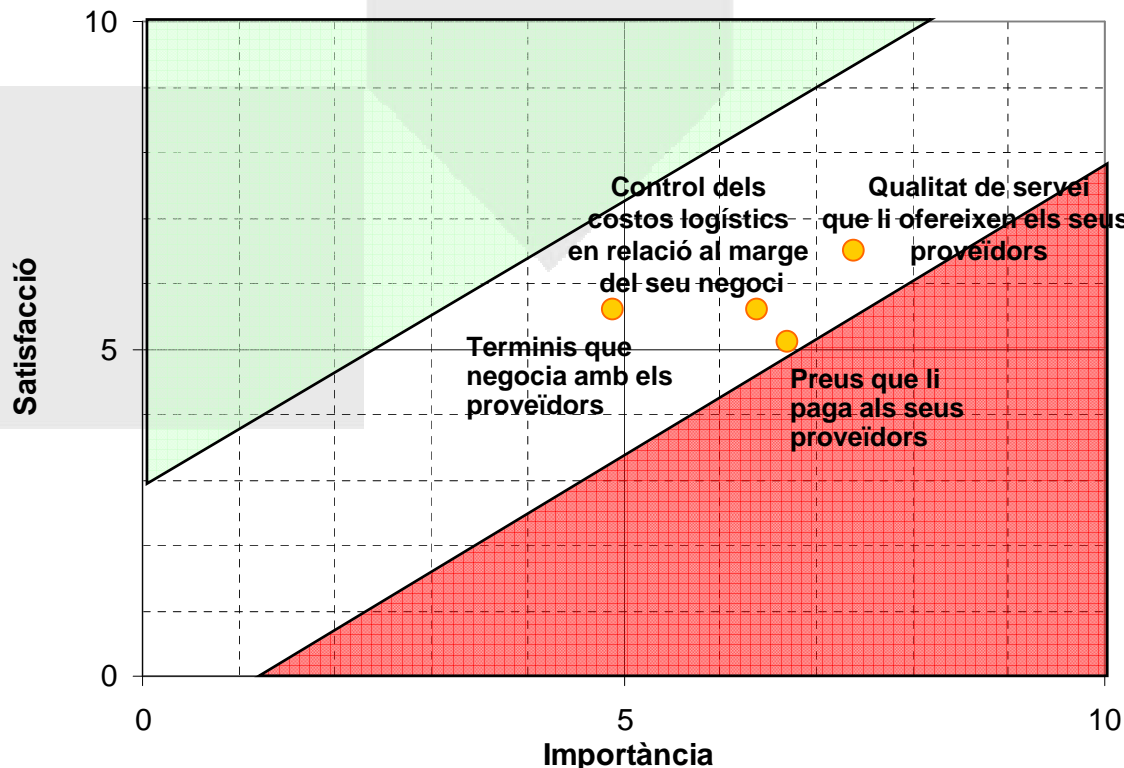


Gap de la importància/satisfacció amb el sector agroalimentari



	IMPORTÀNCIA	2T'07 SATISFACCIÓ	1T'07 SATISFACCIÓ
• Preus que li paguen als seus clients	7,1	5,5	6,1
• Terminis de pagament que te amb els seus clients per els productes que els ven	5,4	4,9	4,6
• Preus que paga als seus proveïdors	5,8	5,7	5,5
• Terminis de pagament que negocia amb proveïdors per els productes que li venen	3,8	6,1	5,7
• Qualitat de servei que li ofereixen els seus proveïdors: puntualitat en les entregues, compliment amb el pactat i recolzament rebut.	6,0	6,4	6,5
• Impacte de les associacions/cooperatives del sector productor sobre el seu negoci	5,7	4,8	5,4

Gap de la importància/satisfacció amb el sector agroalimentari



		2T'07	1T'07
	IMPORTÀNCIA	SATISFACCIÓ	SATISFACCIÓ
• Qualitat de servei que li ofereixen els seus proveïdors: puntualitat en les entregues, compliment amb lo pactat i recolzament rebut.	7,4	6,5	6,8
• Preus que li paga als seus proveïdors	6,7	5,1	5,5
• Terminis que negocia amb els proveïdors	4,9	5,6	6,0
• Control dels costos logístics en relació al marge del seu negoci	6,4	5,6	5,8

ANNEX – TAULES

PRODUCTORS

IMPORTÀNCIA D'ASPECTS RELACIONATS AMB EL SECTOR

Influència d'aspectes en l'evolució del seu negoci

	4 ^o trimestre 2006	4 ^o trimestre 2005	4 ^o trimestre 2004	4 ^o trimestre 2003 (pilot)/ 1 ^o trimestre 2004
1.a. Influència de la conjuntura econòmica del país sobre l'evolució del seu negoci				
1.b. Influència de la conjuntura econòmica del sector agroalimentari en l'evolució del seu negoci				
1.c. Influència de la confiança en els productes que es negocien en el seu sector en l'evolució del seu negoci				
1.d. Influència de la satisfacció amb les relacions comercials que manté en el seu sector en l'evolució del seu negoci				

Importància d'aspectes

	4 ^o trimestre 2006	4 ^o trimestre 2005	4 ^o trimestre 2004	4 ^o trimestre 2003 (pilot)/ 1 ^o trimestre 2004
2.a. Importància que li dóna a: la qualitat dels aliments	9,0	9,3	9,3	9,5
2.b. Importància que li dóna a: la seguretat en el consum d'aliments	8,9	9,3	9,1	9,3
2.c. Importància que li dóna a: els preus dels aliments	7,2	7,7	7,6	8,1
	4 ^o trimestre 2006	4 ^o trimestre 2005	4 ^o trimestre 2004	4 ^o trimestre 2003 (pilot)/ 1 ^o trimestre 2004
3.a. Els preus que li paguen els seus clients pels productes alimentaris que vostè els ven	8,0	7,6	8,1	8,4
3.b. Els terminis de pagament que té amb els seus clients pels productes alimentaris que vostè els ven	6,4	6,9	6,4	6,1
	4 ^o trimestre 2006	4 ^o trimestre 2005	4 ^o trimestre 2004	4 ^o trimestre 2003 (pilot)/ 1 ^o trimestre 2004
4. Importància que té la gestió de les administracions públiques com organisme de suport i incentius per a la indústria	6,1	5,6	6,1	6,3
5. Importància que tenen les administracions públiques en quant al seguiment de preus dels aliments	5,5	5,0	5,3	
	4 ^o trimestre 2006	4 ^o trimestre 2005	4 ^o trimestre 2004	4 ^o trimestre 2003 (pilot)/ 1 ^o trimestre 2004
6. Importància que té en l'evolució de la seva empresa l'ampliació de la UE	5,9	5,4	5,5	5,6
7. Importància que té en l'evolució de la seva empresa l'exportació de productes a la UE o a països de fora de la UE	5,4	4,9	5,0	5,2
8. Importància que té en l'evolució de la seva empresa la competència que li fan els productes importats d'altres països	6,4	5,6	6,0	5,7
9. Importància que té sobre el seu negoci l'associacionisme i cooperativisme del sector productor	6,4	6,4	6,6	6,6

CONJUNTURA ECONÒMICA

SITUACIÓ ECONÒMICA PERSONAL (respecte a un anys enrera)

		Total	SUBSECTOR							
			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
P.1	Molt Pitjor	3,3	1,3	3,3	0,0	6,7	0,0	3,3	0,0	0,0
	Pitjor	24,0	17,5	10,0	20,0	30,6	33,3	20,0	23,3	31,2
	Igual	49,7	51,3	53,3	50,0	44,8	36,7	60,0	60,0	50,0
	Millor	20,9	28,7	26,7	23,3	15,7	30,0	16,7	16,7	18,7
	Molt Millor	1,3	1,3	3,3	3,3	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0
	NS/NC	0,8	0,0	3,3	3,3	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Casos		380	80	30	30	134	30	30	30	16
Mitjanes		4,9	5,2	5,4	5,1	4,5	5,0	4,8	5,0	4,8

SITUACIÓ ECÒNOMICA PERSONAL (perspectives per al proper any)

		Total	SUBSECTOR							
			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
P.2	Molt Pitjor	3,0	3,8	3,3	6,7	3,0	3,3	3,3	0,0	0,0
	Pitjor	24,9	13,8	20,0	23,3	31,3	23,3	26,7	26,7	31,2
	Igual	44,1	45,0	43,3	43,3	42,5	30,0	43,3	63,3	25,0
	Millor	23,7	33,7	26,7	20,0	16,4	43,3	26,7	10,0	43,7
	Molt Millor	2,2	2,5	6,7	3,3	2,2	0,0	0,0	0,0	0,0
	NS/NC	2,1	1,3	0,0	3,3	4,5	0,0	0,0	0,0	0,0
Casos		380	80	30	30	134	30	30	30	16
Mitjanes		5,0	5,2	5,5	4,9	4,7	5,3	4,7	4,9	5,1

SITUACIÓ ECONÒMICA D'ESPANYA (perspectives per al proper any)

		Total	SUBSECTOR							
			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
P.3	Molt Pitjor	0,9	0,0	0,0	3,3	1,5	3,3	0,0	0,0	0,0
	Pitjor	30,6	21,2	40,0	36,7	29,1	36,7	50,0	26,7	37,5
	Igual	43,8	46,3	36,7	46,7	43,3	23,3	40,0	56,7	43,7
	Milior	23,1	28,7	23,3	13,3	23,9	36,7	10,0	16,7	18,7
	Molt Millor	0,6	1,3	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0
	NS/NC	1,1	2,5	0,0	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0
Casos		380	80	30	30	134	30	30	30	16
Mitjanes		4,9	5,2	4,8	4,7	4,9	4,9	4,2	5,0	4,9

SITUACIÓ ECONÒMICA DE CATALUNYA (prespectives per al pròxim any)

		Total	SUBSECTOR							
			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
P.3A	Molt Pitjor	0,8	1,3	0,0	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0
	Pitjor	31,9	25,0	33,3	30,0	33,6	33,3	43,3	26,7	43,7
	Igual	38,1	36,2	33,3	56,7	36,6	33,3	40,0	46,7	31,2
	Millor	27,0	33,7	33,3	13,3	25,4	33,3	16,7	26,7	18,7
	Molt Millor	0,8	1,3	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	6,2
	NS/NC	1,4	2,5	0,0	0,0	2,2	0,0	0,0	0,0	0,0
Casos		380	80	30	30	134	30	30	30	16
Mitjanes		5,0	5,2	5,0	4,9	4,9	5,0	4,5	5,1	4,9

CONJUNTURA SECTORIAL

SITUACIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI EN RELACIÓ A ALTRES SECTORS ECONÒMICS

		Total	SUBSECTOR							
			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
P.4	Molt Pitjor	3,2	5,0	3,3	0,0	3,0	3,3	3,3	3,3	0,0
	Pitjor	58,9	51,3	33,3	53,3	69,4	50,0	56,7	73,3	43,7
	Igual	24,3	32,5	33,3	36,7	15,7	23,3	23,3	23,3	31,2
	Millor	12,8	11,3	26,7	10,0	11,2	20,0	16,7	0,0	25,0
	Molt Millor	0,6	0,0	3,3	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0
	NS/NC	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	3,3	0,0	0,0	0,0
Casos		380	80	30	30	134	30	30	30	16
Mitjanes		4,1	4,1	4,8	4,4	3,8	4,4	4,2	3,8	4,7

SITUACIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI CATALÀ EN RELACIÓ A ALTRES SECTORS ECONÒMICS DE CATALUNYA

		Total	SUBSECTOR							
			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
P.4A	Molt Pitjor	3,4	3,8	6,7	0,0	3,7	0,0	3,3	3,3	0,0
	Pitjor	53,7	46,3	33,3	36,7	64,9	43,3	36,7	70,0	50,0
	Igual	25,9	35,0	33,3	50,0	14,9	26,7	30,0	26,7	25,0
	Millor	16,1	15,0	16,7	13,3	16,4	30,0	30,0	0,0	25,0
	Molt Millor	0,6	0,0	6,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	NS/NC	0,3	0,0	3,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Casos		380	80	30	30	134	30	30	30	16
Mitjanes		4,3	4,4	4,7	4,6	3,9	4,8	4,6	3,9	4,8

EVOLUCIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI EN L'ÚLTIM ANY

	Total	SUBSECTOR							
		Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
P.9									
Molt insatisfet	4,2	3,8	0,0	10,0	5,2	3,3	6,7	3,3	0,0
Insatisfet	42,1	27,5	26,7	26,7	53,7	26,7	53,3	50,0	43,7
Ni satisfet ni insatisfet	28,6	37,5	33,3	40,0	23,9	36,7	20,0	23,3	18,7
Satisfet	24,0	30,0	40,0	23,3	15,7	33,3	20,0	23,3	31,2
Molt satisfet	1,1	1,3	0,0	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	6,2
Casos	380	80	30	30	134	30	30	30	16
Mitjanes	4,6	4,9	5,3	4,4	4,2	4,9	4,1	4,5	5,0

EVOLUCIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI A CATALUNYA EN L'ÚLTIM ANY

	Total	SUBSECTOR							
		Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
P.9A									
Molt insatisfet	4,2	3,8	0,0	3,3	5,2	3,3	6,7	3,3	6,2
Insatisfet	39,6	25,0	30,0	30,0	50,0	26,7	26,7	56,7	43,7
Ni satisfet ni insatisfet	29,7	38,7	30,0	30,0	26,1	33,3	40,0	23,3	12,5
Satisfet	25,2	31,2	40,0	36,7	17,2	36,7	23,3	16,7	31,2
Molt satisfet	1,3	1,3	0,0	0,0	1,5	0,0	3,3	0,0	6,2
Casos	380	80	30	30	134	30	30	30	16
Mitjanes	4,6	5,0	5,2	4,9	4,3	5,0	4,7	4,4	4,7

EVOLUCIÓ DE LES VENDES EN L'ÚLTIM ANY

	Total	SUBSECTOR							
		Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
P.10									
Molt insatisfet	0,9	0,0	0,0	3,3	1,5	3,3	0,0	0,0	0,0
Insatisfet	23,0	11,3	16,7	26,7	25,4	23,3	36,7	33,3	25,0
Ni satisfet ni insatisfet	30,9	33,7	26,7	20,0	34,3	23,3	16,7	33,3	31,2
Satisfet	42,8	52,5	50,0	43,3	37,3	46,7	43,3	33,3	43,7
Molt satisfet	2,4	2,5	6,7	6,7	1,5	3,3	3,3	0,0	0,0
Casos	380	80	30	30	134	30	30	30	16
Mitjanes	5,4	5,7	6,0	5,6	5,2	5,3	5,2	5,1	5,4

PRESPECTIVES DE LES VENDES PER ALS PRÒXIMS MESOS

	Total	SUBSECTOR							
		Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
P.11									
Molt insatisfet	0,6	0,0	0,0	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0
Insatisfet	19,0	10,0	16,7	20,0	20,9	23,3	20,0	30,0	18,7
Ni satisfet ni insatisfet	32,3	35,0	20,0	26,7	35,8	26,7	23,3	33,3	37,5
Satisfet	42,6	48,8	50,0	46,7	38,1	43,3	53,3	33,3	37,5
Molt satisfet	3,7	5,0	6,7	6,7	1,5	6,7	3,3	3,3	6,2
NS/NC	1,7	1,3	6,7	0,0	2,2	0,0	0,0	0,0	0,0
Casos	380	80	30	30	134	30	30	30	16
Mitjanes	5,6	6,0	6,1	6,0	5,3	5,6	5,7	5,3	5,6

SATISFACCIÓ AMB L'EVOLUCIÓ DELS MARGES DE L'EMPRESA (durant l'últim any)

	Total	SUBSECTOR							
		Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
P.12									
Molt insatisfet	2,9	1,3	0,0	3,3	5,2	3,3	0,0	3,3	0,0
Insatisfet	45,3	41,2	33,3	36,7	52,2	40,0	33,3	53,3	43,7
Ni satisfet ni insatisfet	28,4	28,7	26,7	30,0	23,1	26,7	40,0	40,0	31,2
Satisfet	21,4	28,7	36,7	26,7	17,2	30,0	26,7	3,3	12,5
Molt satisfet	1,2	0,0	3,3	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	6,2
NS/NC	0,7	0,0	0,0	3,3	0,7	0,0	0,0	0,0	6,2
Casos	380	80	30	30	134	30	30	30	16
Mitjanes	4,5	4,8	5,3	4,8	4,2	4,7	4,9	4,2	4,7

PRESPECTIVES SOBRE ELS MARGES DE L' EMPRESA (per als pròxims mesos)

		Total	SUBSECTOR							
			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
P.13	Molt Pitjor	2,2	2,5	0,0	0,0	4,5	0,0	0,0	0,0	0,0
	Pitjor	42,5	33,7	40,0	30,0	52,2	40,0	30,0	46,7	31,2
	Igual	32,5	32,5	26,7	33,3	27,6	36,7	33,3	50,0	37,5
	Millor	20,4	30,0	30,0	33,3	12,7	23,3	36,7	3,3	18,7
	Molt Millor	1,4	1,3	3,3	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	6,2
	NS/NC	1,0	0,0	0,0	3,3	1,5	0,0	0,0	0,0	6,2
Casos		380	80	30	30	134	30	30	30	16
Mitjanes		4,6	5,0	5,1	5,0	4,2	4,8	5,1	4,3	4,9

IMPORTÀNCIA SOBRE L'ASSOCIACIONISME I COOPERATIVISME EN EL SECTOR PRODUCTOR

		Total	SUBSECTOR							
			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
P.17	Gens Important	6,5	6,3	13,3	3,3	3,7	6,7	16,7	6,7	6,2
	Important	21,1	17,5	20,0	30,0	19,4	26,7	26,7	26,7	18,7
	Una mica important	27,5	28,7	13,3	10,0	33,6	23,3	23,3	36,7	6,2
	Bastant Important	31,9	42,5	33,3	46,7	26,1	26,7	23,3	30,0	31,2
	Molt Important	3,1	2,5	3,3	0,0	6,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	NS/NC	9,9	2,5	16,7	10,0	11,2	16,7	10,0	0,0	37,5
	Casos	380	80	30	30	134	30	30	30	16
Mitjanes	5,0	5,1	4,7	5,0	5,3	4,6	4,0	4,8	4,7	

GESTIÓ DE LES ADMINISTRACIONS PÚBLIQUES EN EL SEGUIMENT DE PREUS D'ALIMENTS

	Total	SUBSECTOR							
		Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
P.18									
Molt insatisfet	13,0	12,5	23,3	10,0	9,0	16,7	10,0	13,3	31,2
Insatisfet	46,5	43,7	36,7	40,0	50,7	50,0	53,3	46,7	37,5
Ni satisfet ni insatisfet	23,7	30,0	16,7	36,7	23,9	10,0	23,3	23,3	6,2
Satisfet	10,8	13,8	13,3	6,7	6,7	16,7	10,0	16,7	12,5
Molt satisfet	0,9	0,0	3,3	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0
NS/NC	5,2	0,0	6,7	6,7	8,2	6,7	3,3	0,0	12,5
Casos	380	80	30	30	134	30	30	30	16
Mitjanes	3,7	3,8	3,6	4,0	3,8	3,5	3,8	3,8	2,6

SATISFACCIÓ AMB LES AJUDES I SUBVENCIONS DE L'ADMINISTRACIÓ

	Total	SUBSECTOR							
		Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
P.19									
Molt insatisfet	22,7	28,7	36,7	13,3	14,9	26,7	23,3	16,7	50,0
Insatisfet	45,6	38,7	23,3	53,3	58,2	43,3	40,0	43,3	25,0
Ni satisfet ni insatisfet	15,9	20,0	13,3	10,0	13,4	16,7	26,7	13,3	18,7
Satisfet	11,7	11,3	26,7	16,7	6,7	6,7	10,0	23,3	0,0
Molt satisfet	1,2	1,3	0,0	0,0	1,5	0,0	0,0	3,3	0,0
NS/NC	2,9	0,0	0,0	6,7	5,2	6,7	0,0	0,0	6,2
Casos	380	80	30	30	134	30	30	30	16
Mitjanes	3,3	3,3	3,3	3,6	3,4	2,7	3,2	3,9	1,8

GESTIÓ DE LES ADMINISTRACIONS PÚBLIQUES EN RELACIÓ AL RECOLZAMENT E INCENTIUS QUE BRINDA A LA INDÚSTRIA ALIMENTÀRIA

	Total	SUBSECTOR							
		Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
P.20									
Molt insatisfet	18,1	18,7	26,7	13,3	15,7	23,3	23,3	6,7	37,5
Insatisfet	48,9	41,2	30,0	50,0	58,2	43,3	50,0	53,3	37,5
Ni satisfet ni insatisfet	18,2	25,0	26,7	20,0	13,4	16,7	10,0	26,7	0,0
Satisfet	10,5	15,0	13,3	10,0	6,0	10,0	13,3	13,3	12,5
Molt satisfet	0,3	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0
NS/NC	4,0	0,0	3,3	6,7	6,0	6,7	3,3	0,0	12,5
Casos	380	80	30	30	134	30	30	30	16
Mitjanes	3,4	3,6	3,4	3,6	3,3	2,9	2,9	3,9	2,1

MITJANES	Total	SUBSECTOR							
		Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
Quin grau de satisfacció li mereix la gestió del Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca de la Generalitat de Catalunya (DARP) en relació al suport i incentius que brinden al sector agroalimentari a Catalunya?	3,8	3,9	4,1	4,3	3,8	3,5	3,7	3,8	3,0
P.16J									
Casos	380	80	30	30	134	30	30	30	16

CONFIANÇA ALIMENTÀRIA

EN ELS ÚLTIMS MESOS HA AUGMENTAT, ROMAN IGUAL O HA DISMINUÏT.....

MITJANES		Total	SUBSECTOR							
			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
P.5A	La qualitat dels aliments	5,9	6,0	6,0	5,4	6,1	6,1	5,3	5,9	5,5
P.5B	La seguretat en el consum d'aliments	6,5	6,4	6,8	6,1	6,7	6,6	6,4	6,1	6,2

SATISFACCIÓ AMB ELS PREUS DELS ALIMENTS EN ELS ÚLTIMS MESOS

MITJANES		Total	SUBSECTOR							
			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
P.5C	Els preus dels aliments	3,9	4,0	4,3	3,5	3,7	4,4	4,1	3,9	3,7
Casos		380	80	30	30	134	30	30	30	16

ÀMBIT COMERCIAL

SATISFACCIÓ DE LES RELACIONS COMERCIALS AMB ELS CLIENTS

MITJANES	Total	SUBSECTOR								
		Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous	
P.6	Preus que paguen els seus clients pels productes alimentaris que els ven	4,3	4,8	4,4	5,2	3,8	5,2	5,2	4,1	4,5
P.7	Termini de pagament que te amb els seus clients	5,3	5,4	5,3	5,0	5,2	5,5	5,4	5,3	4,9
Casos		380	80	30	30	134	30	30	30	16

		Total	SUBSECTOR							
MITJANES			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
	Preus que paguen els seus clients pels productes alimentaris que els ven	1,5	1,6	1,7	1,7	1,5	1,5	1,5	1,3	1,6
P.8.A										
	Terminis de pagament que te amb els seus clients per els productes que els ven	1,5	1,4	1,3	1,3	1,5	1,4	1,5	1,7	1,4
P.8.B										
Casos		380	80	30	30	134	30	30	30	16

MITJANES		Total	SUBSECTOR							
			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
P.14	Quin grau de satisfacció té en relació a la capacitat de la seva empresa per a plantar cara a l'ampliació de l'U.E.?	4,7	5,1	5,2	4,8	4,9	5,3	5,0	2,8	3,5
P.15	Quin grau de satisfacció té en relació a la capacitat de la seva empresa per a l'exportació de productes a l'U.E O a països fora de l'U.E.?	4,5	5,0	4,8	5,5	4,5	4,7	4,9	2,5	3,3
P.16	Quin grau de satisfacció té en relació a la capacitat de la seva empresa de plantar cara a la competència que li fan els productes importats d'altres països?	4,9	5,2	4,3	5,5	4,6	5,3	5,2	5,0	4,8
Casos		380	80	30	30	134	30	30	30	16

MITJANES	Total	SUBSECTOR								
		Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous	
P.16A	Quina importància creu que té la qualificació i preparació tècnica del personal disponible actualment?	5,9	6,1	5,0	5,9	5,9	6,4	5,5	6,3	6,2
P.16B	Quin grau de satisfacció té en relació a la utilitat de la implantació del contracte global d'explotació?	5,2	5,3	4,7	5,1	5,2	5,0	5,0	5,3	5,4
Casos		380	80	30	30	134	30	30	30	16

		Total	SUBSECTOR							
MITJANES			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	Ous
P.16C	Quina importància té en l'evolució de la seva empresa en quant a costos, el compliment de les mesures mediambientals?	5,5	5,3	6,2	5,5	5,7	5,0	4,8	5,8	4,6
P.16D	Quina importància tenen en l'evolució de la seva empresa el possible increment del cost de l'aigua que preveu la nova directiva marc de l'aigua?	5,2	5,0	5,6	5,0	5,4	5,1	5,3	5,0	4,6
P.16E	Quina importància té en l'evolució de la seva empresa la percepció d'ajudes o subvencions per part de l'Administració?	4,3	4,4	4,3	4,7	4,3	4,1	3,8	5,3	2,8
Casos		380	80	30	30	134	30	30	30	16

INDÚSTRIA

IMPORTÀNCIA D'ASPECTES RELACIONATS AMB EL SECTOR

	4 ^o trimestre 2006	4 ^o trimestre 2005	4 ^o trimestre 2004	4 ^o trimestre 2003 (piloto)/ 1 ^o trimestre 2004
2.a. Importància que li dóna a: la qualitat dels aliments				
2.b. Importància que li dóna a: la seguretat en el consum d'aliments				
2.c. Importància que li dóna a: els preus dels aliments				
3.a. Els preus que li paguen els seus clients per els productes alimentaris que vostè els ven				
3.b. Els terminis de pagament que te amb els seus clients per els productes alimentaris que vostè els ven				
3.c. Els preus que paga als seus proveïdors per els productes alimentaris que els ven				
3.d. Els terminis de pagament que negocia amb els seus proveïdors per els productes alimentaris que els ven				
3.e. La qualitat de servei que li ofereixen els seus proveïdors: puntualitat en les entregues, compliment amb els pactes, etc.				
4. Importància que té la gestió de les administracions públiques com organisme de recolzament e incentius per la indústria				
5. Importància que tenen les administracions públiques en quant al seguiment de preus d'aliments				
6. Importància que te, en l'evolució de la seva l'ampliació de la UE				
7. Importància que te en l'evolució de la seva empresa l'exportació de productes a la UE o a països de fora de la UE				
8. Importància que te en l'evolució de la seva empresa la competència que li fan els productes importats d'altres països				

Importancia de aspectos

	4º trimestre 2005	4º trimestre 2004	2003 (piloto)/ 1º trimestre 2004
2.a. Importancia que le da a: la calidad de los alimentos			
2.b. Importancia que le da a: la seguridad en el consumo de alimentos			
2.c. Importancia que le da a: los precios de los alimentos			
3.a. Els preus que li paguen els seus clients pels productes alimentaris que vostè els ven			
3.b. Els terminis de pagament que té amb els seus clients pels productes alimentaris que vostè els ven			
3.c. Els preus que paga als seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen			
3.d. Els terminis de pagament que negocia amb els seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen			
3.e. La qualitat de servei que li ofereixen els seus proveïdors: puntualitat en els lliuraments, compliment amb els pactes, etc.			
4. Importància que té les administracions públiques quant al seguiment de preus dels aliments			
5. Importancia que tiene las administraciones públicas en cuanto al seguimiento de precios de los alimentos			
6. Importància que té, en l'evolució de la seva empresa l'ampliació de la UE			
7. Importància que té en l'evolució de la seva empresa l'exportació de productes a la UE o a països de fora de la UE			
8. Importància que té en l'evolució de la seva empresa la competència que li fan els productes importats d'altres països			

CONJUNTURA ECONÒMICA

SITUACIÓ ECONÒMICA PERSONAL (respecte a un any endarrera)

		Total
P.1	Molt Pitjor	0,9
	Pitjor	20,7
	Igual	43,4
	Millor	34,4
	Molt Millor	0,6
Casos		192
Mitjana		5,3

SITUACIÓ ECONÒMICA PERSONAL (perspectives per al pròxim any)

		Total
P.2	Molt Pitjor	0,1
	Pitjor	20,4
	Igual	37,4
	Millor	37,7
	Molt Millor	2,0
	NS/NC	2,5
Casos		192
MITJANA		5,4

SITUACIÓ ECONÒMICA D'ESPANYA
(perspectives per al pròxim any)

		Total
P.3	Molt Pitjor	0,8
	Pitjor	33,1
	Igual	39,9
	Millor	25,2
	Molt Millor	0,3
	NS/NC	0,7
Casos		192
Mitjana		4,8

SITUACIÓ ECONÒMICA DE CATALUNYA (perspectives per al pròxim any)

		Total
P.3A	Molt Pitjor	1,0
	Pitjor	30,5
	Igual	42,0
	Millor	24,4
	Molt Millor	1,6
	NS/NC	0,6
Casos		192
Mitjana		4,9

CONJUNTURA SECTORIAL

SITUACIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI EN RELACIÓ A ALTRES
SECTORS ECONÒMICS

		Total
P.4	Molt Pitjor	4,3
	Pitjor	39,3
	Igual	34,6
	Millor	21,7
	NS/NC	0,1
Casos		192
Mitjana		4,6

**SITUACIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI CATALÀ EN RELACIÓ A
ALTRES SECTORS DE L'ECONOMIA CATALANA**

		Total
P.4A	Molt Pitjor	1,8
	Pitjor	42,0
	Igual	30,0
	Millor	25,9
	NS/NC	0,3
Casos		192
Mitjana		4,8

Creu que és adequada la qualitat del producte que rep dels proveïdors?

		Total
P.11	Poc	3,3
	Una mica	10,9
	Bastant	77,9
	Molt	7,8
Casos		192
Mitja		7,0

Creu que és adequat per a l'empresa que els seus productes elaborats tinguin algun tipus de distintiu de qualitat?

		Total
P.12	Res	0,6
	Poc	5,2
	Una mica	11,7
	Bastant	67,4
	Molt	14,0
	NS/NC	1,1
Casos		192
Mitja		7,0

**GESTIÓ DE LES ADMINISTRACIONS PÚBLIQUES EN RELACIÓ AL
RECOLZAMENT E INCENTIUS QUE BRINDA EL SECTOR ALIMENTARI**

		Total
P.13	Molt insatisfet	21,8
	Insatisfet	42,8
	Ni satisfet ni insatisfet	19,3
	Satisfet	14,6
	NS/NC	1,5
Casos		192
Mitjana		3,3

Quin grau de satisfacció li mereix la gestió de les administracions
públiques del Departament d'Agricultura...

		Total
P.14	Molt insatisfet	17,1
	Insatisfet	46,5
	Ni satisfet ni insatisfet	18,3
	Satisfet	16,6
	Molt satisfet	0,1
	NS/NC	1,5
Casos		192
Mitja		3,6

AVALUACIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI EN L'ÚLTIM ANY

		Total
P.15	Molt insatisfet	4,8
	Insatisfet	31,5
	Ni satisfet ni insatisfet	39,8
	Satisfet	23,1
	Molt satisfet	0,1
	NS/NC	0,7
Casos		192
Mitjana		4,6

AVALUACIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI A CATALUNYA EN
L'ÚLTIM ANY

		Total
P. 15A	Molt insatisfet	5,9
	Insatisfet	30,2
	Ni satisfet ni insatisfet	31,6
	Satisfet	30,0
	Molt satisfet	1,3
	NS/NC	1,1
Casos		192
Mitja		4,8

**GESTIÓ DE LES ADMINISTRACIONS PÚBLIQUES EN EL SEGUIMENT
DE PREUS D'ALIMENTS**

		Total
P.16	Molt insatisfet	16,6
	Insatisfet	42,3
	Ni satisfet ni insatisfet	24,8
	Satisfet	12,1
	NS/NC	4,3
Casos		192
Mitja		3,6

EVOLUCIÓ DE LES VENDES EN L'ÚLTIM ANY

		Total
P.17	Molt insatisfet	2,2
	Insatisfet	8,6
	Ni satisfet ni insatisfet	26,4
	Satisfet	60,2
	Molt satisfet	1,9
	NS/NC	0,6
Casos		192
Mitjana		5,8

PRESPECTIVES DE LES VENDES PER ELS PRÒXIMS MESOS

		Total
P.18	Molt pitjor	2,6
	Pitjor	10,8
	Igual	28,7
	Millor	51,2
	Molt millor	5,4
	NS/NC	1,3
Casos		192
Mitja		5,9

**SATISFACCIÓ AMB EL NIVELL D'IMPLANTACIÓ DE TECNOLOGIES DE
LA INFORMACIÓ**

		Total
P.19	Molt insatisfet	0,8
	Insatisfet	8,6
	Ni satisfet ni insatisfet	23,9
	Satisfet	61,1
	Molt satisfet	5,5
Casos		192
Mitjana		6,2

**SATISFACCIÓ AMB LA CAPACITAT DE LA SEVA EMPRESA PER
APLICAR I DESENVOLUPAR INNOVACIÓ TECNOLÒGICA**

		Total
P.20	Molt insatisfet	4,5
	Insatisfet	14,8
	Ni satisfet ni insatisfet	22,8
	Satisfet	55,8
	Molt satisfet	2,2
Casos		192
Mitja		5,7

Quin grau de satisfacció té en relació a la capacitat de la seva empresa per a adaptar-se al compliment dels requisits mediambientals?

		Total
P.21	Molt insatisfet	0,7
	Insatisfet	8,5
	Ni satisfet ni insatisfet	14,0
	Satisfet	65,9
	Molt satisfet	10,1
	NS/NC	0,8
Casos		192
Mitja		6,6

Quin grau de satisfacció té en relació a la capacitat de la seva empresa per a aconseguir la trazabilitat dels seus productes?

		Total
P.22	Molt insatisfet	1,3
	Insatisfet	7,9
	Ni satisfet ni insatisfet	18,1
	Satisfet	56,0
	Molt satisfet	14,0
	NS/NC	2,7
Casos		192
Mitja		6,6

Creu que és adequada la innovació tecnològica, de processos o de productes en el seu sector?

		Total
P.23	Poc	5,9
	Una mica	22,4
	Bastant	65,1
	Molt	5,6
	NS/NC	1,0
Casos		192
Mitja		6,4

Quin grau de satisfacció té en relació a la capacitat de la seva empresa per a l'exportació de productes a la UE o a països de fora de la UE?

		Total
P.24	Molt insatisfet	25,1
	Insatisfet	11,5
	Ni satisfet ni insatisfet	19,6
	Satisfet	31,2
	Molt satisfet	7,7
	NS/NC	5,0
Casos		192
Mitja		4,4

Quin grau de satisfacció té en relació a la capacitat de la seva empresa de plantar cara a la competència que li fan els productes importats d'altres països?

		Total
P.25	Molt insatisfet	7,3
	Insatisfet	23,2
	Ni satisfet ni insatisfet	22,6
	Satisfet	36,4
	Molt satisfet	7,3
	NS/NC	3,2
Casos		192
Mitja		5,3

¿CREU QUE EL TAMANY MITJÀ DE LES EMPRESES DEL SEU SECTOR
ÉS L'ADEQUAT PER COMPETIR EN L'ENTORN ACTUAL?

		Total
P.26	Res	1,6
	Poc	29,8
	Una mica	27,5
	Bastant	39,6
	Molt	1,5
Casos		192
Mitja		5,2

Creu que és adequat el grau d'associacionisme en el seu sector?

		Total
P.27	Res	8,7
	Poc	25,3
	Una mica	25,2
	Bastant	36,7
	Molt	4,1
Casos		192
Mitja		5,0

CONFIANÇA ALIMENTÀRIA

GRAU DE CONFIANÇA EN ELS ALIMENTS

MITJANES		Total
P.5a	La qualitat dels aliments	5,8
P.5b	La seguretat en el consum d'aliments	6,7
P.5c	Els preus dels aliments	4,8
Casos		192

ÀMBIT COMERCIAL

SATISFACCIÓ

MITJANES		Total
P.6	Creu que són adequats els preus que paga als seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen?	4,9
P.7	Creu que són adequats els terminis de pagament que negocia amb els seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen?	5,4
P.8	Creu que són adequats els preus que li paguen els seus clients pels productes alimentaris que vostè els ven?	5,3
P.9	Creu que són adequats els terminis de pagament que té amb els seus clients pels productes alimentaris que els ven?	5,2
P.10	Creu que és adequada la qualitat de servei que li ofereixen els seus proveïdors: puntualitat en els lliuraments, compliment amb els pactes i suport rebut?	6,8
Casos		192

CAPACITAT DE L'EMPRESA PER ADAPTAR-SE A L'AMPLIACIÓ DE LA UE

		Total
MITJANES		
P.24	Quin grau de satisfacció té en relació a la capacitat de la seva empresa per a l'exportació de productes a la UE o a països de fora de la UE?	4,4
P.25	Quin grau de satisfacció té en relació a la capacitat de la seva empresa de plantar cara a la competència que li fan els productes importats d'altres països?	5,3
Casos		192

MAJORISTES

IMPORTÀNCIA D'ASPECTES RELACIONATS AMB EL SECTOR

Influència d'aspectes en l'evolució del seu negoci

	4º trimestre 2006	4º trimestre 2005	4º trimestre 2004	4º trimestre 2003 (pilot 1º trimestre 2004
1.a. Influència de la conjuntura econòmica del país en l'evolució del seu negoci				
1.b. Influència de la conjuntura econòmica del sector agroalimentari en l'evolució del seu negoci				
1.c. Influència de la confiança en els productes que es negocien en el seu sector, en l'evolució del seu negoci				
1.d. Influència de la satisfacció amb les relacions comercials que manté en el seu sector en l'evolució del seu negoci				

Importància d'aspectes

	4 ^o trimestre 2006	4 ^o trimestre 2005	4 ^o trimestre 2004	4 ^o trimestre 2003 (pilot)/ 1 ^o trimestre 2004
2.a. Importància que li dóna a: la qualitat dels aliments				
2.b. Importància que li dóna a: la seguretat en el consum d'aliments				
2.c. Importància que li dóna a: els preus dels aliments				
3.a. Els preus que li paguen els seus clients pels productes alimentaris que vostè els ven				
3.b. Els terminis de pagament que té amb els seus clients pels productes alimentaris que Vè. els ven				
3.c. Els preus que paga als seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen				
3.d. Els terminis de pagament que negocia amb els seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen				
3.e. La qualitat de servei que li ofereixen els seus proveïdors: puntualitat en els lliuraments, compliment amb els pactes i suport rebut, etc.				
5. Importància que té sobre el seu negoci l'associacionisme i cooperativisme del sector productor				
6. Importància que té la gestió de les administracions públiques quant al seguiment de preus dels aliments				

CONJUNTURA ECONÒMICA

SITUACIÓ ECONÒMICA PERSONAL (respecte a un any enrera)

		Total
P.1	Pitjor	15,7
	Igual	66,1
	Millor	18,2
Casos		31
Mitja		5,1

SITUACIÓ ECONÒMICA PERSONAL
(perspectives per al pròxim any)

		Total
P.2	Pitjor	29,5
	Igual	53,3
	Millor	17,2
Casos		31
Mitja		4,9

SITUACIÓ ECONÒMICA D'ESPANYA
(prespectives per al pròxim any)

P.3	Pitjor	33,9
	Igual	54,8
	Millor	11,3
Casos		31
Mitja		4,7

SITUACIÓ ECONÒMICA CATALUNYA (perspectives per al pròxim any)

P.3A	Pitjor	40,8
	Igual	45,5
	Millor	13,8
Casos		31
Mitja		4,7

CONJUNTURA SECTORIAL

SITUACIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI EN RELACIÓ A ALTRES
SECTORS ECONÒMICS

		Total
P.4	Molt pitjor	3,4
	Pitjor	36,2
	Igual	38,6
	Millor	20,8
	NS/NC	1,0
Casos		31
Mitja		4,5

SITUACIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI CATALÀ EN RELACIÓ A
ALTRES SECTORS DE L'ECONOMIA CATALANA

		Total
P.4A	Molt pitjor	3,4
	Pitjor	31,3
	Igual	55,0
	Millor	6,9
	Molt millor	3,4
Casos		31
Mitja		4,6

AVALUACIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI EN L'ÚLTIM ANY

		Total
P.14	Molt insatisfet	3,4
	Insatisfet	33,1
	Ni satisfet ni insatisfet	44,7
	Satisfet	18,8
Casos		31
Mitja		4,4

AVALUACIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI EN L'ÚLTIM ANY

		Total
P.14A	Molt insatisfet	3,4
	Insatisfet	31,4
	Ni satisfet ni insatisfet	39,4
	Satisfet	25,7
Casos		31
Mitja		4,5

EVOLUCIÓ DE LES VENDES EN L'ÚLTIM ANY

		Total
P.15	Insatisfet	7,9
	Ni satisfet ni insatisfet	34,5
	Satisfet	57,6
Casos		31
Mitjana		5,7

PRESPECTIVES DE LES VENDES PER ALS PRÒXIMS MESOS

		Total
P.16	Pitjor	13,8
	Igual	28,6
	Millor	54,2
	NS/NC	3,4
Casos		31
Mitja		5,8

**GESTIÓ DE LES ADMINISTRACIONS PÚBLIQUES EN EL SEGUIMENT
DE PREU D'ALIMENTS**

		Total
P.13	Molt insatisfet	14,7
	Insatisfet	30,6
	Ni satisfet ni insatisfet	44,4
	Satisfet	6,9
	NS/NC	3,4
Casos		31
Mitja		3,8

**GESTIÓ DE LES ADMINISTRACIONS PÚBLIQUES EN RELACIÓ AL
RECOLZAMENT E INCENTIU QUE BRINDA EL SECTOR ALIMENTARI**

		Total
P.12	Molt insatisfet	22,6
	Insatisfet	35,5
	Ni satisfet ni insatisfet	38,5
	Satisfet	3,4
Casos		31
Mitja		3,4

**SATISFACCIÓ AMB L'IMPACTE DE LES
ASSOCIACIONS/COOPERATIVES DEL SECTOR PRODUCTOR SOBRE
EL SEU NEGOCI**

		Total
P.17	Molt insatisfet	4,4
	Insatisfet	22,3
	Ni satisfet ni insatisfet	26,2
	Satisfet	28,5
	NS/NC	18,7
Casos		31
Mitja		4,8

SATISFACCIÓ AMB EL CONTROL DE LA SEVA EMPRESA SOBRE ELS COSTOS LOGÍSTICS EN RELACIÓ A L'IMPACTE SOBRE EL MARGE DEL SEU NEGOCI

		Total
P.17A	Insatisfet	19,8
	Ni satisfet ni insatisfet	40,4
	Satisfet	35,4
	Molt satisfet	4,4
Casos		31
Mitja		5,4

GRAU DE CONFIANÇA EN ELS ALIMENTS

MITJANES		Total
P.5a	La qualitat dels aliments	6,0
P.5b	La seguretat en el consum d'aliments	6,3
P.5c	Els preus dels aliments	4,9
Casos		31

GRAU D'ADEQUACIÓ

MITJANES		Total
6	¿Creu que són adequats els preus que paga als seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen?	5,7
7	¿Creu que són adequats els terminis de pagament que negocia amb els seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen?	6,1
8	¿Creu que són adequats els preus que li paguen els seus clients pels productes alimentaris que vostè els hi ven?	5,5
9	¿Creu que són adequats els terminis de pagament que tenen amb els seus clients pels productes alimentaris que els hi ven?	4,9
10	¿Creu que és adequada la qualitat de servei que li ofereixen els seus proveïdors: puntualitat en les entregues, compliment amb allò pactat i recolzament rebut?	6,4
Casos		31

SATISFACCIÓ

MITJANES		Total
11.A	Preus que paga als seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen	3,0
11.B	Terminis de pagament que negocia amb els seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen	2,9
11.C	Preus que li paguen els seus clients pels productes alimentaris que vostè els hi ven	2,3
11.D	Terminis de pagament que té amb els seus clients pels productes alimentaris que els hi ven	2,7
11.E	Qualitat de servei que li ofereixen els seu proveïdors: puntualitat en les entregues, compliment amb allò pactat i recolzament rebut	3,9
Casos		31

DISTRIBUÏDORS

IMPORTÀNCIA D'ASPECTES RELACIONATS AMB EL SECTOR

Importància d'aspectes

	4 ^o trimestre 2006	4 ^o trimestre 2005	4 ^o trimestre 2004	4 ^o trimestre 2003 (pilot)/ 1 ^o trimestre 2004
1.a. Influència de la conjuntura econòmica del país en l'evolució del seu negoci				
1.b. Influència de la conjuntura econòmica del sector agroalimentari en l'evolució del seu negoci				
1.c. Influència de la confiança en els productes que es negocien en el seu sector en l'evolució del seu negoci				
1.d. Influència de la satisfacció amb les relacions comercials que manté en el seu sector, en l'evolució del seu negoci				

Importància d'aspectes

	4 ^o trimestre 2006	4 ^o trimestre 2005	4 ^o trimestre 2004	4 ^o trimestre 2003 (pilot)/ 1 ^o trimestre 2004
2.a. Importància que li dóna a: la qualitat dels aliments				
2.b. Importància que li dóna a: la seguretat en el consum d'aliments				
2.c. Importància que li dóna a: els preus dels aliments				
3.a. Els preus que paga als seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen				
3.b. Els terminis de pagament que negocia amb els seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen				
3.c. La qualitat de servei que li ofereixen els seus proveïdors: puntualitat en les entregues, compliment amb allò pactat i recolzament rebut				
4. Importància que tenen els costos logístics sobre el marge del seu negoci				
5. Importància que té la gestió de les administracions públiques com a organisme de recolzament i incentius per la indústria				
6. Importància que tenen les administracions públiques en quant al seguiment de preus dels aliments				

CONJUNTURA ECONÒMICA

SITUACIÓ ECONÒMICA PERSONAL ACTUAL (respecte un any endarrera)

		Total	Tenda	Mercat	Hard Discount	Autoservei Superservei	Super (400-999 m2)	Super (1000-2499 m2)	Hiper
P.1	Molt Pitjor	1,7	4,7	8,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Pitjor	24,8	37,3	24,3	23,3	40,0	16,7	10,0	20,0
	Igual	38,4	43,2	57,4	40,0	33,3	33,3	40,0	30,0
	Millor	33,9	14,9	8,5	30,0	23,3	46,7	50,0	50,0
	Molt Millor	0,9	0,0	0,6	6,7	0,0	3,3	0,0	0,0
	NS/NC	0,3	0,0	0,6	0,0	3,3	0,0	0,0	0,0
Casos		355	125	100	30	30	30	30	10
Mitjanes		5,1	4,4	4,4	5,4	4,8	5,8	5,7	5,5

SITUACIÓ ECONÒMICA PERSONAL ACTUAL (perspectives pel pròxim any)

		Total	Tenda	Mercat	Hard Discount	Autoservei Superservei	Super (400-999 m2)	Super (1000-2499 m2)	Hiper
P.2	Molt Pitjor	2,7	7,6	5,5	0,0	3,3	0,0	0,0	0,0
	Pitjor	27,9	36,8	30,3	20,0	40,0	10,0	20,0	30,0
	Igual	35,7	33,6	43,5	43,3	23,3	46,7	30,0	40,0
	Millor	29,7	19,8	17,6	30,0	30,0	33,3	43,3	30,0
	Molt Millor	3,2	0,7	1,2	6,7	0,0	10,0	6,7	0,0
	NS/NC	0,8	1,5	1,8	0,0	3,3	0,0	0,0	0,0
Casos		355	125	100	30	30	30	30	10
Mitjanes		5,1	4,4	4,6	5,3	4,6	5,8	5,8	5,1

SITUACIÓ ECONÒMICA D'ESPANYA (perspectives pel pròxim any)

		Total	Tenda	Mercat	Hard Discount	Autoservei Superservei	Super (400- 999 m2)	Super (1000- 2499 m2)	Hiper
P.3	Molt Pitjor	2,5	4,8	6,8	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0
	Pitjor	34,7	41,1	42,9	30,0	33,3	36,7	30,0	30,0
	Igual	35,8	32,4	27,8	36,7	30,0	36,7	40,0	40,0
	Millor	24,9	18,7	20,0	33,3	26,7	23,3	26,7	30,0
	Molt Millor	1,3	0,9	0,0	0,0	0,0	3,3	3,3	0,0
	NS/NC	0,7	2,2	2,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Casos		355	125	100	30	30	30	30	10
Mitjanes		4,8	4,4	4,3	4,8	4,4	4,9	5,1	5,2

SITUACIÓ ECONÒMICA DE CATALUNYA (perspectives pel pròxim any)

		Total	Tenda	Mercat	Hard Discount	Autoservei Superservei	Super (400- 999 m2)	Super (1000- 2499 m2)	Hiper
P.3a	Molt Pitjor	3,4	4,7	6,1	3,3	10,0	0,0	3,3	0,0
	Pitjor	39,0	41,1	40,6	33,3	26,7	40,0	23,3	60,0
	Igual	26,7	28,3	30,2	26,7	33,3	20,0	40,0	10,0
	Millor	28,6	23,0	20,0	33,3	30,0	36,7	30,0	30,0
	Molt Millor	1,6	0,7	1,2	3,3	0,0	3,3	3,3	0,0
	NS/NC	0,7	2,2	1,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Casos		355	125	100	30	30	30	30	10
Mitjanes									

CONJUNTURA SECTORIAL

SITUACIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI EN RELACIÓ A ALTRES SECTORS ECONÒMICS

		Total	Botiga	Mercat	Hard Discount	Autoservei Superservei	Super (400-999 m2)	Super (1000-2499 m2)	Hiper
P.4	Molt Pitjor	4,1	6,1	4,9	6,7	10,0	0,0	3,3	0,0
	Pitjor	36,7	47,8	47,9	20,0	40,0	23,3	46,7	20,0
	Igual	35,6	33,0	30,9	46,7	40,0	46,7	33,3	30,0
	Millor	23,3	12,2	15,1	26,7	10,0	30,0	16,7	50,0
	Molt Millor	0,3	0,9	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Casos	NS/NC	355	125	100	30	30	30	30	10
Mitjanes		4,6	4,1	4,2	4,8	4,1	5,1	4,4	5,6

SITUACIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI CATALÀ EN RELACIÓ A ALTRES SECTORS ECONÒMICS DE CATALUNYA

		Total	Botiga	Mercat	Hard Discount	Autoservei Superservei	Super (400- 999 m2)	Super (1000- 2499 m2)	Hiper
P.4a	Molt Pitjor	2,7	3,9	1,2	6,7	3,3	0,0	3,3	0,0
	Pitjor	39,8	49,0	45,4	26,7	36,7	23,3	50,0	30,0
	Igual	33,5	32,4	33,3	46,7	36,7	43,3	26,7	30,0
	Millor	23,4	14,0	17,0	16,7	23,3	33,3	20,0	40,0
	Molt Millor	0,4	0,0	3,0	3,3	0,0	0,0	0,0	0,0
	NS/NC	0,2	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Casos		355	125	100	30	30	30	30	10
Mitjanes									

EVOLUCIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI EN L'ÚLTIM ANY

		Total	Botiga	Mercat	Hard Discount	Autoservei Superservei	Super (400- 999 m2)	Super (1000- 2499 m2)	Hiper
P.11	Molt insatisfet	1,6	4,1	3,7	0,0	3,3	0,0	0,0	0,0
	Insatisfet	23,5	36,7	38,8	23,3	30,0	13,3	26,7	0,0
	Ni satisfet ni insatisfet	34,1	34,5	35,1	40,0	26,7	43,3	33,3	30,0
	Satisfet	37,0	23,2	21,8	36,7	36,7	40,0	36,7	60,0
	Molt satisfet	2,2	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	10,0
	NS/NC	1,6	0,7	0,6	0,0	3,3	3,3	3,3	0,0
Casos		355	125	100	30	30	30	30	10
Mitjanes		5,2	4,6	4,5	5,2	4,6	5,3	5,1	6,4

EVOLUCIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI A CATALUNYA EN L'ÚLTIM ANY

		Total	Botiga	Mercat	Hard Discount	Autoservei Superservei	Super (400- 999 m2)	Super (1000- 2499 m2)	Hiper
P.11a	Molt insatisfet	1,6	4,1	3,7	0,0	3,3	0,0	0,0	0,0
	Insatisfet	30,0	38,9	41,2	20,0	33,3	13,3	26,7	30,0
	Ni satisfet ni insatisfet	31,3	30,7	26,1	43,3	26,7	40,0	36,7	20,0
	Satisfet	30,9	25,5	27,8	33,3	33,3	40,0	33,3	30,0
	Molt satisfet	4,4	0,9	1,2	3,3	0,0	0,0	0,0	20,0
	NS/NC	1,7	0,0	0,0	0,0	3,3	6,7	3,3	0,0
Casos		355	125	100	30	30	30	30	10
Mitjanes									

GESTIÓ DE LES ADMINISTRACIONS PÚBLIQUES EN EL SEGUIMENT DE PREUS D'ALIMENTS

		Total	Botiga	Mercat	Hard Discount	Autoservei Superservei	Super (400-999 m2)	Super (1000-2499 m2)	Hiper
P.10	Molt insatisfet	11,6	19,0	20,1	10,0	13,3	6,7	3,3	10,0
	Insatisfet	36,0	35,9	42,9	33,3	30,0	20,0	43,3	40,0
	Ni satisfet ni insatisfet	23,7	23,8	24,9	33,3	33,3	26,7	26,7	10,0
	Satisfet	21,9	15,8	7,8	16,7	20,0	43,3	26,7	20,0
	Molt satisfet	0,6	0,9	1,2	3,3	0,0	0,0	0,0	0,0
	NS/NC	6,2	4,7	3,0	3,3	3,3	3,3	0,0	20,0
Casos		355	125	100	30	30	30	30	10
Mitjanes		4,1	3,6	3,3	4,4	4,1	5,1	4,6	3,8

GESTIÓ DE LES ADMINISTRACIONS PÚBLIQUES EN RELACIÓ AL RECOLZAMENT I INCENTIUS QUE BRINDA A LA INDÚSTRIA ALIMENTÀRIA

		Total	Botiga	Mercat	Hard Discount	Autoservei Superservei	Super (400-999 m2)	Super (1000-2499 m2)	Hiper
P.9	Molt insatisfet	13,3	26,7	27,4	3,3	20,0	3,3	10,0	0,0
	Insatisfet	37,9	43,6	44,1	36,7	33,3	23,3	36,7	40,0
	Ni satisfet ni insatisfet	24,7	11,8	15,1	26,7	30,0	43,3	26,7	30,0
	Satisfet	20,0	16,2	7,8	30,0	13,3	26,7	23,3	20,0
	Molt satisfet	2,5	0,9	1,2	3,3	0,0	0,0	0,0	10,0
	NS/NC	1,7	0,7	4,2	0,0	3,3	3,3	3,3	0,0
Casos		355	125	100	30	30	30	30	10
Mitjanes		4,1	3,2	3,0	4,9	3,7	4,9	4,4	4,9

EVOLUCIÓ DE LES VENTES EN L'ÚLTIM ANY

		Total	Botiga	Mercat	Hard Discount	Autoservei Superservei	Super (400- 999 m2)	Super (1000- 2499 m2)	Hiper
P.12	Molt insatisfet	2,6	3,9	5,5	0,0	6,7	0,0	3,3	0,0
	Insatisfet	19,2	38,6	29,1	10,0	16,7	6,7	10,0	10,0
	Ni satisfet ni insatisfet	25,4	28,0	29,8	10,0	33,3	23,3	20,0	30,0
	Satisfet	46,8	27,0	33,8	60,0	36,7	66,7	63,3	50,0
	Molt satisfet	5,4	1,7	1,8	20,0	3,3	3,3	3,3	10,0
	NS/NC	0,5	0,7	0,0	0,0	3,3	0,0	0,0	0,0
Casos		355	125	100	30	30	30	30	10
Mitjanes		5,7	4,7	5,0	7,0	5,3	6,2	5,9	6,4

PERSPECTIVES DE LES VENTES PELS PRÒXIMS MESOS

		Total	Botiga	Mercat	Hard Discount	Autoservei Superservei	Super (400- 999 m2)	Super (1000- 2499 m2)	Hiper
P.13	Molt Pitjor	3,3	6,1	6,1	0,0	6,7	0,0	3,3	0,0
	Pitjor	16,8	29,0	29,1	6,7	10,0	0,0	10,0	20,0
	Igual	27,2	30,4	30,3	16,7	30,0	36,7	26,7	20,0
	Millor	44,8	29,3	33,3	53,3	43,3	53,3	56,7	50,0
	Molt Millor	7,7	5,2	1,2	23,3	6,7	10,0	3,3	10,0
	NS/NC	0,3	0,0	0,0	0,0	3,3	0,0	0,0	0,0
Casos		355	125	100	30	30	30	30	10
Mitjanes		5,8	4,9	4,8	7,3	5,6	6,4	6,0	6,2

SATISFACCIÓ AMB L'EVOLUCIÓ DELS MARGES DE L'EMPRESA (durant l'últim any)

		Total	Botiga	Mercat	Hard Discount	Autoservei Superservei	Super (400- 999 m2)	Super (1000- 2499 m2)	Hiper
P.15A	Molt insatisfet	2,4	5,1	0,6	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0
	Insatisfet	22,7	30,1	37,0	16,7	16,7	13,3	3,3	40,0
	Ni satisfet ni insatisfet	23,4	28,2	32,7	26,7	36,7	30,0	16,7	10,0
	Satisfet	44,4	30,9	27,9	33,3	30,0	53,3	76,7	40,0
	Molt satisfet	3,4	0,9	0,6	6,7	3,3	3,3	0,0	10,0
	NS/NC	3,7	4,8	1,2	16,7	3,3	0,0	3,3	0,0
Casos		355	125	100	30	30	30	30	10
Mitjanes		5,5	4,8	4,9	5,8	4,8	5,8	6,2	5,8

EVOLUCIÓ DELS MARGES DELS PRODUCTES DE L'EMPRESA (en los pròxims anys)

		Total	Botiga	Mercat	Hard Discount	Autoservei Superservei	Super (400- 999 m2)	Super (1000- 2499 m2)	Hiper
P.15B	Molt insatisfet	2,7	6,9	3,7	0,0	6,7	0,0	0,0	0,0
	Insatisfet	25,6	30,2	37,6	20,0	16,7	13,3	6,7	50,0
	Ni satisfet ni insatisfet	26,8	28,4	30,2	23,3	40,0	36,7	30,0	10,0
	Satisfet	38,1	31,9	25,5	33,3	33,3	40,0	60,0	30,0
	Molt satisfet	3,8	0,9	1,8	6,7	0,0	10,0	0,0	10,0
	NS/NC	2,8	1,7	1,2	16,7	3,3	0,0	3,3	0,0
Casos		355	125	100	30	30	30	30	10
Mitjanes		5,3	4,7	4,7	5,9	5,0	5,8	6,0	5,3

SATISFACCIÓ AMB EL CONTROL DELS COSTOS LOGÍSTICS EN RELACIÓ AL SEU IMPACTE SOBRE EL MARGE DEL SEU NEGOCI

		Total	Botiga	Mercat	Hard Discount	Autoservei Superservei	Super (400- 999 m2)	Super (1000- 2499 m2)	Hiper
P.14	Molt insatisfet	2,0	5,3	4,2	0,0	3,3	0,0	0,0	0,0
	Insatisfet	18,4	24,7	26,1	3,3	26,7	3,3	16,7	20,0
	Ni satisfet ni insatisfet	27,6	34,6	38,8	23,3	33,3	53,3	26,7	0,0
	Satisfet	36,8	25,7	24,9	30,0	23,3	43,3	56,7	40,0
	Molt satisfet	7,5	3,3	0,6	6,7	3,3	0,0	0,0	30,0
	NS/NC	7,8	6,4	5,4	36,7	10,0	0,0	0,0	10,0
Casos		355	125	100	30	30	30	30	10
Mitjanes		5,6	4,9	4,8	6,2	5,0	5,8	5,8	6,7

CONFIANÇA ALIMENTÀRIA

GRAU DE CONFIANÇA EN ELS ALIMENTS

MITJANES	Total	Botiga	Mercat	Hard Discount	Autoservei Superservei	Super (400- 999 m2)	Super (1000- 2499 m2)	Hiper
5.a La qualitat dels aliments	6,0	5,8	6,0	5,9	5,6	6,2	6,0	6,5
5.b. La seguretat del consum dels aliments	6,9	6,5	6,7	6,9	6,3	7,3	6,8	7,6
5.c Els preus dels aliments	4,6	4,1	4,2	4,6	4,0	4,4	4,0	6,2
Casos	355	125	100	30	30	30	30	10

ÀMBIT COMERCIAL

RELACIONS COMERCIALS AMB ELS PROVEÏDORS

MITJANES	Total	Botiga	Mercat	Hard Discount	Autoservei Superservei	Super (400-999 m2)	Super (1000-2499 m2)	Hiper
6. ¿Creu que són adequats els preus que paga als seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen a la seva empresa?	5,1	4,7	4,7	5,4	4,5	5,3	5,1	5,7
7. ¿Creu que són adequats els terminis de pagament que negocia amb els seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen a la seva empresa?	5,6	5,8	6,0	6,4	4,9	5,8	5,4	5,3
8. ¿Creu que és adequada la qualitat de servei que li ofereixen els seus proveïdors: puntualitat d'entregues, compliment amb allò pacatat i recolzament rebut?	6,5	7,0	6,7	7,8	5,8	6,8	6,1	5,9
Casos	355	125	100	30	30	30	30	10

CONSUMIDORS

IMPORTÀNCIA D'ASPECTES RELACIONATS AMB EL SECTOR

Importància dels següents elements a l'hora de decidir quins aliments consumeix

		4 ^o trimestre 2006	4 ^o trimestre 2005	4 ^o trimestre 2004	4 ^o trimestre 2003 (pilot)/ 1 ^o trimestre 2004
valoració d'atributs	6.a. Importància de la seva situació econòmica i la del país a l'hora d'escollir quins aliments consumir				
	6.b. Importància de la confiança que vostè té en els diferents productes a l'hora d'escollir quins aliments consumir				
	6.c. Importància de la informació que tenen sobre els productes (en les seves etiquetes o a través de mitjans de comunicació) a l'hora d'escollir quins aliments consumir				
	6.d. Importància de qui està darrera del producte, o sigui la marca o el tipus de establiment on compra aliments, a l'hora d'escollir quins aliments consumir.				

Importància dels següents aspectes en el consum d'aliments

		4 ^o trimestre 2006	4 ^o trimestre 2005	4 ^o trimestre 2004	4 ^o trimestre 2003 (pilot)/ 1 ^o trimestre 2004
confiança alimentària	12.a. Importància que li dóna a: la qualitat dels aliments				
	12.b. Importància que li dóna a: la seguretat en el consum d'aliments				
	12.c. Importància que li dóna a: els preus dels aliments				

Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments

		4 ^o trimestre 2003 (pilot)/ 1 ^o trimestre 2004	4 ^o trimestre 2006	4 ^o trimestre 2005	4 ^o trimestre 2004
confiança alimentària	7.a.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Carns (porcí, pollastre, bedella, ...)				
	7.b.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Peixos				
	7.c.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments:: Embotits				
	7.d.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Olis				
	7.e.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Llet i derivats				
	7.f.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Ous				
	7.g.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Aliments congelats				
	7.h.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Friutes				
	7.i.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Hortalitzes				
	7.j.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Vi				
	7.k.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Altres begudes alcohòliques				
	7.l.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Begudes no alcohòliques (suc i refrescs)				
	7.m.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Ultramarins (farines, arròs, conserves, etc.)				
	7.n.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Forn de pa i pastisseria				
	7.ñ.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Menjar industrial				
7.o.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Menjar preparat en el pròpi establiment					
7.p.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Productes amb denominació d'origen					

Importància d'aspectes

		4 ^o trimestre 2006	4 ^o trimestre 2005	4 ^o trimestre 2004	4 ^o trimestre 2003 (piloto)/ 1 ^o trimestre 2004
confiança alimentària	8.a. Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: les marques líders o més conegudes				
	8.b. Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: les marques pròpies de l'estableiment				
	8.c. Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: les marques més barates				
	8.d. Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: els productes en oferta				
	14.a. Importància a l'hora de realitzar les seves compres: hipermercats				
	14.b. Importància a l'hora de realitzar les seves compres: supermercats etc.)				
	14.d. Importància a l'hora de realitzar les seves compres: tendes de barri				
	14.e. Importància a l'hora de realitzar les seves compres: mercats				
	14.f. Importància a l'hora de realitzar les seves compres: "mercadillos"				
	confiança alimentària	9. Importància de la informació dels aliments disponible en envasos i etiquetes			
10. Importància de la informació que els mitjans de comunicació li ofereixen sobre temes alimentaris					
11. Importància que té la gestió de l'administració pública en matèria de control alimentari					
13. Importància que tenen les administracions públiques en quant a seguiment de preus dels aliments					

CONJUNTURA ECONÒMICA

SITUACIÓ ECONÒMICA PERSONAL ACTUAL (en relació a un any anterior)

P.2	TOTAL	Area Metropolitana	Resta Província Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona
Molt Pitjor	4,5	2,0	9,0	5,0	1,0	3,0
Pitjor	29,5	27,3	32,0	34,0	27,0	28,0
Igual	42,7	49,3	35,0	38,0	39,0	44,0
Millor	20,9	18,0	23,0	21,0	32,0	21,0
Molt Millor	1,6	2,0	1,0	2,0	0,0	2,0
NS/NC	0,8	1,3	0,0	0,0	1,0	2,0
CASOS	550	150	100	100	100	100
Mitjana	4,8	4,9	4,6	4,7	5,2	4,8

SITUACIÓ ECONÒMICA PERSONAL (perspectives pel pròxim any)

P.3	TOTAL	Area	Resta		Lleida	Girona
		Metropolitana	Província Barcelona	Tarragona		
Molt Pitjor	3,4	1,3	7,0	3,0	2,0	2,0
Pitjor	24,8	21,3	28,0	31,0	28,0	22,0
Igual	40,2	46,7	34,0	34,0	30,0	43,0
Millor	23,4	22,7	24,0	23,0	29,0	22,0
Molt Millor	2,1	2,7	1,0	3,0	2,0	2,0
NS/NC	6,2	5,3	6,0	6,0	9,0	9,0
CASOS	550	150	100	100	100	100
Mitjana	4,9	5,0	4,6	5,0	5,0	5,0

SITUACIÓ ECONÒMICA D'ESPANYA (perspectives pel pròxim any)

P.4	TOTAL	Area	Resta			
		Metropolitana	Província Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona
Molt Pitjor	4,7	4,7	6,0	2,0	6,0	3,0
Pitjor	29,8	28,7	33,0	26,0	33,0	27,0
Igual	33,3	33,3	34,0	24,0	29,0	43,0
Millor	20,7	22,0	16,0	32,0	14,0	22,0
Molt Millor	0,6	0,7	1,0	0,0	0,0	0,0
NS/NC	10,9	10,7	10,0	16,0	18,0	5,0
CASOS	550	150	100	100	100	100
Mitjana	4,6	4,6	4,3	5,0	4,3	4,8

CONJUNTURA SECTORIAL

SITUACIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI EN RELACIÓ A ALTRES SECTORS ECONÒMICS

P.5	TOTAL	Area	Resta			
		Metropolitana	Província Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona
Molt Pitjor	2,8	3,3	2,0	3,0	6,0	1,0
Pitjor	32,9	28,0	41,0	34,0	28,0	31,0
Igual	31,2	34,0	31,0	21,0	28,0	31,0
Millor	24,7	25,3	20,0	29,0	27,0	32,0
Molt Millor	1,3	0,7	2,0	3,0	0,0	1,0
NS/NC	7,0	8,7	4,0	10,0	11,0	4,0
CASOS	550	150	100	100	100	100
Mitjana	4,8	4,8	4,6	4,9	4,6	5,1

GESTIÓ ADMINISTRACIONS PÚBLIQUES EN EL SEGUIMENT DE PREUS D'ALIMENTS

P.13	TOTAL	Area	Resta			
		Metropolitana	Província Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona
Molt insatisfet	20,2	18,7	24,0	22,0	24,0	11,0
Insatisfet	44,7	46,0	48,0	32,0	41,0	43,0
Ni satisfet ni insatisfet	18,5	17,3	17,0	19,0	22,0	26,0
Satisfet	11,7	12,0	7,0	21,0	5,0	20,0
Molt satisfet	0,7	1,3	0,0	1,0	0,0	0,0
NS/NC	4,2	4,7	4,0	5,0	8,0	0,0
CASOS	550	150	100	100	100	100
Mitjana	3,4	3,5	3,0	3,7	3,1	4,0

GRAU D'ADAPTACIÓ DELS PRODUCTES D'ALIMENTACIÓ A LES NECESSITATS DELS CONSUMIDORS

P.15	TOTAL	Area Metropolitana	Resta Província Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona
No s'adapten en absolut	1,9	0,7	4,0	1,0	3,0	1,0
S'adapten poc	14,3	17,3	12,0	10,0	11,0	14,0
S'adapten una mica	23,5	21,3	24,0	26,0	15,0	35,0
S'adapten bastant	52,2	52,7	52,0	55,0	60,0	43,0
S'adapten totalment	6,5	6,0	7,0	5,0	10,0	7,0
NS/NC	1,5	2,0	1,0	3,0	1,0	0,0
CASOS	550	150	100	100	100	100
Mitjana	5,9	6,0	5,9	6,0	6,3	5,9

GRAU DE SATISFACCIÓ AMB EL SECTOR AGROALIMENTARI

MITJANES	TOTAL	Area Metropolitana	Resta Província Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona
P.12a. La qualitat dels aliments	5,4	5,4	5,2	5,6	5,0	5,3
P.12b. La seguretat en el consum d'aliments	5,4	5,5	5,3	5,7	5,2	5,6
P.12c. Els preus dels aliments	2,6	2,6	2,6	2,6	2,1	2,3
CASOS	550	150	100	100	100	100

CONFIANÇA ALIMENTÀRIA

GRAU DE CONFIANÇA EN ELS ALIMENTS

P.6	TOTAL	Area	Resta	Tarragona	Lleida	Girona
		Metropolitana	Província Barcelona			
Cap confiança	1,9	2,0	1,0	5,0	3,0	0,0
Poca confiança	12,7	12,7	15,0	5,0	16,0	11,0
Una mica confiança	20,1	19,3	23,0	16,0	19,0	19,0
Bastanta confiança	55,3	57,3	48,0	62,0	54,0	64,0
Molta confiança	8,0	6,7	11,0	8,0	7,0	5,0
NS/NC	2,0	2,0	2,0	4,0	1,0	1,0
CASOS	550	150	100	100	100	100
Mitjana	6,2	6,1	6,2	6,3	6,0	6,3

GRU DE CONFIANÇA EN EL CONSUM D'ALIMENTS

MITJANES		TOTAL	Area Metropolitana	Resta Província Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona
P.7	Carns	6,2	6,3	5,9	6,2	6,3	6,4
	Peixos	6,5	6,5	6,3	6,5	6,1	6,7
	Embotits	5,9	5,8	5,8	6,1	5,7	6,1
	Olis	7,5	7,5	7,2	7,5	7,6	8,0
	Llet i derivats	6,9	7,0	6,5	6,9	6,7	7,2
	Ous	6,4	6,7	6,0	6,5	6,6	6,5
	Aliments congelats	5,5	5,4	5,7	5,3	5,9	5,1
	Fruites	6,8	6,8	6,7	6,6	6,9	7,1
	Hortalitzes	6,8	6,8	6,7	6,8	7,0	7,1
	Vi	6,0	6,1	5,7	6,4	5,9	6,1
	Altres begudes alcohòliques	5,0	5,1	4,6	5,2	4,9	5,5
	Begudes no alcohòliques	6,1	6,0	6,1	6,0	5,7	6,5
	Ultramarins	6,6	6,6	6,4	6,7	6,5	6,9
	Forn de pa i pastisseria	5,9	5,8	5,7	5,9	6,0	6,5
	Menjar preparat industrial	3,3	3,0	3,9	3,1	2,8	3,4
	Menjar preparat en el pròpi establiment	4,6	4,3	4,7	4,9	4,5	5,1
	Productes amb denominació d'origen	6,8	6,7	6,6	6,8	7,2	7,1
CASOS		550	150	100	100	100	100

GRAU DE CONFIANÇA EN EL CONSUM D'ALIMENTS

MITJANES	TOTAL	Area Metropolitana	Resta Província Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona
P8.a. Grau de confiança amb les marques líders o més conegudes	6,5	6,5	6,4	6,5	6,6	6,9
P8.b. Grau de confiança amb les marques pròpies del establiment	6,2	6,1	6,1	6,3	6,4	6,4
P8.c. Les marques més barates	4,4	4,2	4,3	4,5	4,7	4,8
P8.d. Grau de confiança amb els productes en oferta	5,4	5,4	5,3	5,5	5,6	5,8
P8.e. Grau de confiança amb els productes amb distintius de qualitat (Denominació d'Origen o similar)	6,8	6,9	6,6	6,8	7,0	7,2
CASOS	550	150	100	100	100	100

GRAU DE CONEIXEMENT SOBRE LES DENOMINACIONS D'ORIGEN CATALANES

MITJANES	TOTAL	Area Metropolitana	Resta Província Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona
P8.a. Grau de coneixement sobre les Denominacions d'Origen catalanes	6,4	6,3	6,5	6,8	6,7	6,6
CASOS	550	150	100	100	100	100

GRAU DE CONFIANÇA EN EL CONSUM D'ALIMENTS

MITJANES		TOTAL	Area Metropolitana	Resta Província Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona
P.14	Hipermercats	1,6	0,7	2,0	5,0	2,0	1,0
	Supermercats	6,2	6,1	6,1	6,3	6,2	6,5
	Hard discount (Dia, Lidl, Plus, etc.)	5,4	5,3	5,2	5,6	5,7	6,0
	Botigues de Barri	6,2	6,2	6,3	6,3	6,1	6,4
	Mercats	6,7	6,9	6,5	6,5	6,4	7,0
	Mercadillos	4,3	3,9	4,6	3,9	4,3	5,1
CASOS		550	150	100	100	100	100

GRAU DE SATISFACCIÓ AMB EL CONTROL I INFORMACIÓ SOBRE TEMES ALIMENTARIS

MITJANES	TOTAL	Area Metropolitana	Resta Proíncia Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona
P.9. Informació dels aliments disponibles en envasos i etiquetes	6,0	6,1	5,8	6,3	6,0	6,0
P.10. Informació que els mitjans de comunicació li ofereixen sobre temes alimentaris	4,7	4,6	4,5	5,4	5,1	5,1
P.11. Gestió de l'administració pública en matèria de control alimentari	5,3	5,2	5,2	5,4	5,2	5,7
CASOS	550	150	100	100	100	100

Institut Cerdà

Numància 185

08034 Barcelona

Tel 932802323

Fax 932801166

Diego de León, 30

28006 Madrid

Tel 915 639 572

Institut.cerda@icerda.es www.icerda.es
