



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



Fundació  
Món Rural



Centre  
d'Estudis  
d'Opinió


REO núm. 441

Data 18 juliol 2008

# Baròmetre del Clima de Confiança del Sector Agroalimentari a Catalunya

1<sup>er</sup> 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 .....	90
2.- FITXA TÈCNICA .....	6	- Gap sector Agroalimentari – Productors.....	91
3.- SÍNTESE DE CONCLUSIONS .....	15	- Gap sector Agroalimentari – Indústria.....	92
4.- RESULTATS ÍNDEX DE CONFIANÇA .....	31	- Gap sector Agroalimentari – Majoristes.....	93
- Introducció .....	32	- Gap sector Agroalimentari – Distribuïdors.....	94
- Resultats Globals .....	33	- Gap Consum d'Aliments – Consumidors.....	95
- Índex Empresarial .....	34	5.4.- ÀMBIT COMERCIAL .....	99
- Productors .....	36	- Gap Àmbit Comercial - Productors .....	100
- Indústria.....	37	- Gap Àmbit Comercial - Indústria .....	101
- Majoristes .....	38	- Gap Àmbit Comercial - Majoristes .....	102
- Distribució.....	39	- Gap Àmbit Comercial - Distribuïdors .....	103
- Índex de Consumidors.....	40	6.- ANNEX – TAULES .....	104
5.- VALORACIÓ INDIVIDUAL DELS INDICADORS .....	42	6.1.- PRODUCTORS .....	105
5.0.- MONOGRÀFICS DEL TRIMESTRE.....	43	5.1.1.- Importància d'aspectes relacionats amb el sector.....	106
5.1.- CONJUNTURA ECONÒMICA .....	50	5.1.2.- Conjuntura Econòmica.....	109
- Productors .....	51	5.1.3.- Conjuntura Sectorial.....	114
- Indústria.....	53	5.1.4.- Confiança Alimentària .....	128
- Majoristes .....	55	5.1.5.- Àmbit Comercial.....	130
- Distribuïdors .....	57	6.2.- INDÚSTRIA .....	137
- Consumidors .....	59	5.2.1.- Importància d'aspectes relacionats amb el sector.....	138
5.2.- CONJUNTURA SECTORIAL .....	60	5.2.2.- Conjuntura Econòmica .....	141
- Situació del sector agroalimentari en relació a la resta dels sectors productius de l'economia espanyola .....	61	5.2.3.- Conjuntura Sectorial .....	146
- Situació del sector agroalimentari català en relació a la resta dels sectors productius de l'economia catalana .....	62	5.2.4.- Confiança Alimentària .....	169
- Grau de satisfacció amb l'evolució del sector agroalimentari a Espanya en l'últim any .....	63	5.2.5.- Àmbit Comercial .....	171
- Grau de satisfacció amb l'evolució del sector agroalimentari a Catalunya en l'últim any .....	64	6.3.- MAJORISTES .....	174
- Grau de satisfacció amb l'evolució de les vendes durant l'últim any .....	65	5.3.1.- Importància d'aspectes relacionats amb el sector .....	175
- Perspectives sobre l'evolució de les vendes per als pròxims mesos .....	66	5.3.2.- Conjuntura Econòmica .....	178
- Productors .....	67	5.3.3.- Conjuntura Sectorial .....	182
- Distribuïdors .....	68	6.4.- DISTRIBUÏDORS .....	194
- Productors .....	69	5.4.1.- Importància d'aspectes relacionats amb el sector .....	195
- Indústria.....	70	5.4.2.- Conjuntura Econòmica .....	198
- Consumidors .....	71	5.4.3.- Conjuntura Sectorial .....	202
- Grau de satisfacció amb la gestió de les administracions públiques en el seguiment de preus d'aliments .....	72	5.4.4.- Confiança Alimentària .....	212
- Grau de satisfacció amb la gestió de les administracions públiques en relació al recolzament que brinda a la indústria agroalimentària.....	73	5.4.5.- Àmbit comercial .....	214
- Productors .....	74	6.5.- CONSUMIDORS .....	216
- Indústria.....	82	5.5.1.- Importància d'aspectes relacionats amb el sector .....	217
5.3.- CONFIANÇA ALIMENTÀRIA .....	86	5.5.2.- Conjuntura Econòmica .....	221
- Grau de confiança en el consum d'aliments.....	87	5.5.3.- Conjuntura Sectorial .....	225
- Distintius de qualitat en els productes elaborats .....	88	5.5.4.- Confiança Alimentària .....	230
- Importància que el client atorga a que els productes elaborats tinguin distintius de qualitat .....	89		
- Gap sector Agroalimentari – Indústria.....	92		
- Gap sector Agroalimentari – Majoristes.....	93		



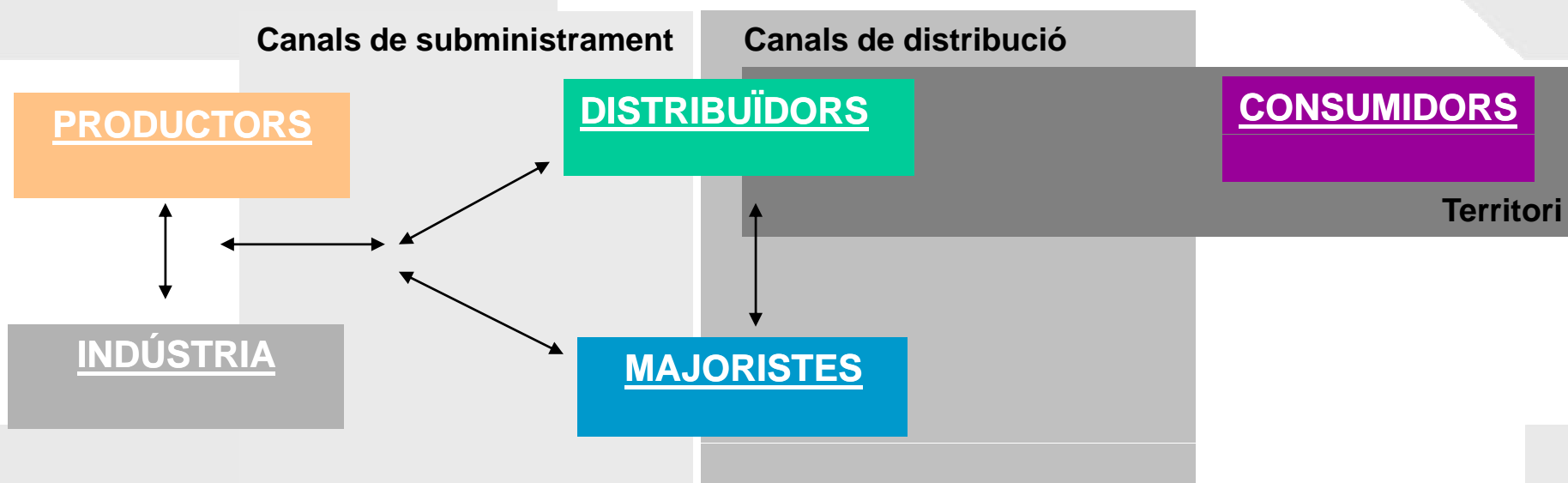
## **OBJECTIUS**

- **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**
  - **DISTRIBÜIDORS**
  - **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 espanyol



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

- Es realitzen 1.964 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

DISTRIBÜIDORS

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
<b>Univers</b>	6.704.146	2.969.157	2.083.509	654.149	377.639	619.692
<b>Mostra Trimestral - DARP</b>	<b>550</b>	<b>150</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Mostra Anual - DARP</b>	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>
<b>Productors</b>	1520	2,5	380	5,1
<b>Indústries</b>	768	3,6	192	7,2
<b>Majoristes</b>	124	9,0	31	18,0
<b>Distribuidors</b>	1420	2,6	355	5,3
<b>Consumidors</b>	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 Gener i Març del 2007.
- La revisió, depuració, supervisió i tabulació dels qüestionaris es va efectuar durant el mes d'abril de 2007.

### Índex de confiança

- La lectura de l'índex en aquest primer trimestre no permet aprofitar encara de tota la potència que genera, encara que ja mostra alguns resultats que permeten formular conclusions interessants.
- L'evolució de l'índex en els propers trimestres serà més completa adquirint cada cop més solidesa a mida que es disposi de dades històriques, essent especialment interessant a partir del moment en que es disposi de dades interanuals.
- Unes primeres conclusions que s'extrauen dels primers valors de l'índex són les següents:
  - La confiança calculada al primer trimestre del 2007 té un ordre de magnitud dintre dels paràmetres normals d'aquest tipus d'eines.
  - El valor dels subíndexs de confiança dels diferents agents empresarials posa de manifest que quan més al final de la cadena de valor està l'agent, més alt és el nivell de confiança assolit. D'aquesta manera, el valor més alt de confiança correspon als distribuïdors i el més baix correspon als productors.
  - El valor dels subíndexs sectorials dels productors són bastant homogenis variant entre un 48,8 pel cas del sector làctic i un 55,2 en el cas del sector del peix.
  - Aquesta homogeneïtat és fins i tot més palesa en el cas de la indústria en la que els valors assolits varien entre un 52,1 (indústria càrnia) i 55,6 (indústria vitivinícola).
  - En el cas de la distribució, cal destacar el baix valor de confiança mostrat pels mercats que es situa en un 49,5 en front del 57,8 de la venda organitzada.

### CONSUMIDORS

- La **confiança en els aliments** és el factor que major importància té 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 etiquetatges dels productes o bé a través dels mitjans de comunicació. Per últim, el consumidor va a tenir en compte les **marques o tipus d'establiments** que recolzen els 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 disminueix respecte al trimestre anterior passant de 6,9 en una escala de 0 a 10, a 6,4 tornant a nivells similars als registrats durant els tres primers trimestres de 2006**. No hi ha cap aliment a la zona de millora crítica – aliments de gran importància per als consumidors, amb un baix nivell de confiança – tal i com ha succeït des de que s'està fent aquest estudi.
- L'**oli torna a ser l'aliment que més confiança genera entre els consumidors per davant dels productes amb D.O.** A continuació, es situen les **fruites i hortalisses**.
- El **menjar preparat industrial i el menjar preparat en el propi establiment** són, de nou, els 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 (5,5 sobre 10 en una escala de 0, gens satisfet, a 10, molt satisfet) que la labor desenvolupada en la gestió respecte al seguiment de preus (3,7 sobre 10), encara que els resultats descendeixen respecte als obtinguts en el tercer trimestre de 2006.



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

- La informació que es troba en els **etiquetats i envasos dels productes és una font d'informació crucial** per el consumidor, no obstant això, el consumidor concedeix molta menys rellevància a la informació que els mitjans de comunicació ofereixen sobre temes alimentaris.
- El **nivell de satisfacció segueix sent positiu** en aquesta àrea en relació a la importància concedida a aquests aspectes.

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

- El **supermercat es converteix en el canal de venda més important** per al consumidor en les seves compres de productes d'alimentació. El mercat tradicional representa el canal de venda que més confiança genera entre els consumidors catalans juntament amb supermercats, botigues de barri e hipermercats.
- En importància li segueixen els **hipermercats**, els mercats, les botigues de barri, les botigues descompte i els mercats de carrer.
- **La importància de les botigues descompte** disminueix, situant-se com el 5º canal de venda més important. Aquest tipus d'establiment, juntament amb els mercats de carrer, són els que **menys seguretat alimentària ofereixen al consumidor**.
- En relació con les marques que recolzen els aliments, les **marques líders dels productes d'alimentació** són les que **generen una confiança major** entre els consumidors seguides per les marques pròpies de l'establiment. Aquestes últimes estan adquirint una importància cada vegada major entre els consumidor fins el punt de situar-se en primer lloc, per sobre de les marques líders més conegudes.
- Els **productes en oferta** són els que **menys confiança generen** seguits per les **marques més barates**.

- Els diferents tipus de marques continuen registrant **índex de confiança alts** en relació a la importància atorgada a cada un dels tipus de marca.

#### 4º 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 **eva evolució a curt termini** es manté o es va a mantenir estable en el temps. Si bé els resultats són similars als registrats durant el tercer trimestre de 2006, els obtinguts en aquest primer trimestre de 2007, són una mica més positius que en la mediació anterior. Succeeix la mateixa situació quan és parla de les **perspectives econòmiques del país per al pròxim any** on la visió és una mica menys optimista.

#### Preus

- El consumidor concedeix una elevada importància a **la qualitat i seguretat dels aliments, per sobre del preu**. S'observa de nou un important "gap" en relació a la importància atorgada a ambdós aspectes.
- El **preu és troba a 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 que juga l'Administració **Pública en el seguiment de preus millora** respecte a la mediació anterior, però segueix sent **poc satisfactori**. Els consumidors avaluen la gestió d'aquest organisme amb 4,4 punts sobre un màxim de 10 (4,1 en el tercer trimestre de 2006).

#### Adaptació dels productes

- El consumidor es torna a mostrar bastant **satisfet amb la oferta de productes que la indústria agroalimentària li ofereix**. Quasi 3 de cada 4 consumidors creuen que la oferta de productes s'adapta bastant o totalment a les seves necessitats, millorant els resultats obtinguts en l'última mediació (71,5% davant al 70,7%).

### 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 la 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 és 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 crucial poder **oferir productes de qualitat i que aquests ofereixen una elevada seguretat alimentària als consumidors**.
- En aquesta àrea **el sector alimentari ha de seguir fent els majors esforços treballant d'una manera constant**. Resulta necessari un equilibri entre l'acompliment i les expectatives dels consumidors, ja que existeixen bastants diferències respecte al nivell d'importància 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).

- Els **distribuïdors** es mostren **no molt satisfets en relació a la evolució dels preus**– 4,9 punts de mesura en una escala que va de 0, tens satisfet, a 10, molt satisfet.

### 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 és la qualitat del servei que els proveïdors li ofereixen**– compliment dels lliuraments, terminis, etc. La satisfacció dels distribuïdors millora en aquest aspecte respecte a la mediació anterior (6,8 front a 6,5 sobre 10).
- Els **preus que paguen als proveïdors és un altre element important** de les relacions comercials, Durant aquest trimestre els resultats milloren obtenint un nivell de satisfacció de 5,5 davant a 5,2.
- Durant aquest trimestre el major nivell de satisfacció amb els preus que paguen als proveïdors es major entre els establiments classificats dins de la categoria “venda organitzada”. No existeixen dades homogènies **entre els diferents canals de distribució**.
- Els mercats són els que es tornen a mostra més descontents tant en els preus que paguen als proveïdors com en els plaços de pagament que negocia amb ells.
- Els **costos logístics es una altra variable amb un pes important sobre el marge del seu negoci** atorgant-li major importància quant més gran és l'establiment del que és tracta. La satisfacció dels distribuïdors catalans en aquests aspecte es situa en un 5,8 sobre 10. Els establiments classificats dins de la venda organitzada són els que millor balanç fan del control que tenen sobre aquesta variable.

### 3º) Conjuntura sectorial (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** (5,3 sobre 10 davant a 5,6), no obstant, són els que **observen millor posicionant el sector agroalimentari en relació a altres sectors econòmics** (5,0 sobre 10 davant el 4,9 durant l'últim trimestre). Avaluen igualment el sector agroalimentari català amb un 5,0 sobre 10 respecte a la resta de sectors de la economia catalana.
- El distribuïdor també es el que **és mostra més satisfet amb l'evolució de les seves vendes i els beneficis obtinguts** (6,1 sobre 10) durant l'últim any, encara que disminueixen els resultats respecte a la mediació anterior (6,3). Disminueix el grau d'optimisme sobre les perspectives de venda per als pròxims mesos (6,1 davant al 6,9).
- Els **hipermercats, grans supermercats i botigues descompte, es a dir, establiments classificats com "venda organitzada" son els que es mostren més positius** respecte als resultats en les vendes i davant a les perspectives de vendes futures. El **menor índex de satisfacció** s'observa entre els mercats.
- Els distribuïdors demanden **una major proactivitat per part de l'Administració Pública**, al igual que la resta dels agents, ja que es segueixen trobant poc satisfets amb el recolzament e incentius que ofereix aquest organisme a la indústria agroalimentària (4,1), registrant els mateixos resultats que en el l'últim trimestre.
- Les demandes són majors entre els responsables de **mercats i botigues tradicionals**. Els **supermercats, hipermercat i botigues descompte** son les que més satisfetes es senten 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 és manté estable**. La visió que és té sobre la panoràmica del país millora respecte a la mediació anterior (5,0 davant al 4,6) encara que es menys optimista que la que es té sobre les perspectives per Catalunya (5,1).

### MAJORISTES

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

- Els majoristes creuen, al igual que la resta dels agents agroalimentaris, que la qualitat i la seguretat en el consum són aspectes claus quant es tracta de productes d'alimentació.
- La qualitat i la seguretat en els productes d'alimentació que ofereixen la indústria al consumidor són **elements que requereixen una atenció constant** per l'alta importància que se'ls concedeix a aquests aspectes. La seguretat és l'aspecte que més confiança i satisfacció genera entre els majoristes catalans per sobre 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 als clients i la qualitat del 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.
- Respecte a les **relacions que posseeixen amb proveïdors clients**, en general, s'experimenta una satisfacció menor respecte als resultats de l'última mediació, especialment referent als terminis de pagament negociats amb els proveïdors i la qualitat de servei ofert per aquest.
- L'avaluació que els majoristes catalans fan de la qualitat de servei que li ofereixen els seus proveïdors **resulta bastant positiva (6,5)** sent el factor millor valorat dins l'àmbit comercial, però disminueix respecte a les dades registrades en el trimestre anterior (6,9).

- **L'associacionisme/cooperativisme** existent en el sector productor, que es una variable que te un **impacte notable en el negoci** dels majoristes, registra en aquesta mediació un nivell de satisfacció mitja (5,5 sobre 10).

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

- El 20,8% dels majoristes considera que la situació del sector agroalimentari és millor que la d'altres sectors econòmics davant al 32,2% en l'última mediació. A diferència del tercer trimestre de 2006, la visió dels majoristes es menys optimista que altres agents sent un dels agents que se mostren més crítics, junt amb els productors, **a l'hora d'avaluar la situació de la indústria agroalimentària respecte a altres sectors de l'economia.**
- No obstant, es mostren com els agent **més satisfets amb l'evolució del sector agroalimentari a Espanya durant l'últim any així com la evolució del sector agroalimentari a Catalunya.** Els **resultats de la satisfacció respecte a les vendes** en l'últim any i les perspectives per al pròxim, mostren també la visió optimista que justifica aquests resultats.
- No obstant això a pesar de millorar els resultats respecte a la mediació anterior, son, de nou, els agents que es mostren més crítics amb la labor de l'Administració Pública en el seguiment de preus (3,6 front al 3,4). La **demanda d'una major eficàcia en la gestió d'aquest organisme és molt elevada**, adonant del descontentament existent en el sector.

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

- Els majoristes es mostren, no obstant, menys optimistes respecte a la seva situació econòmica actual i per al pròxim any (5,3 sobre 10, respectivament, en ambdós casos front al 6,0 en el tercer trimestre de 2006).
- Respecto a les **perspectives econòmiques d'Espanya per al pròxim any son, igualment, més pessimistes**, registrant-se una mitjana de 4,7 punts front a 5,0 en l'última mediació. La situació econòmica de Catalunya es contemplada des d'una perspectiva una mica més optimista (5,0).

### INDÚSTRIA

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

- Al igual que succeeix amb la resta dels agents agroalimentaris, el sector de la indústria considera a 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 dos aspectes **per sobre del terme mitjà** – 6,6 i 5,7 punts respectivament per seguretat i qualitat dels aliments -. No obstant això, ambdós aspectes es troba dins de l'àrea crítica, a causa de la gran importància que se 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**.
- La indústria agroalimentària **ses troba més satisfeta amb el lligam comercial que posseeix amb els proveïdors, especialment en quant a la qualitat del producte que rep dels mateixos i a la qualitat de servei ofert i una mica menys satisfeta amb les relacions que manté amb els clients**.
- Les indústries catalanes es senten menys capacitades per a poder enfrontar-es als reptes comercials en l'àmbit comercial internacional i fer front als productes provinents d'altres països. En aquest sentit, **disminueix la confiança existent a l'hora de fer front a la competència de productes importats i a l'hora d'exportar els productes a la UE o països de fora de la UE** pel que fa als resultats de l'últim mesurament .



### 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 és situa en un punt mig entre la indústria agroalimentària catalana, encara que disminueix respecte a la mediació anterior (4,8 i 4,7 front al 5,2 i 5,1 sobre 10 respectivament durant el tercer trimestre de 2006).
- Els industrials es troben mitjanament **satisfet amb els resultats de la seva producció/ vendes**, encara que, **son més optimistes, junt amb majoristes i distribuïdors respecte a l'evolució de les vendes en els pròxims mesos**.
- El **39,0% de les indústries catalanes consideren adequat el grau d'associacionisme i cooperativisme existent en el sector** de la indústria davant el 43,6% del trimestre anterior. El 30,9% (24,1% en el tercer trimestre de 2006) ho considera poc adequat.
- El **nivell de satisfacció amb la gestió del DAR** en relació al **recolzament e incentius** que brinda al sector agroalimentari a Catalunya **és baix** (3,7 sobre 10). S'han de fer importants esforços per 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 enrera, la estabilitat es la nota predominant, no obstant, es projecta un escenari una mica més optimista respecte a les perspectives 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** es mostren **satisfetes** sobre la seva **capacitat per poder complir amb els requisits** que li exigeixen a l'hora d'aconseguir els **nivells de qualitat** que la societat demanda actualment. La capacitat de les indústries catalanes per adaptar-se al compliment dels **requisits mediambientals** segueix sent **elevat**, encara que disminueixen els resultats pel que fa a la mesura anterior (6,3 sobre 10 front al 6,6). Els resultats sobre la capacitat per aconseguir la traçabilitat dels productes alimentaris (6,8 front al 6,5) han millorat en el primer trimestre de 2007.

- Es fonamental que els productes elaborats per la indústria tinguin algun distintiu de qualitat que els permeti diferenciar-se. **8 de cada 10 indústries** agroalimentàries catalanes consideren que **resulta adequat que els productes elaborats comptin amb aquests distintius**. Així mateix, **el 70,5%** de les indústries consideren que el **client atorga bastant/molta importància a que els productes elaborats tinguin algun distintiu de qualitat**.
- El **nivell de satisfacció** de la indústria agroalimentària catalana en relació amb **el nivell d'implantació de les TIC en l'empresa és elevat**. Es mantenen els resultats (6,0 sobre 10) respecte a la mediació anterior, no obstant això, és mostren una mica menys optimistes respecte a la capacitat que tenen per aplicar i desenvolupar innovació tecnològica (5,4 front a 5,6).
- Malgrat que la satisfacció, en relació a la mesura en que resulta adequada la innovació tecnològica de processos o de productes en el sector, és elevada, els resultats descendeixen notablement respecte al tercer trimestre del 2006 (6,0 front al 6,5).

### PRODUCTORS

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

- Tal i com succeeix amb la resta dels agents que componen la indústria agroalimentària, els productors consideren la **seguretat dels aliments, juntament amb la qualitat, aspectes fonamentals** de la indústria agroalimentària i de gran influència per als seus negocis.
- L'avaluació que realitzen també és bastant similar a la resta de la indústria, obtenint-se **nivells de satisfacció per sobre del terme mitjà** – 6,6 y 6,0 punts respectivament per seguretat i qualitat dels aliments. Malgrat que aquests resultats són positius, encara **no arriben 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)**

- Segueix existint un descontent generalitzat entre els productors **amb el preu al que aconsegueixen vendre la seva producció**, sent un **aspecte altament crític en l'àmbit comercial del sector**. Existeix una caiguda important en el nivell de satisfacció (4,7) respecte a la importància que s'atorga a aquest aspecte, encara que es produeix una lleugera millora en els resultats respecte a la mediació anterior (4,6).
- El subsector dels cereals i de les grasses i olis, són els que concedeixen qualificacions més favorables respecte als preus acordats amb els clients. El subsector càrni/ous i el de les fruites i hortalisses són els menys satisfets amb aquest aspecte.
- El segon dels aspectes més importants de les relacions comercials dels productors amb els seus clients es refereixen **als terminis de pagament, sent un aspecte millor valorat que el preu de venda.**

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

- El 54,7% dels productors catalans és troba satisfet **amb les vendes/producció de l'últim any** i encara que els resultats obtinguts són més positius que en l'última mediació (51,2%), és, **no obstant això, l'agent de la cadena agroalimentària que menys satisfacció mostra.**
- Aquesta tendència es manté quant s'analitzen les **perspectives de vendes per als pròxims mesos.** El 51,5% dels productors catalans creu que les vendes per als pròxims mesos milloraran.
- Al parlar de **marges o beneficis de l'empresa**, es produeix un augment suau en relació amb el nivell de satisfacció (4,8 front al 4,6), encara que només el 32,9% es mostra satisfet. Es mostren també una mica més optimistes respecte a l'escenari per al pròxim any.
- El subsector de **grasses i olis és el més optimista tant amb el nivell de marges de l'empresa durant l'últim any com amb les perspectives per al pròxim any.**
- A l'igual que la resta dels agents consultats, qualifiquen la **gestió de l'Administració Pública per sota de la mitja**, reclamant millores polítiques d'incentiu i recolzament 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**, encara que **disminueixen els resultats obtinguts respecte a l'anterior mediació.**
- Les **perspectives** sobre l'economia del país per al pròxim any es **una mica més optimista**: un 28,2% projecta un **comportament de l'economia del país millor** a la actual i un 26,2% te la mateixa visió respecte a Catalunya.

### 5º) Conjuntura sectorial

- El **47,4%** dels productors catalans es senten **satisfets/molt satisfets amb l'associacionisme i cooperativisme** existent en el sector productor, augmentant notablement els resultats registrats en la mediació anterior.
- Poder **disposar de personal qualificat amb una preparació tècnica adequada** es considera **molt important** entre els productors agroalimentaris catalans. El **70,7%** pensa que és **bastant/molt important** front al 13,5% que el considera poc/gens important. La seva satisfacció amb la qualificació del personal disponible en l'actualitat arriba a nivells mitjans (5,6 sobre 10).
- El **compliment de les mesures mediambientals** que s'exigeixen en l'actualitat, cobren una especial rellevància entre els productors. El **72,3% ho considera un aspecte bastant/molt important**. L'elevada importància que s'aotorga a aquest aspecte, es reflexa en que el **56,4% dels productors creu que el compliment d'aquestes mesures afecta bastant/molt als costos de l'empesa**.
- Altres factors que afecten a l'evolució de l'empresa respecte als costos que això implica, es refereixen a l'**increment del cost de l'aigua que prevé la nova directiva marc de l'aigua**. Quasi 6 de cada 10 productors agroalimentaris catalans consideren que aquest aspecte és bastant/molt important i el 50,8% pensen que aquest increment pot afectar bastant/molt la seva capacitat productiva.
- La **percepció d'ajudes o subvencions per part de l'Administració** és un aspecte que també pot afectar a l'evolució de l'empresa. El **43,0%** dels productors considera que la percepció d'aquestes ajudes resulta **bastant/molt important**. Aquest aspecte condiciona les expectatives a 4 de cada 10 productors.
- Existeix una **satisfacció mitja respecte a la utilitat que per als productors té la implantació del contracte global d'explotació** (5,2 sobre 10 en la que 0 significa molt insatisfet i 10 molt satisfet).

# RESULTATS 1<sup>er</sup> TRIMESTRE '07

# ÍNDEX DE CONFIANÇA

## Introducció

Els índexs que es presenten com a resultat de la investigació portada a terme durant el primer 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 la 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 del 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.



T1 '07

**INDEX DE CONFIANÇA DEL SECTOR 55,3**

**INDEX EMPRESARIAL 54,4**

Índex Productors 51,4

Índex Indústria 53,2

Índex Distribuidor 56,8

Índex Majorista 56,1

**INDEX DEL CONSUMIDOR 56,2**

Trimestre 1  
GFM '07

**INDEX EMPRESARIAL 54,4**

PER AGENTS

**ÍNDEX PRODUCTORS 51,4**

**ÍNDEX INDÚSTRIA 53,2**

**ÍNDEX MAJORISTES 56,1**

**ÍNDEX DISTRIBUÏDORS 56,8**

Trimestre 1  
GFM '07

**ÍNDEX EMPRESARIAL 54,4**

**ÍNDEX CONJUNTURA ECONÒMICA 51,5**

PER ÀREES D'INTERÈS

**ÍNDEX CONJUNTURA SECTORIAL 52,1**

**ÍNDEX CONFIANÇA PRODUCTES 57,3**

**ÍNDEX ÀMBIT COMERCIAL 55,9**

Trimestre 1  
GFM '07

## ÍNDEX EMPRESARIAL 54,4

Conjuntura econòmica	51,5
Conjuntura sectorial	52,1
Confiança en productes	57,3
Àmbit comercial	55,9

Trimestre 1  
GFM '07

## ÍNDEX PRODUCTORS 51,4

Conjuntura econòmica	48,2
Conjuntura sectorial	48,2
Confiança en productes	57,3
Àmbit comercial	50,9

## ÍNDEX INDÚSTRIA 53,2

Conjuntura econòmica	52,3
Conjuntura sectorial	49,6
Confiança en productes	55,5
Àmbit comercial	54,7

## ÍNDEX MAJORISTES 56,1

Conjuntura econòmica	53,7
Conjuntura sectorial	55,1
Confiança en productes	57,6
Àmbit comercial	57,6

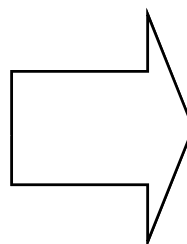
## ÍNDEX DISTRIBUÏDORS 56,8

Conjuntura econòmica	51,7
Conjuntura sectorial	55,5
Confiança en productes	58,5
Àmbit comercial	60,4

BASE: 380 entrevistes per trimestre

Trimestre 1  
GFM '07

<b>IC PROD</b>	<b>51,4</b>
<b>IC Prod Carn</b>	<b>50,9</b>
<b>IC Prod Pesca</b>	<b>55,2</b>
<b>IC Prod Oli i greixos</b>	<b>55,0</b>
<b>IC Prod Llet</b>	<b>48,8</b>
<b>IC Prod FrutHort</b>	<b>50,3</b>
<b>IC Prod Vitivin</b>	<b>54,0</b>
<b>IC Prod Cereals</b>	<b>50,3</b>



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

BASE: 192 entrevistes per trimestre

GFM '07

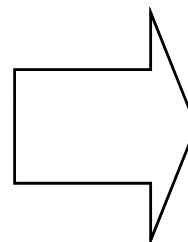
<b>IC IND</b>	<b>53,2</b>
---------------	-------------

<b>IC IND Carn</b>	<b>52,1</b>
--------------------	-------------

<b>IC IND FrutHort</b>	<b>54,6</b>
------------------------	-------------

<b>IC IND Vitivin</b>	<b>55,6</b>
-----------------------	-------------

<b>IC IND Altres</b>	<b>53,5</b>
----------------------	-------------



Subíndex	Trimestre 1 GFM '07
----------	------------------------

<b>IC IND Carn</b>	<b>52,1</b>
Ice IND Carn	52,1
Ics IND Carn	49,6
Iprod IND Carn	53,9
Icom IND Carn	52,5

<b>IC IND FrutHort</b>	<b>54,6</b>
Ice IND FrutHort	55,2
Ics IND FrutHort	50,9
Iprod IND FrutHort	56,8
Icom IND FrutHort	55,1

<b>IC IND Vitivin</b>	<b>55,6</b>
Ice IND Vitivin	54,7
Ics IND Vitivin	52,6
Iprod IND Vitivin	56,5
Icom IND Vitivin	58,3

<b>IC IND Altres</b>	<b>53,5</b>
Ice IND Altres	51,8
Ics IND Altres	49,0
Iprod IND Altres	56,6
Icom IND Altres	55,9

## Majoristes

BASE: 31 entrevistes per trimestre

Trimestre 1  
GFM '07

<b>IC MAJORISTES</b>	<b>56,1</b>
Ice - Conjuntura econòmica	53,7
Ics - Conjuntura sectorial	55,1
Iprod - Confiança en productes	57,6
Icom - Àmbit comercial	57,6

BASE: 355 entrevistes per trimestre

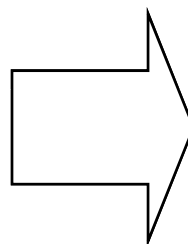
Trimestre 1  
GFM '07

<b>IC DIST</b>	<b>56,8</b>
----------------	-------------

<b>IC Botiga tradicional</b>	<b>53,8</b>
------------------------------	-------------

<b>IC Mercats</b>	<b>49,5</b>
-------------------	-------------

<b>IC V.organitzada</b>	<b>57,8</b>
-------------------------	-------------



**Subíndex** **Trimestre 1**  
**GFM '07**

<b>IC Botiga tradicional</b>	<b>53,8</b>
Ice Botiga tradicional	46,5
Ics Botiga tradicional	48,4
Iprod Botiga tradicional	58,2
Icom Botiga tradicional	60,0

<b>IC Mercats</b>	<b>49,5</b>
Ice Mercats	42,7
Ics Mercats	44,7
Iprod Mercats	54,4
Icom Mercats	54,2

<b>IC Venda organitzada</b>	<b>57,8</b>
Ice T.descuento	52,6
Ics T.descuento	57,3
Iprod T.descuento	59,0
Icom T.descuento	61,4

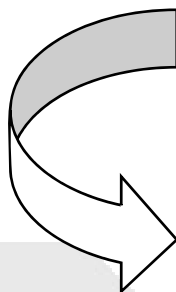
BASE: 550 entrevistes

Trimestre 1  
GFM '07

<b>ÍNDEX DE CONSUMIDORS</b>	<b>56,2</b>
<b>ÍNDEX CONJUNTURA ECONÒMICA</b>	<b>50,4</b>
<b>ÍNDEX CONFIANÇA EN PRODUCTES</b>	<b>52,8</b>
<b>ÍNDEX INFORMACIÓ DE PRODUCTES</b>	<b>56,8</b>
<b>ÍNDEX ÀMBIT COMERCIAL</b>	<b>64,7</b>

Trimestre 1  
GFM '07

<b>ÍNDEX DE CONSUMIDORS</b>	<b>56,2</b>
<b>IC CONS A.Metropolitana</b>	<b>55,1</b>
<b>IC CONS Resta Barcelona</b>	<b>57,0</b>
<b>IC CONS Tarragona</b>	<b>56,6</b>
<b>IC CONS Lleida</b>	<b>58,4</b>
<b>IC CONS Girona</b>	<b>56,3</b>





BASE: 550 entrevistes

Trimestre 1  
GFM '07

Trimestre 1  
GFM '07

<b>ÍNDEX DE CONSUMIDORS</b>	<b>56,2</b>
-----------------------------	-------------

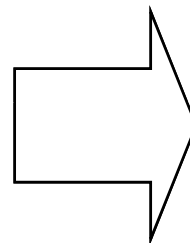
<b>IC CONS A.Metropolitana</b>	<b>55,1</b>
--------------------------------	-------------

<b>IC CONS Resta Barcelona</b>	<b>57,0</b>
--------------------------------	-------------

<b>IC CONS Tarragona</b>	<b>56,6</b>
--------------------------	-------------

<b>IC CONS Lleida</b>	<b>58,4</b>
-----------------------	-------------

<b>IC CONS Girona</b>	<b>56,3</b>
-----------------------	-------------



<b>IC CONS A.Metropolitana</b>	<b>55,1</b>
Ice Cons A.Metropolitana	50,3
Iprod Cons A.Metropolitana	51,6
linf Cons A.Metropolitana	54,7
Icom Cons A.Metropolitana	64,1

<b>IC CONS Resta Barcelona</b>	<b>57,0</b>
Ice Cons Resta Barcelona	50,9
Iprod Cons Resta Barcelona	53,0
linf Cons Resta Barcelona	58,9
Icom Cons Resta Barcelona	65,3

<b>IC CONS Tarragona</b>	<b>56,6</b>
Ice Cons Tarragona	49,8
Iprod Cons Tarragona	54,5
linf Cons Tarragona	57,0
Icom Cons Tarragona	65,0

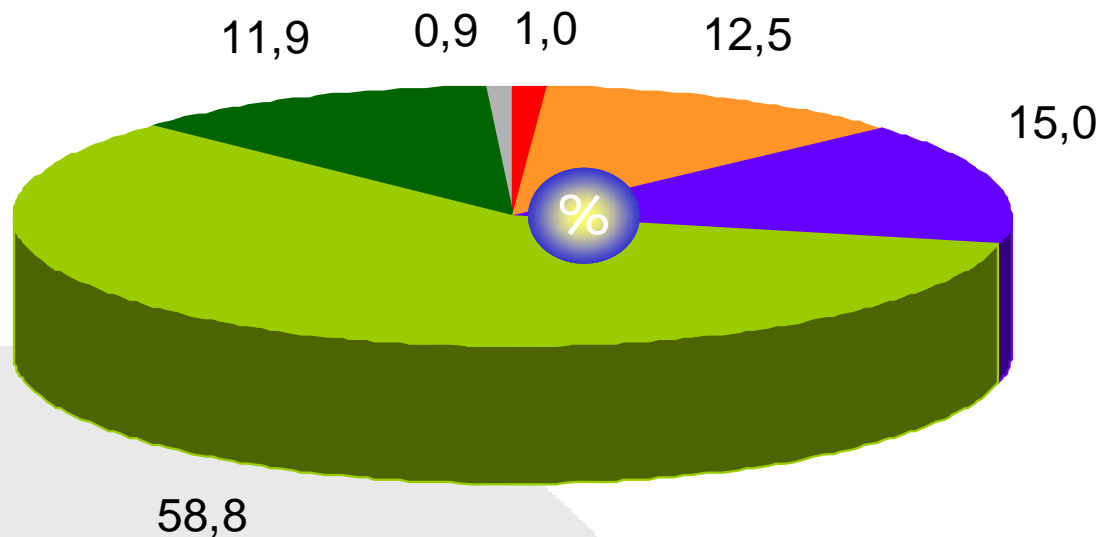
<b>IC CONS Lleida</b>	<b>58,4</b>
Ice Cons Lleida	51,1
Iprod Cons Lleida	56,5
linf Cons Lleida	59,8
Icom Cons Lleida	65,7

<b>IC CONS Girona</b>	<b>56,3</b>
Ice Cons Girona	49,0
Iprod Cons Girona	53,8
linf Cons Girona	57,5
Icom Cons Girona	64,5

# VALORACIONS INDIVIDUALS DELS INDICADORS

# MONOGRÀFICS DEL TRIMESTRE

## Importància de la qualificació i preparació tècnica del personal disponible

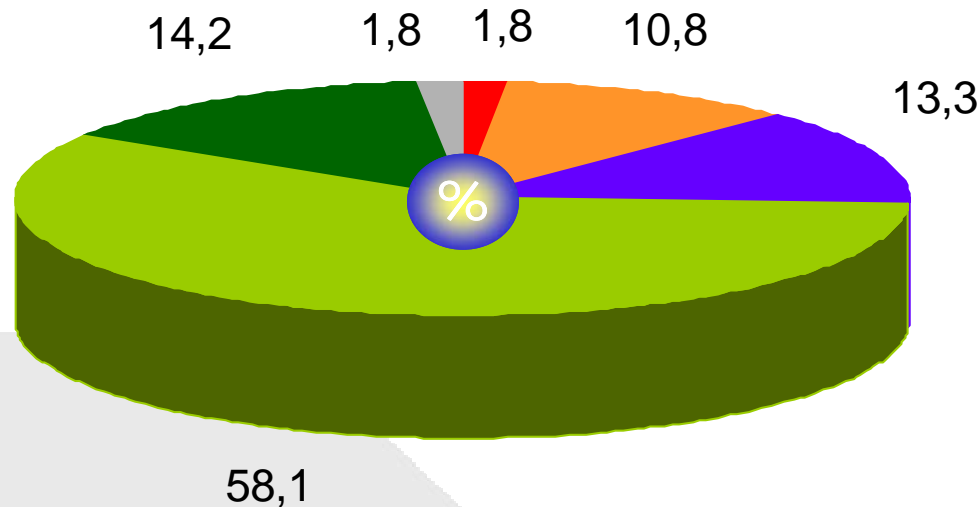


MITJANA: 6,6 punts

### Importància del compliment de les mesures mediambientals en l'evolució de l'empresa en quant a costos



MITJANA: 6,6 punts

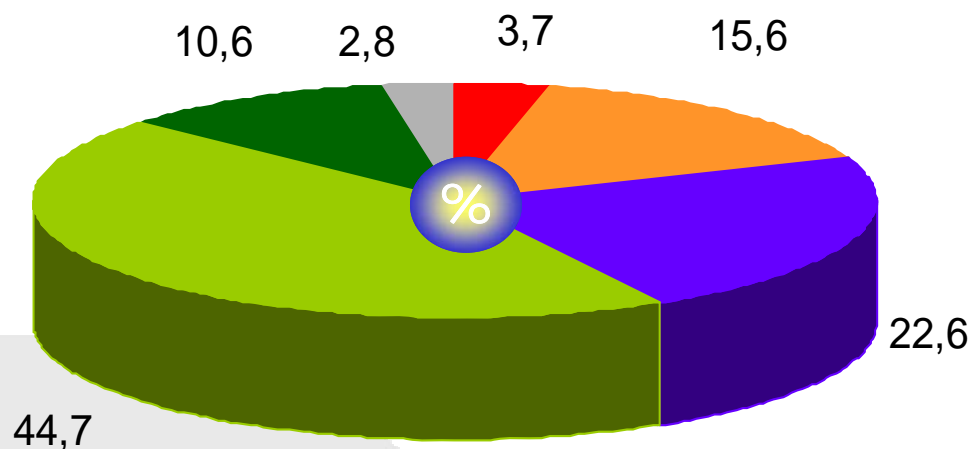


**PRODUCTORS**  
Base: 380

**Importància del possible increment del cost de l'aigua que preveu la nova directiva marc de l'aigua, en l'evolució de l'empresa**



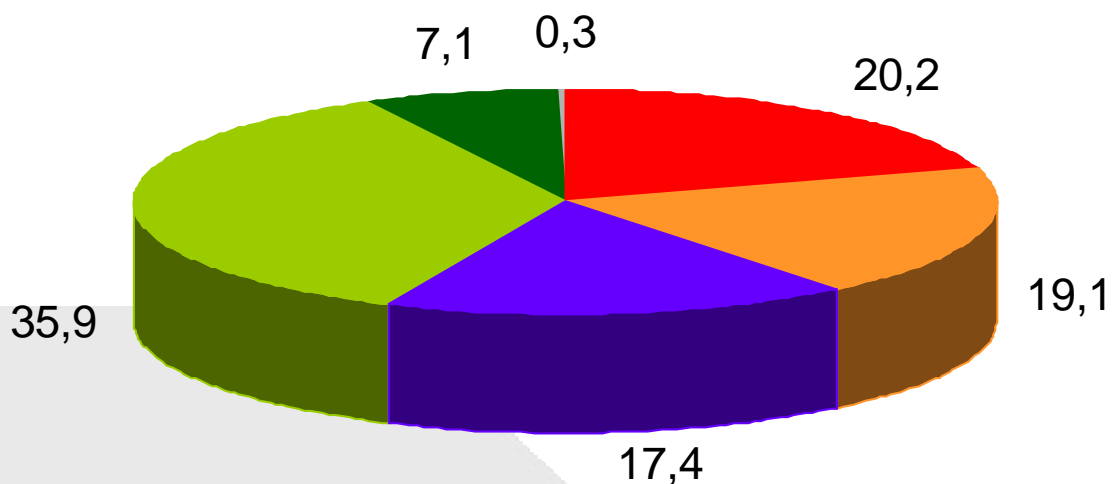
MITJANA: 5,9 punts



### Importància de la percepció d'ajudes o subvencions per part de l'Administració, en l'evolució de l'empresa



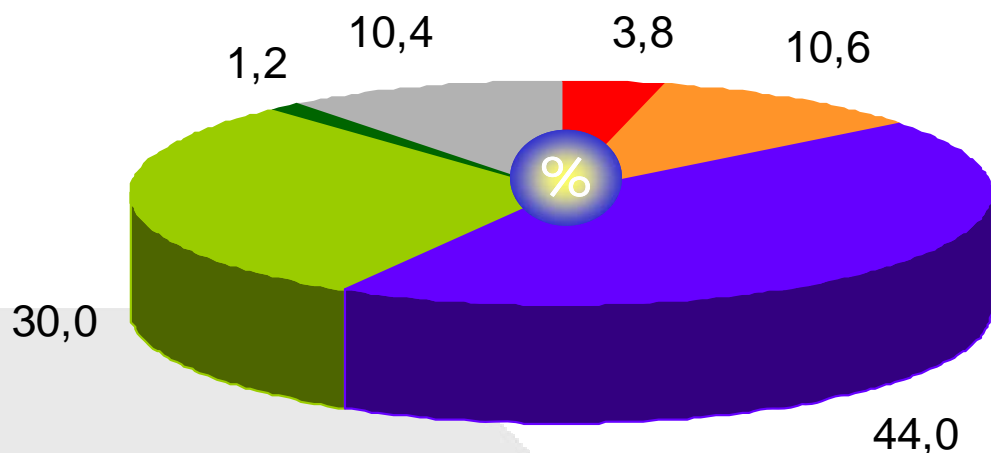
MITJANA: 4,8 punts



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



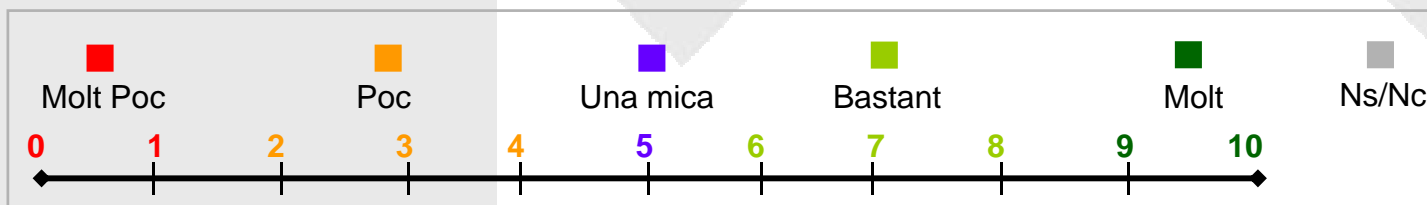
MITJANA: 5,2 punts



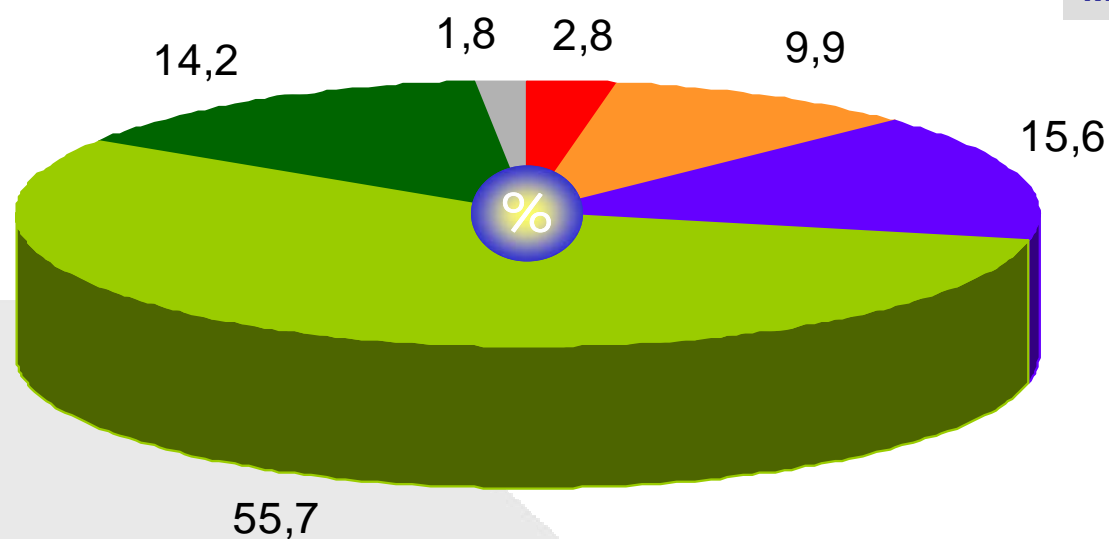


**CONSUMIDORS**  
Base: 550

## Grau de coneixement sobre les Denominacions d'Origen catalanes

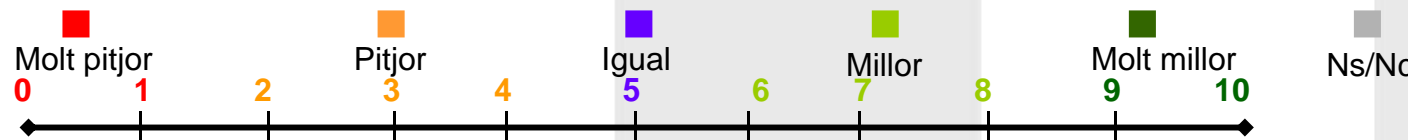


MITJANA: 6,6 punts

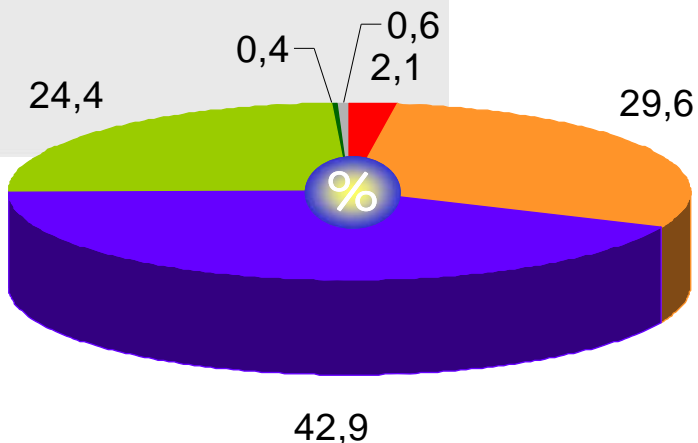


# CONJUNTURA ECONÒMICA

**PRODUCTORS**  
 Base: 380

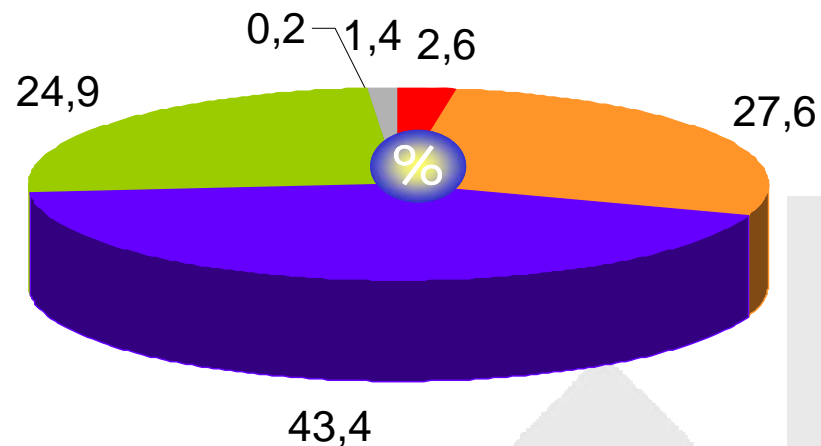


**Situació econòmica personal actual  
 (respecte a un any enrera)**



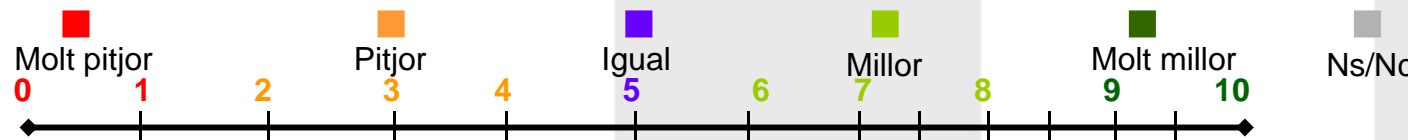
MITJANA (puntuació)	3T'06	MITJANA: 5,1 punts
	1T'07	MITJANA: 4,9 punts

**Situació econòmica personal  
 (perspectives per al pròxim any)**

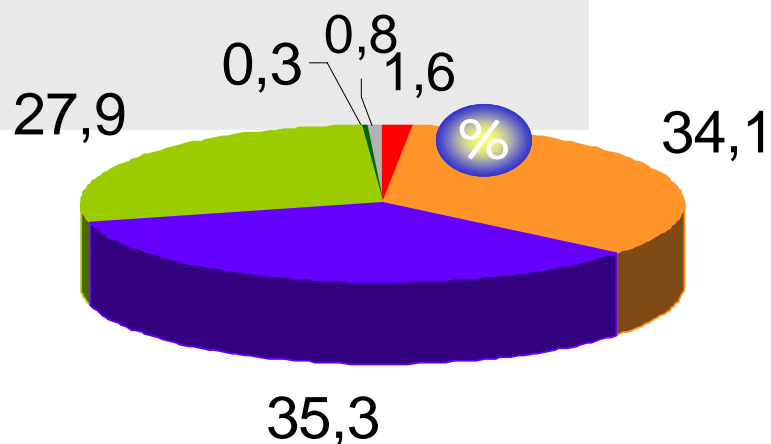


MITJANA (puntuació)	3T'06	MITJANA: 5,0 punts
	1T'07	MITJANA: 4,9 punts

**PRODUCTORS**  
 Base: 380

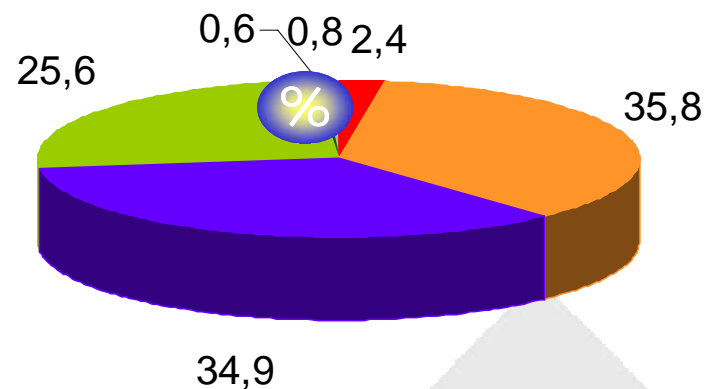


**Situació econòmica d'Espanya**  
 ( perspectives per al pròxim any)



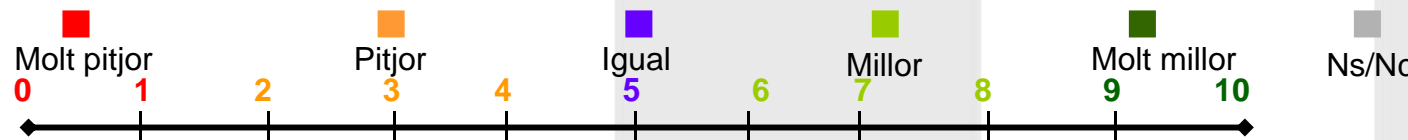
MITJANA (puntuació)	3T'06	MITJANA: 4,6 punts
	1T'07	MITJANA: 4,8 punts

**Situació econòmica de Catalunya**  
 ( perspectives per al pròxim any)

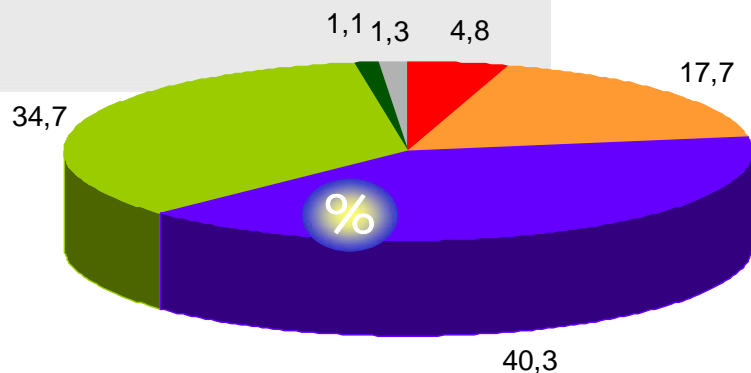


MITJANA: 4,7 punts

**INDÚSTRIA**  
Base: 192



Situació econòmica personal actual  
(respecte a un any enrera)

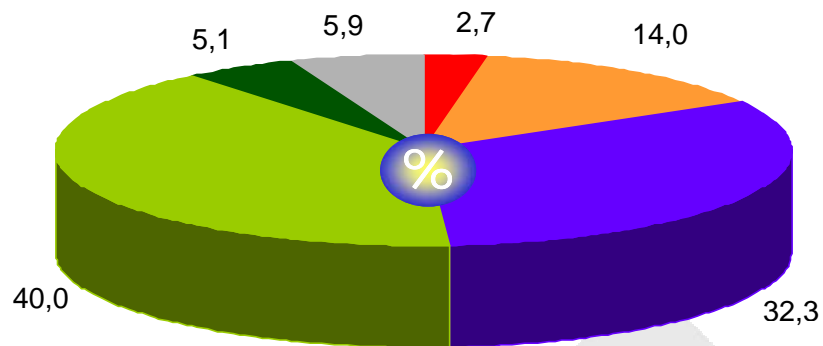


MITJANA  
(puntuació)

3T'06  
1T'07

MITJANA: 5,3 punts  
MITJANA: 5,1 punts

Situació econòmica personal  
(perspectives per al pròxim any)

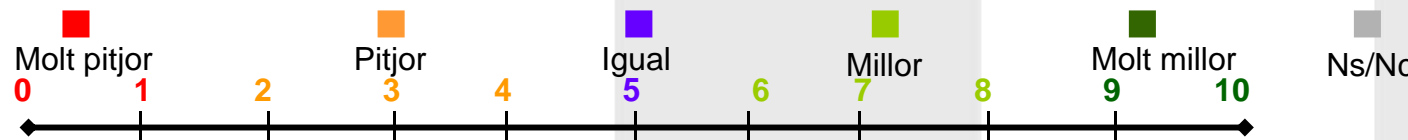


MITJANA  
(puntuació)

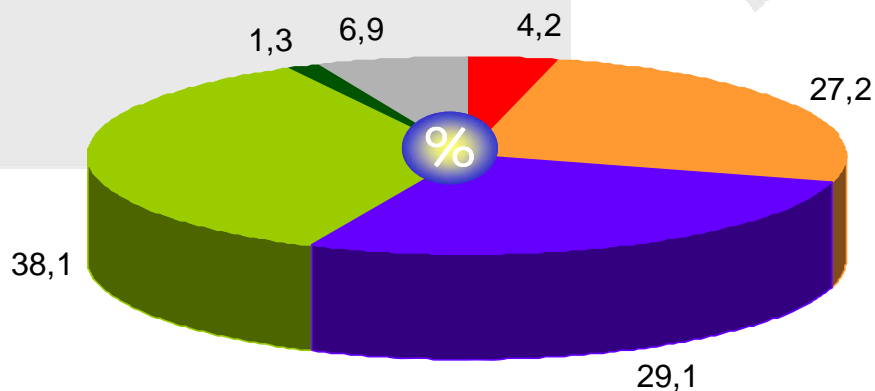
3T'06  
1T'07

MITJANA: 5,6 punts  
MITJANA: 5,5 punts

**INDÚSTRIA**  
 Base: 192

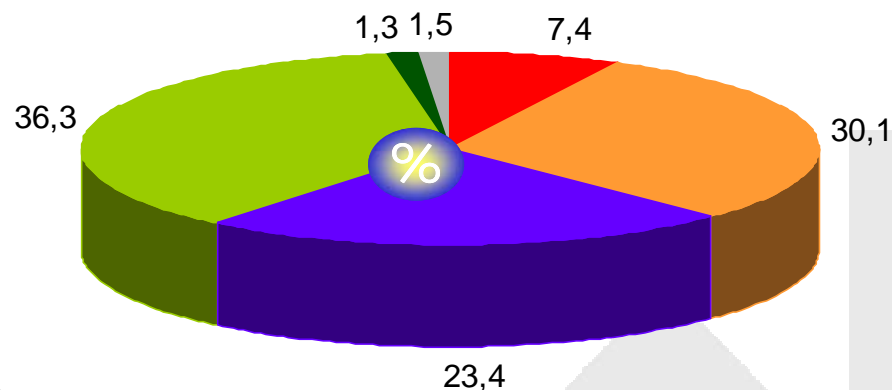


Situació econòmica d'Espanya perspectives: per al pròxim any)



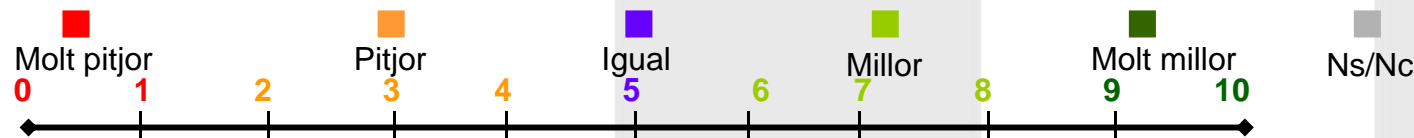
MITJANA (puntuació)	3T'06	1T'07
	MITJANA: 4,9 punts	MITJANA: 5,0 punts

Situació econòmica de Catalunya (perspectives per al pròxim any)

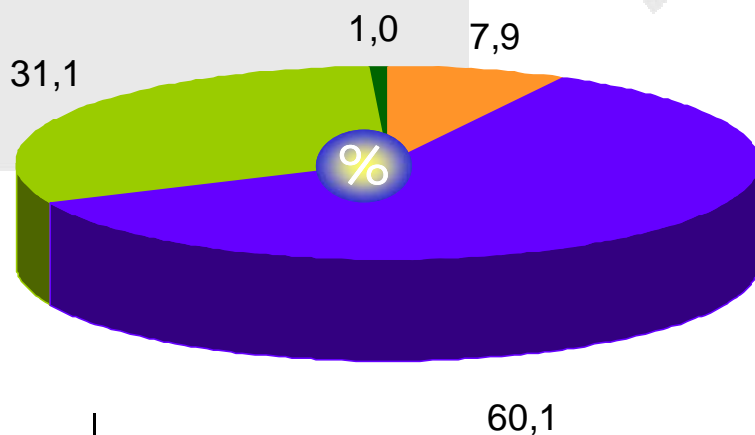


MITJANA: 4,9 punts

**MAJORISTES**  
Base: 31

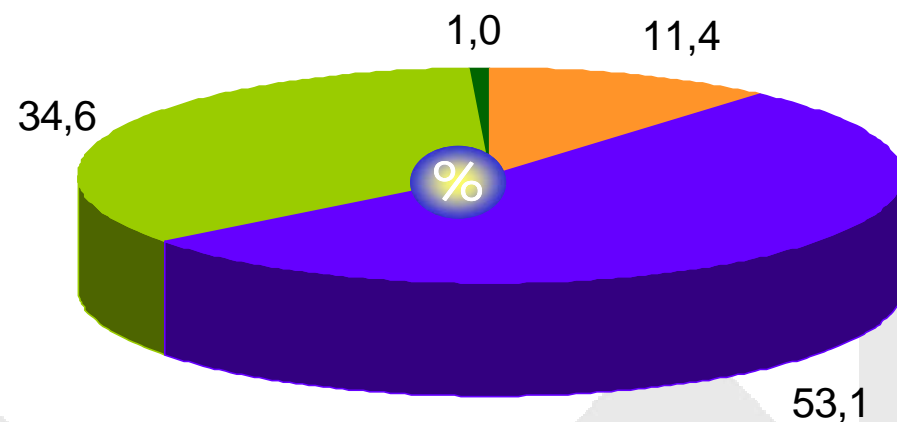


Situació econòmica personal actual  
(respecte a un any enrera)



MITJANA (puntuació)	3T'06	MITJANA: 6,0 punts
	1T'07	MITJANA: 5,3 punts

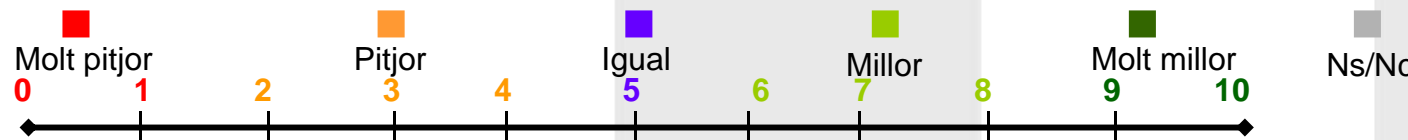
Situació econòmica personal  
(perspectives per el pròxim any)



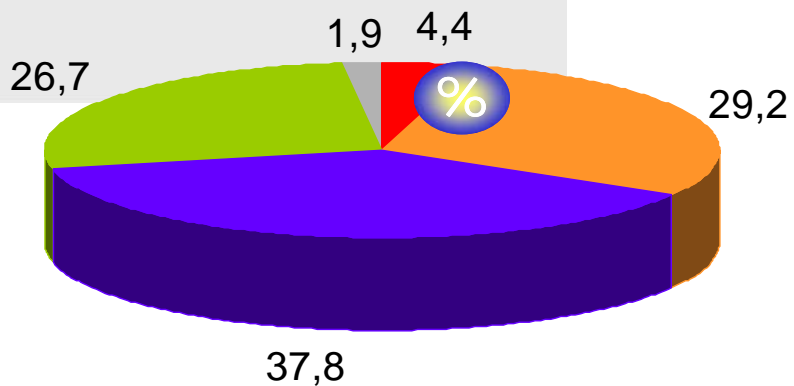
MITJANA (puntuació)	3T'06	MITJANA: 6,0 punts
	1T'07	MITJANA: 5,3 punts

# CONJUNTURA ECONÒMICA

**MAJORISTES**  
Base: 31



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



MITJANA  
(puntuació)

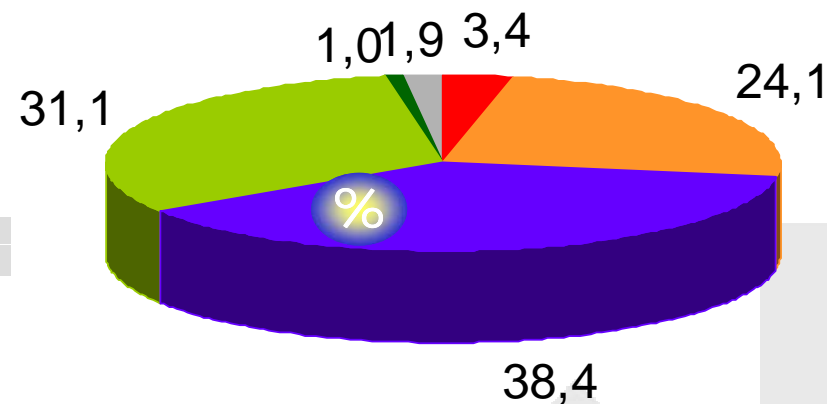
3T'06

1T'07

MITJANA: 5,0 punts

MITJANA: 4,7 punts

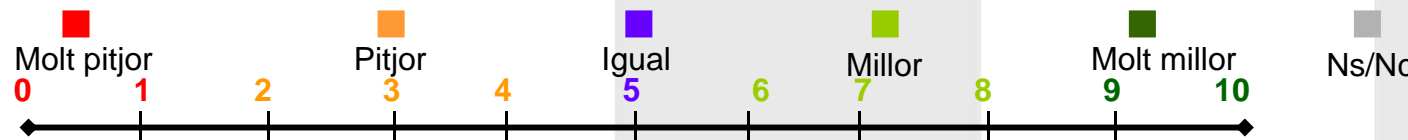
Situació econòmica de Catalunya  
( perspectives per al pròxim any)



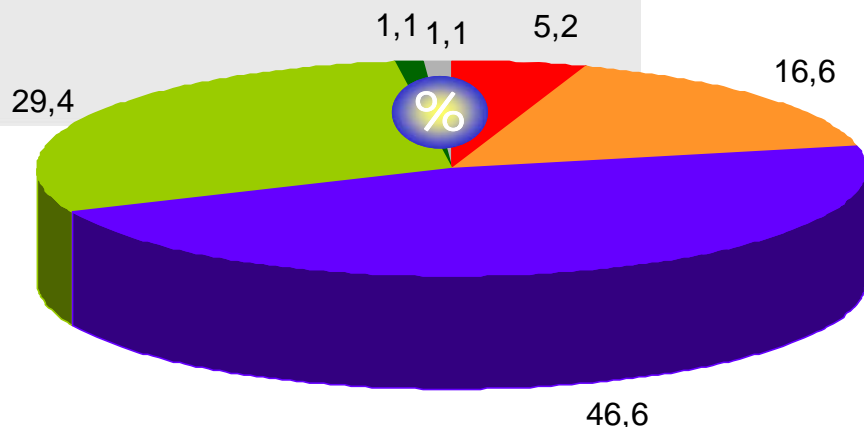
MITJANA: 5,0 punts



**DISTRIBUÏDORS**  
Base: 355



**Situació econòmica personal actual**  
(respecte a un any enrera)

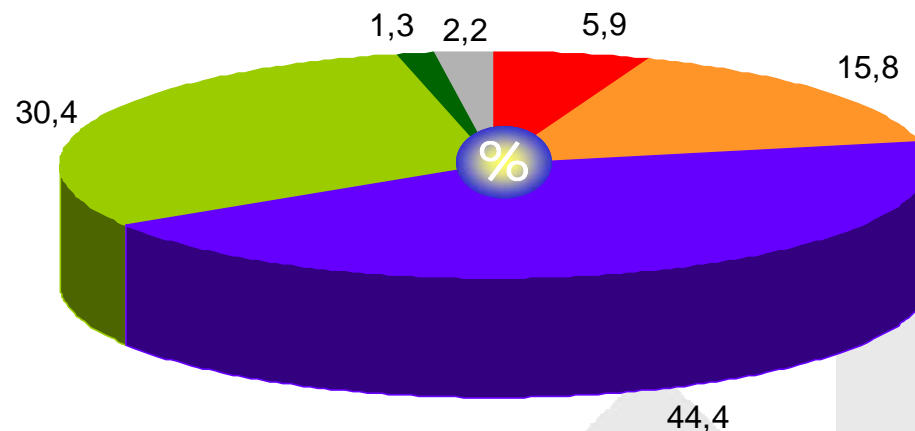


MITJANA (puntuació)

3T'06  
1T'07

MITJANA: 5,1 punts  
MITJANA: 5,1 punts

**Situació econòmica personal**  
(perspectives per al pòxim any)

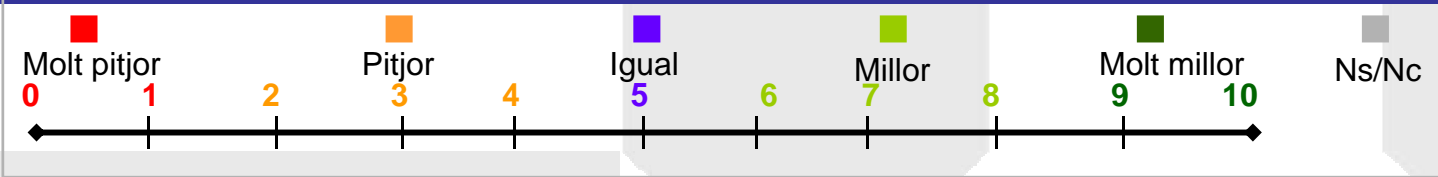


MITJANA (puntuació)

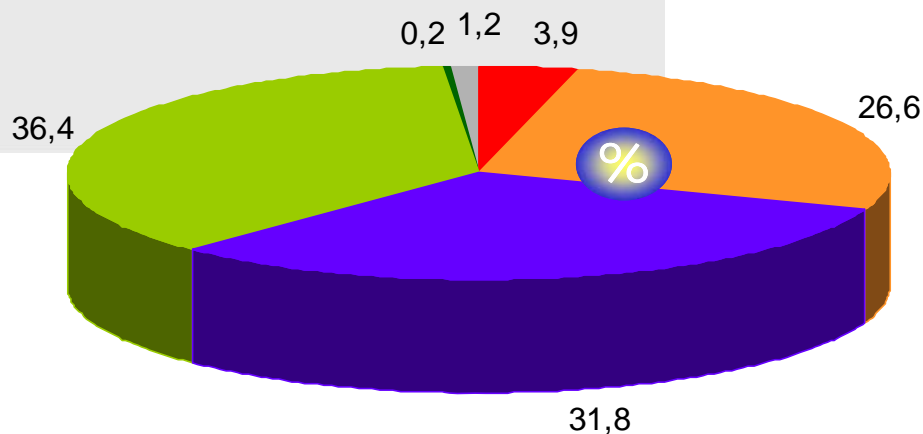
3T'06  
1T'07

MITJANA: 5,2 punts  
MITJANA: 5,1 punts

**DISTRIBUÏDORS**  
Base: 355

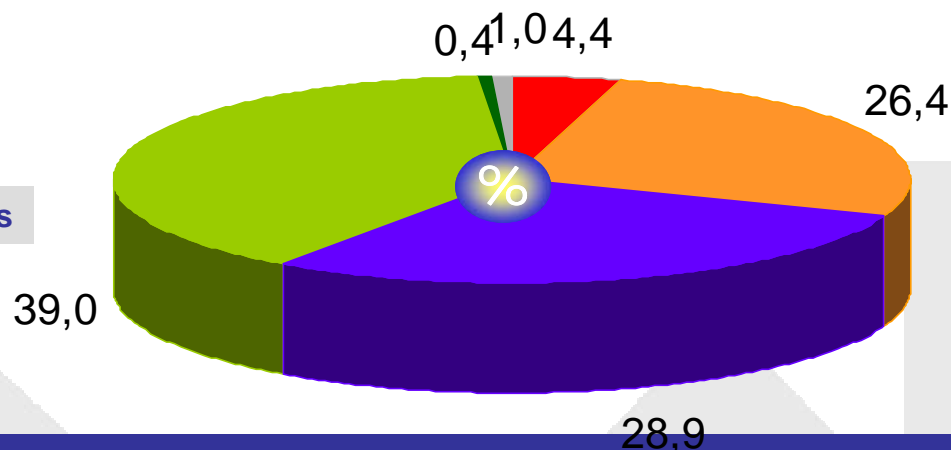


Situació econòmica d'Espanya perspectives per al pròxim any)



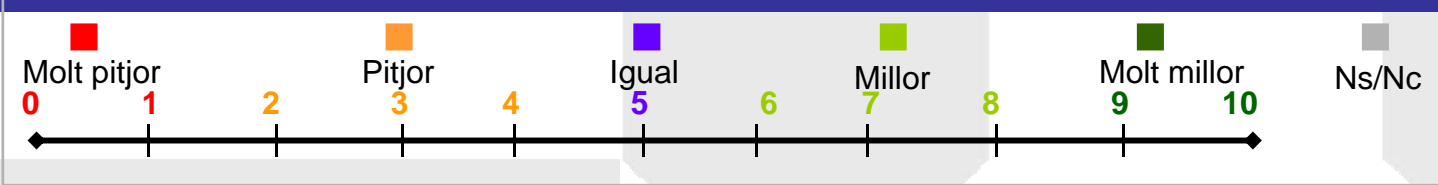
MITJANA (puntuació)	3T'06	MITJANA: 4,6 punts
	1T'07	MITJANA: 5,0 punts

Situació econòmica de Catalunya (perspectives per al pròxim any)

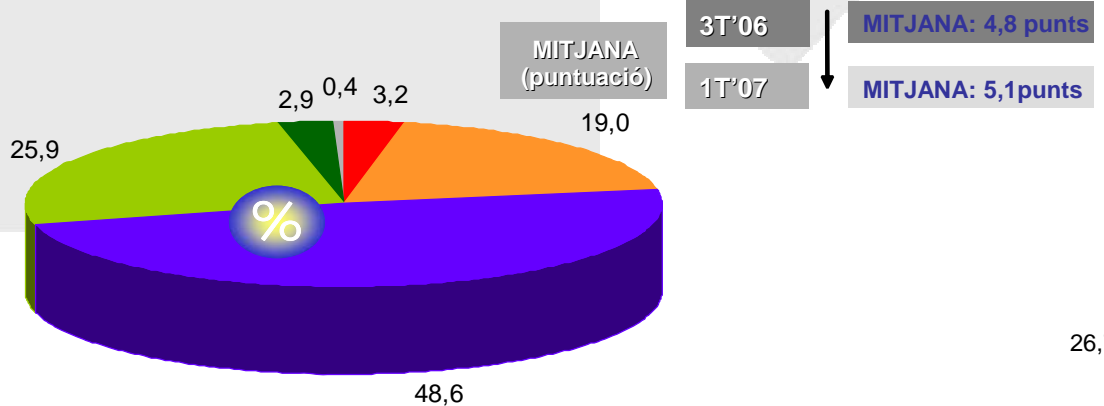


MITJANA: 5,1 punts

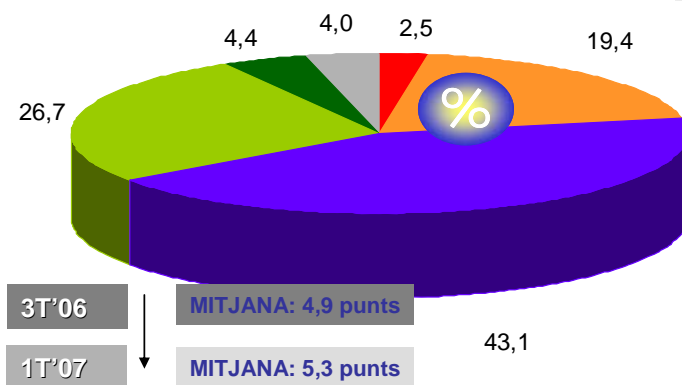
## CONSUMIDORS Base: 550



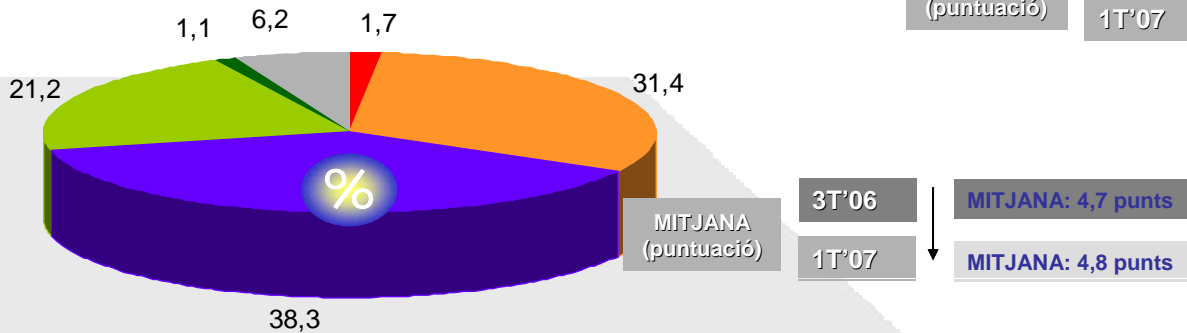
Situació econòmica personal actual (respecte a un any enrera)



Situació econòmica personal (perspectives per al pròxim any)

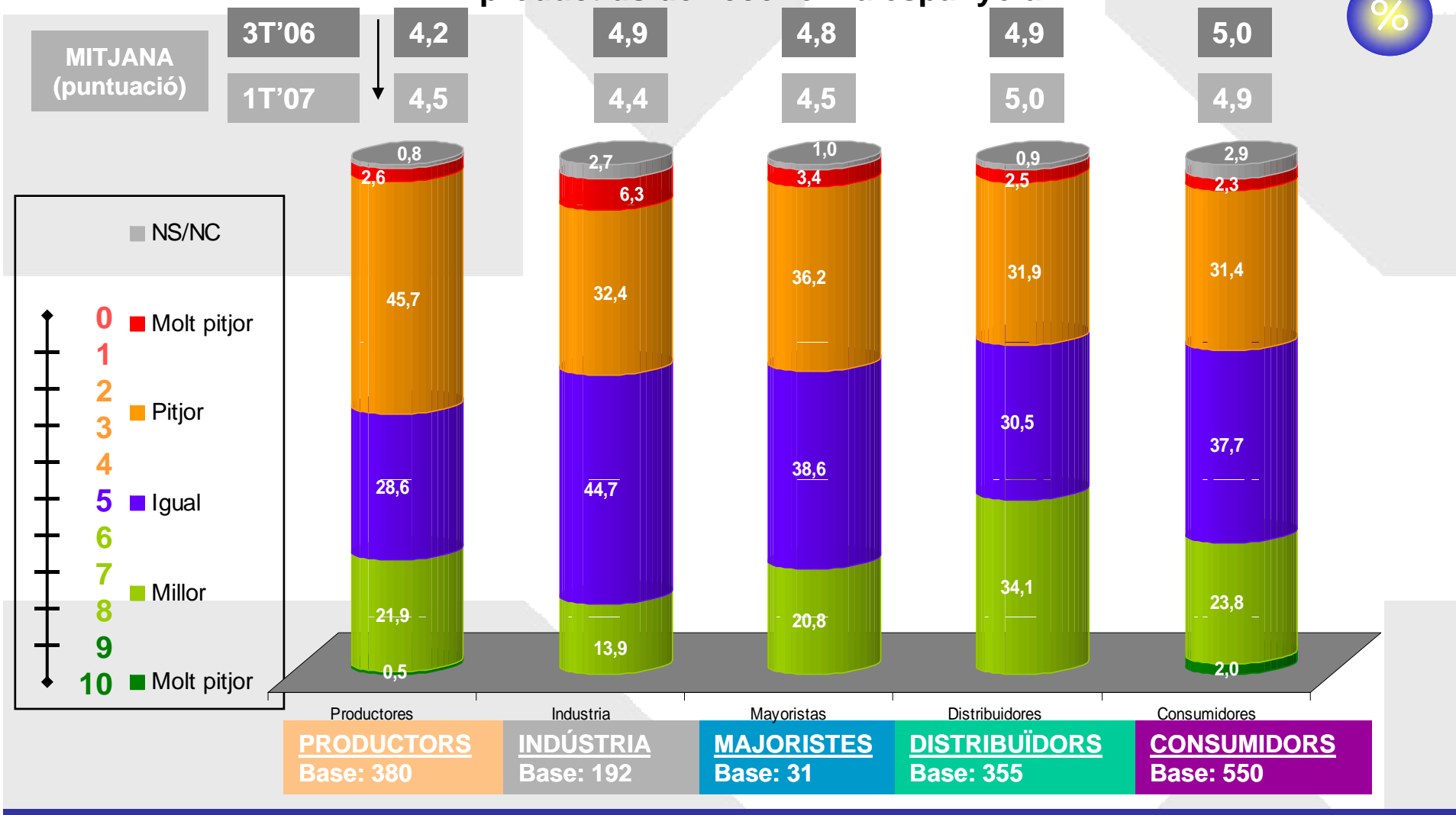


Situació econòmica d'Espanya (perspectives per al pròxim any)

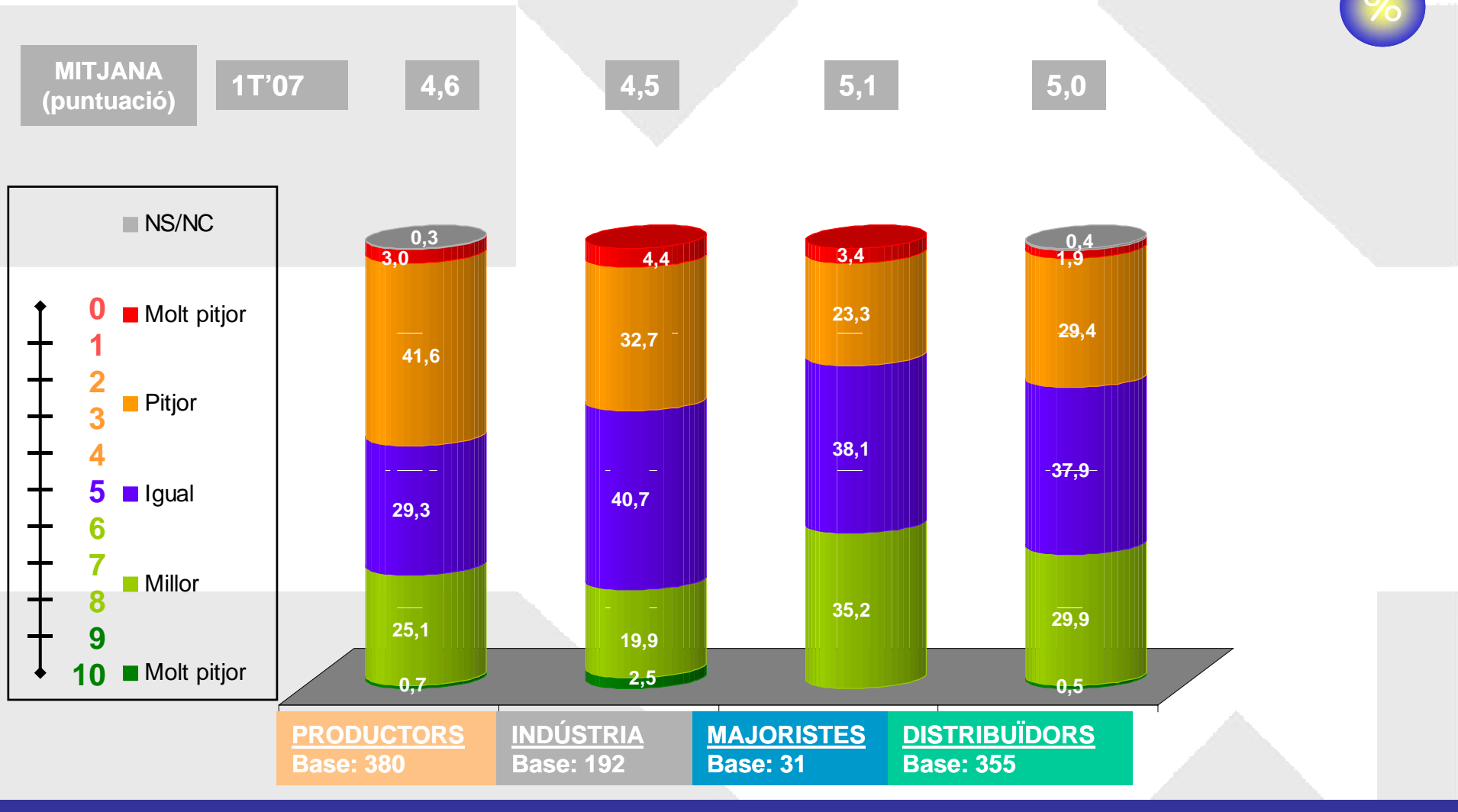
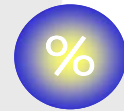


# CONJUNTURA SECTORIAL

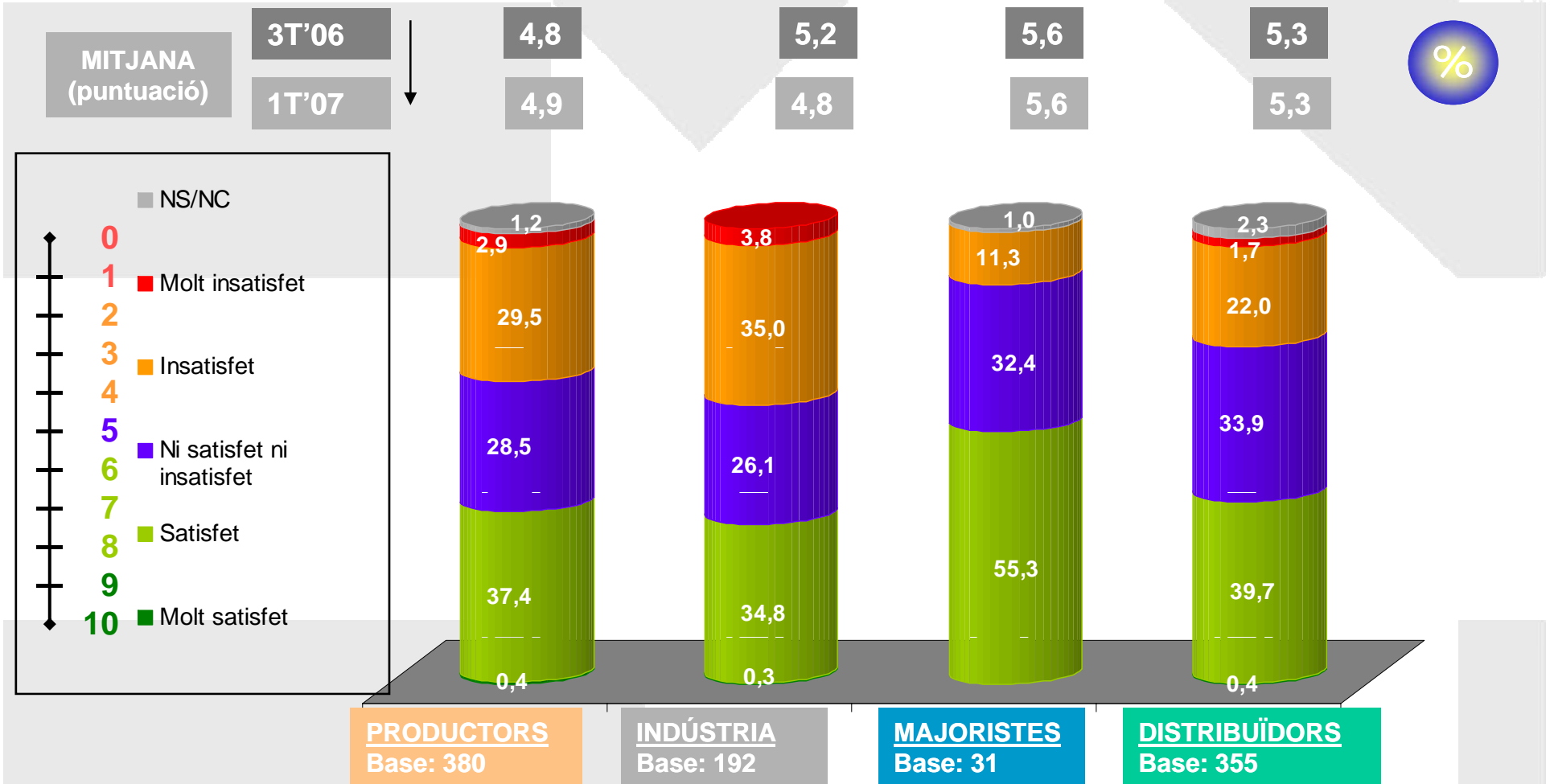
## Situació del sector agroalimentari en relació a la resta dels sectors productius de l'economia espanyola



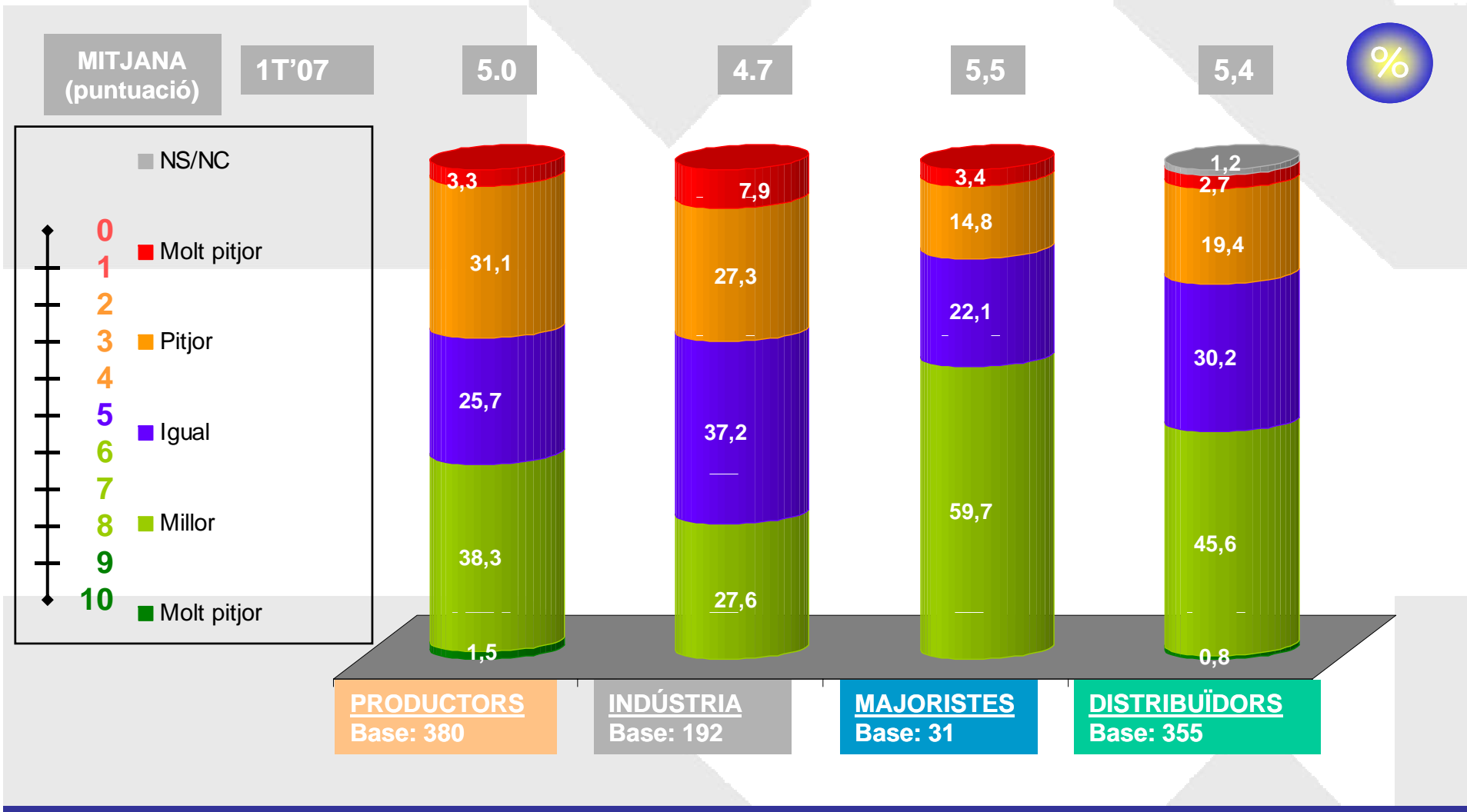
## Situació del sector agroalimentari català en relació a la resta dels sectors productius de l'economia catalana



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

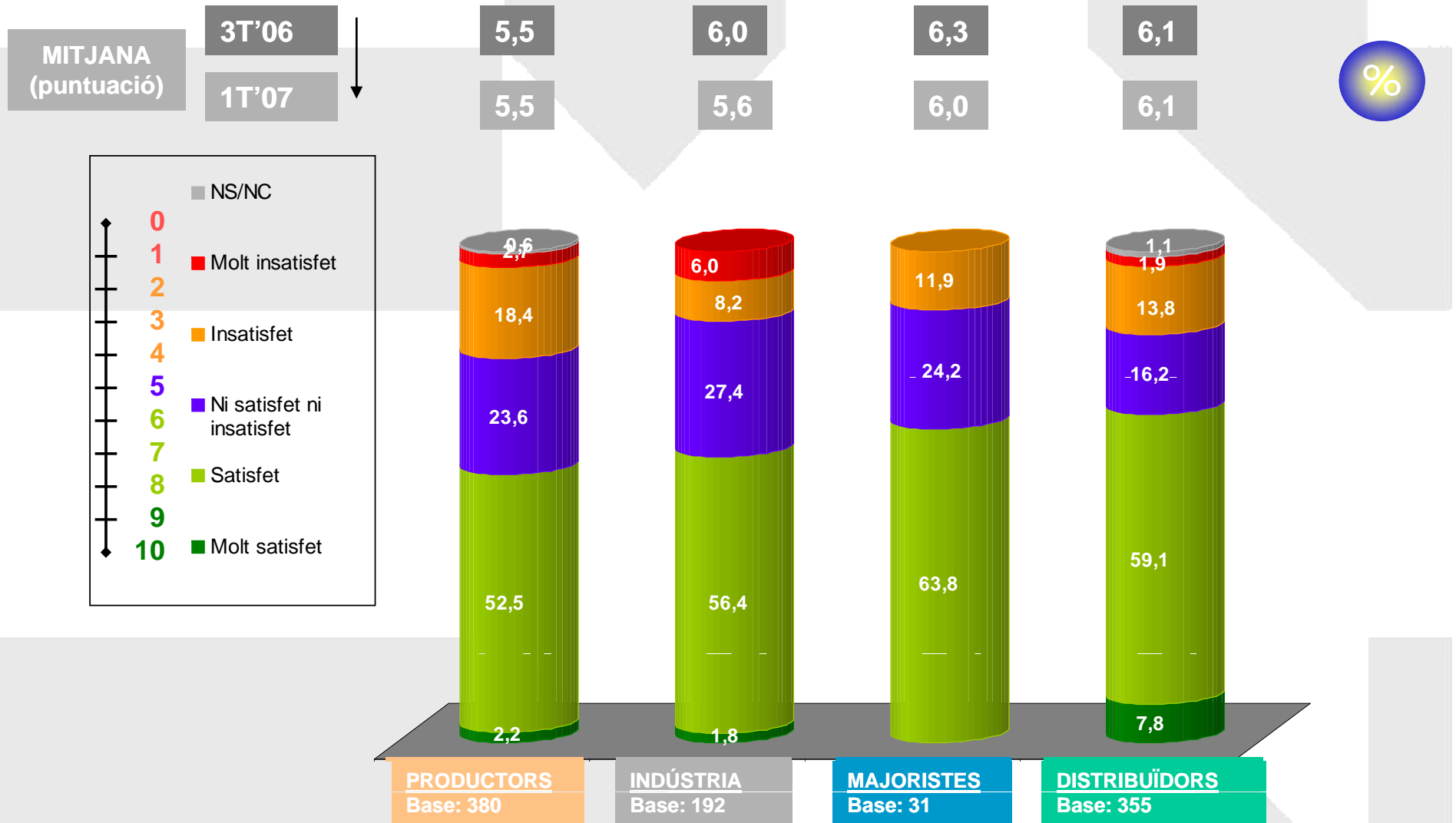


## Grau de satisfacció amb la evolució del sector agroalimentari a Catalunya en l'últim any

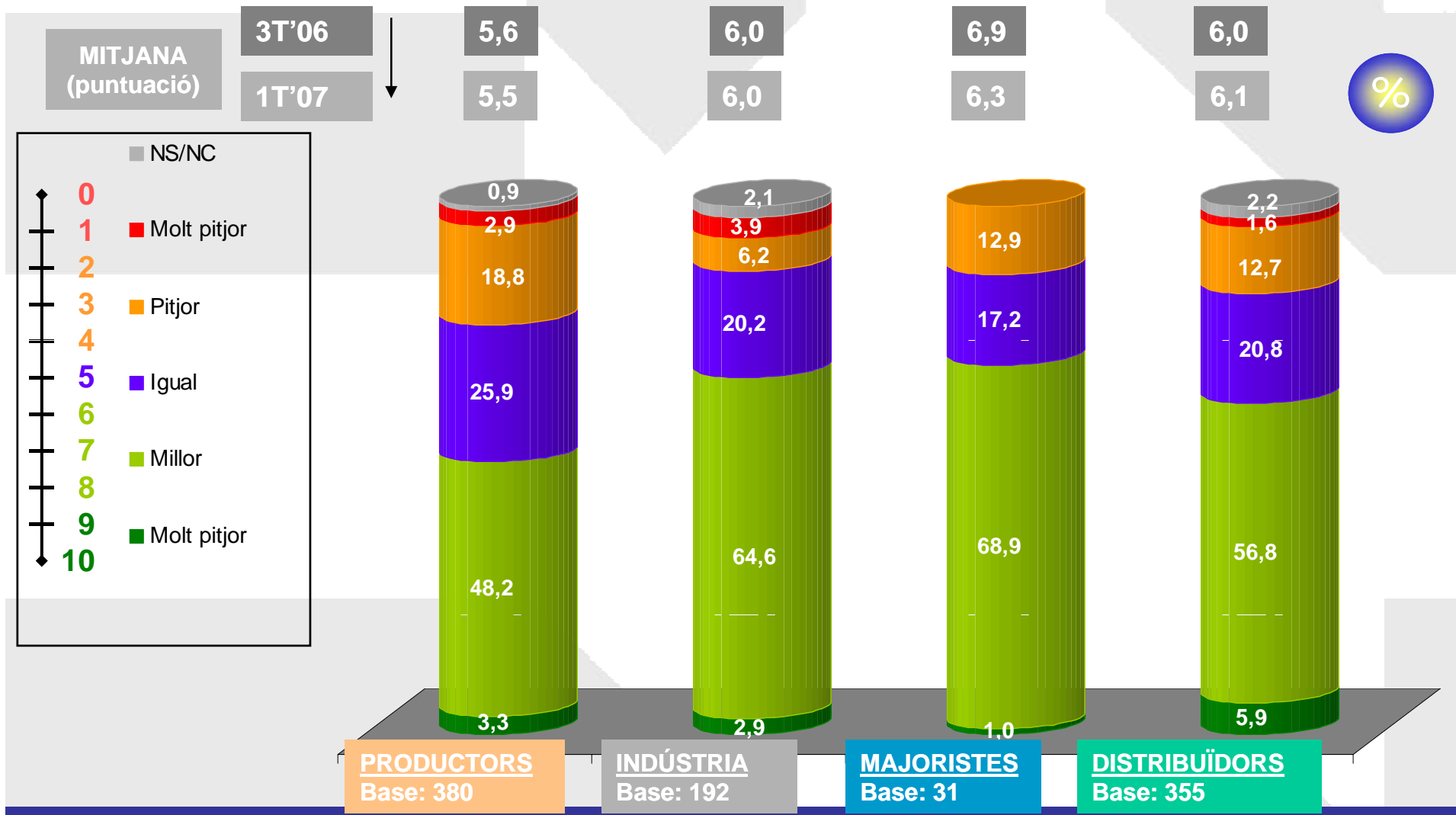




## Grau de satisfacció amb l'evolució de les vendes durant l'últim any



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

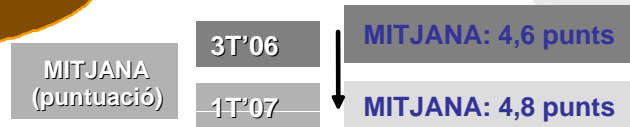
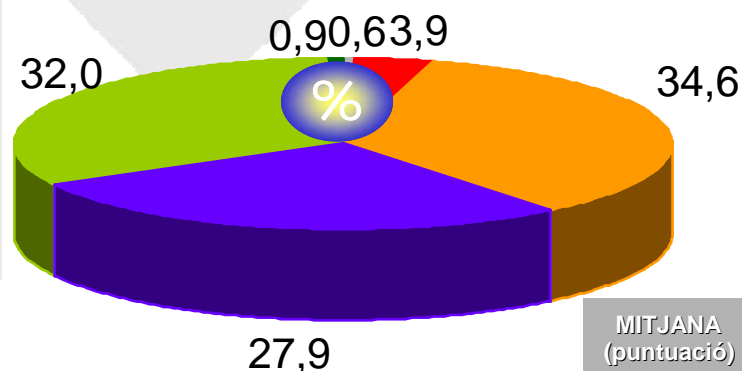


## PRODUCTORS

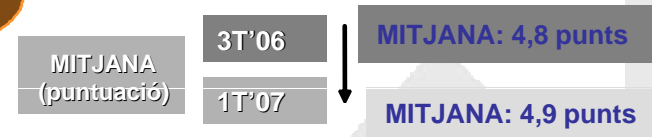
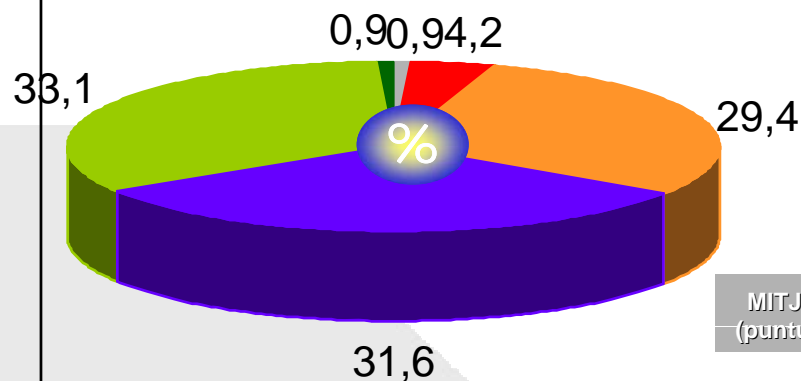
Base: 380



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



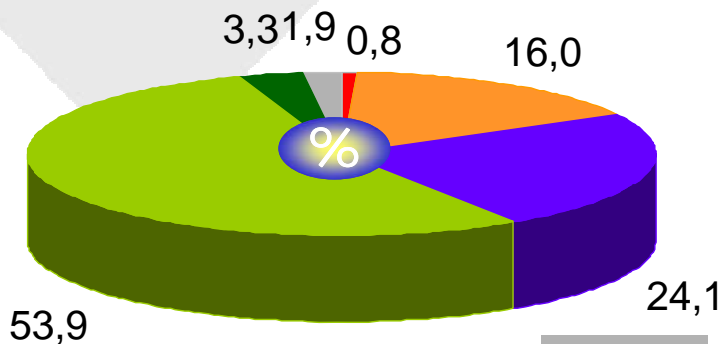
Perspectives sobre els marges de l'empresa  
(per als pròxims mesos)



## DISTRIBUÏDORS

Base: 355

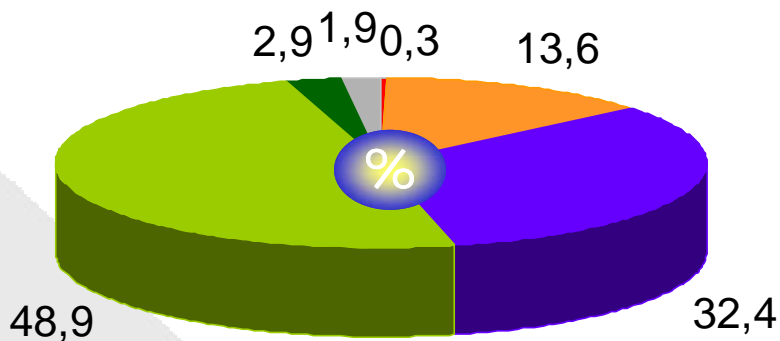
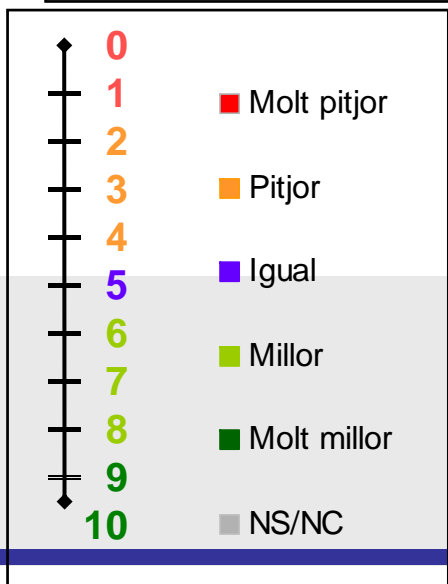
Satisfacció amb l'evolució dels marges de l'empresa  
(durant l'últim any)



MITJANA (puntuació)

3T'06	MITJANA: 5,4 punts
1T'07	MITJANA: 5,8 punts

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



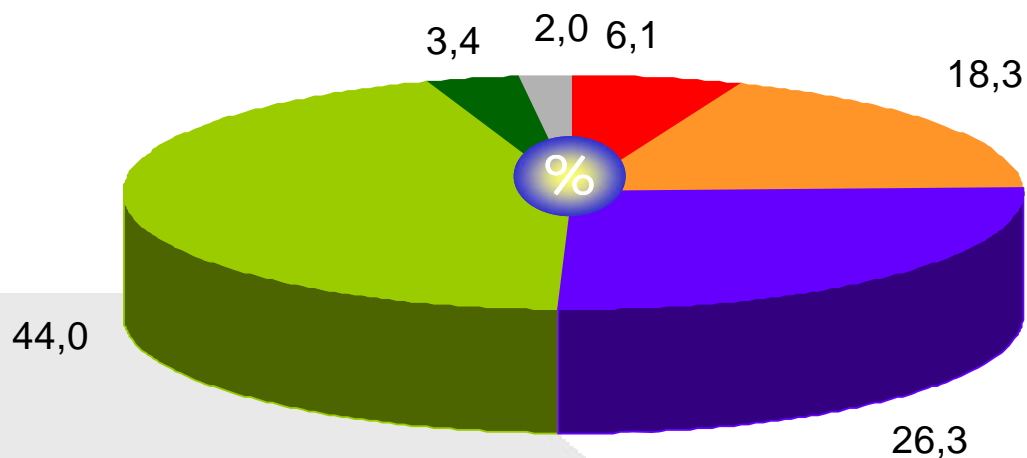
MITJANA: 5,7 punts

Satisfacció amb l'associacionisme i cooperativisme  
existent en el sector

**PRODUCTORS**  
Base: 380



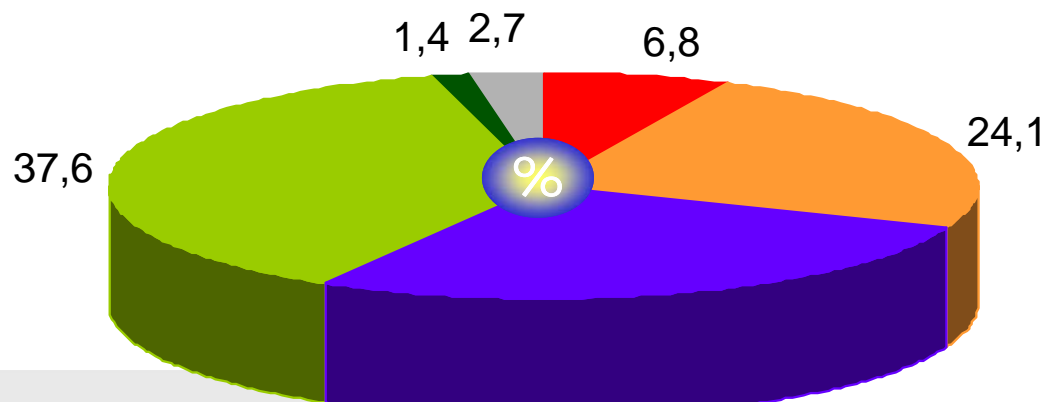
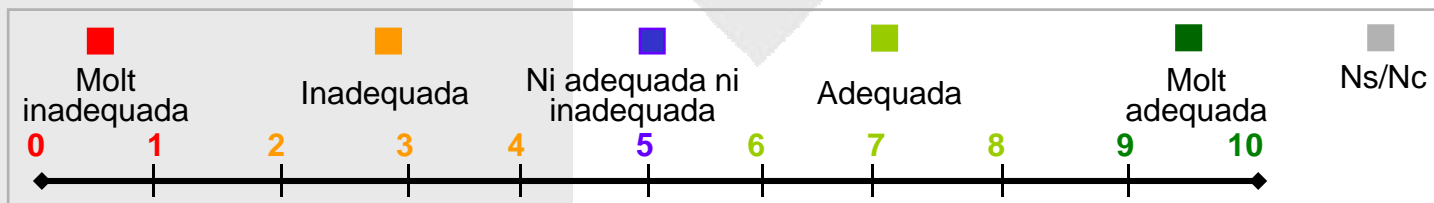
MITJANA (puntuació)	3T'06	MITJANA: 4,5 punts
	1T'07	MITJANA: 5,3 punts



INDÚSTRIA

Base: 192

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



27,3

MITJANA  
(puntuació)

3T'06

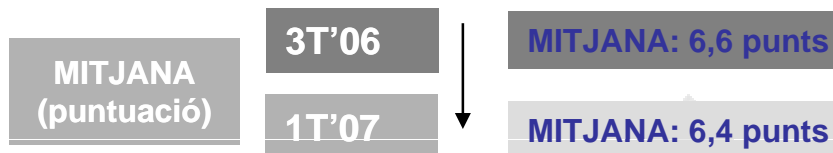
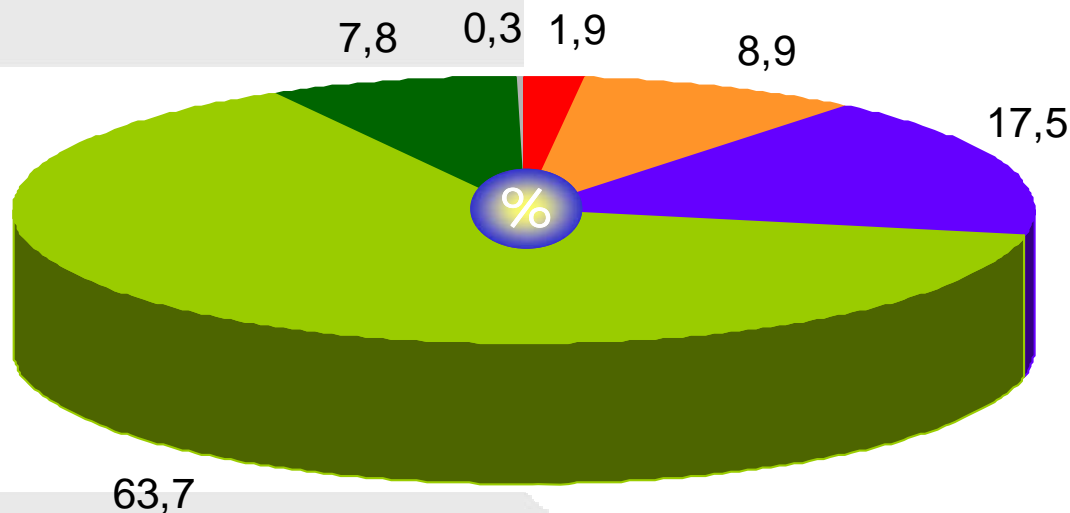
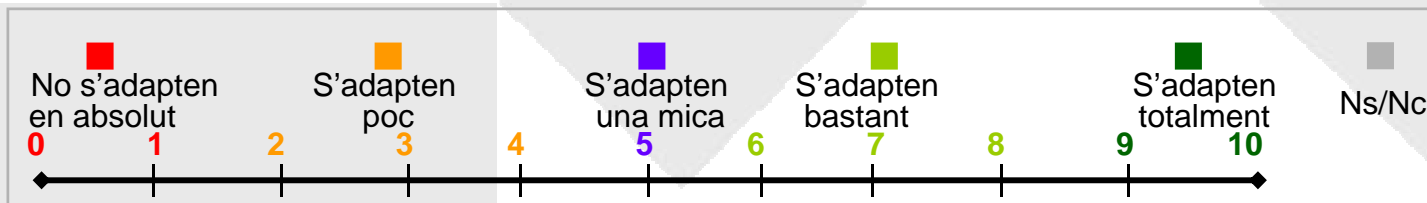
1T'07

MITJANA: 4,5 punts

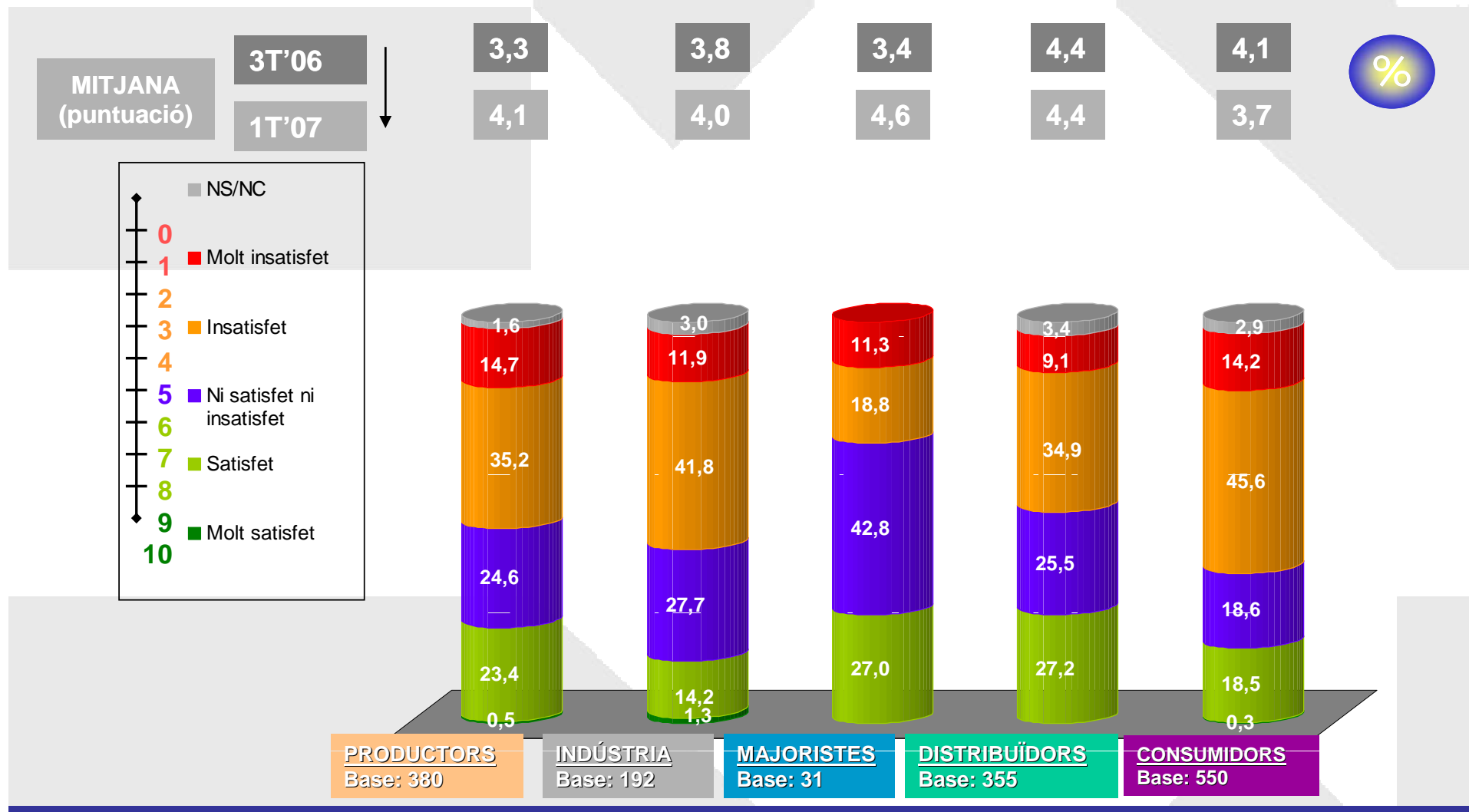
MITJANA: 5,0 punts

**CONSUMIDORS**  
Base: 550

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

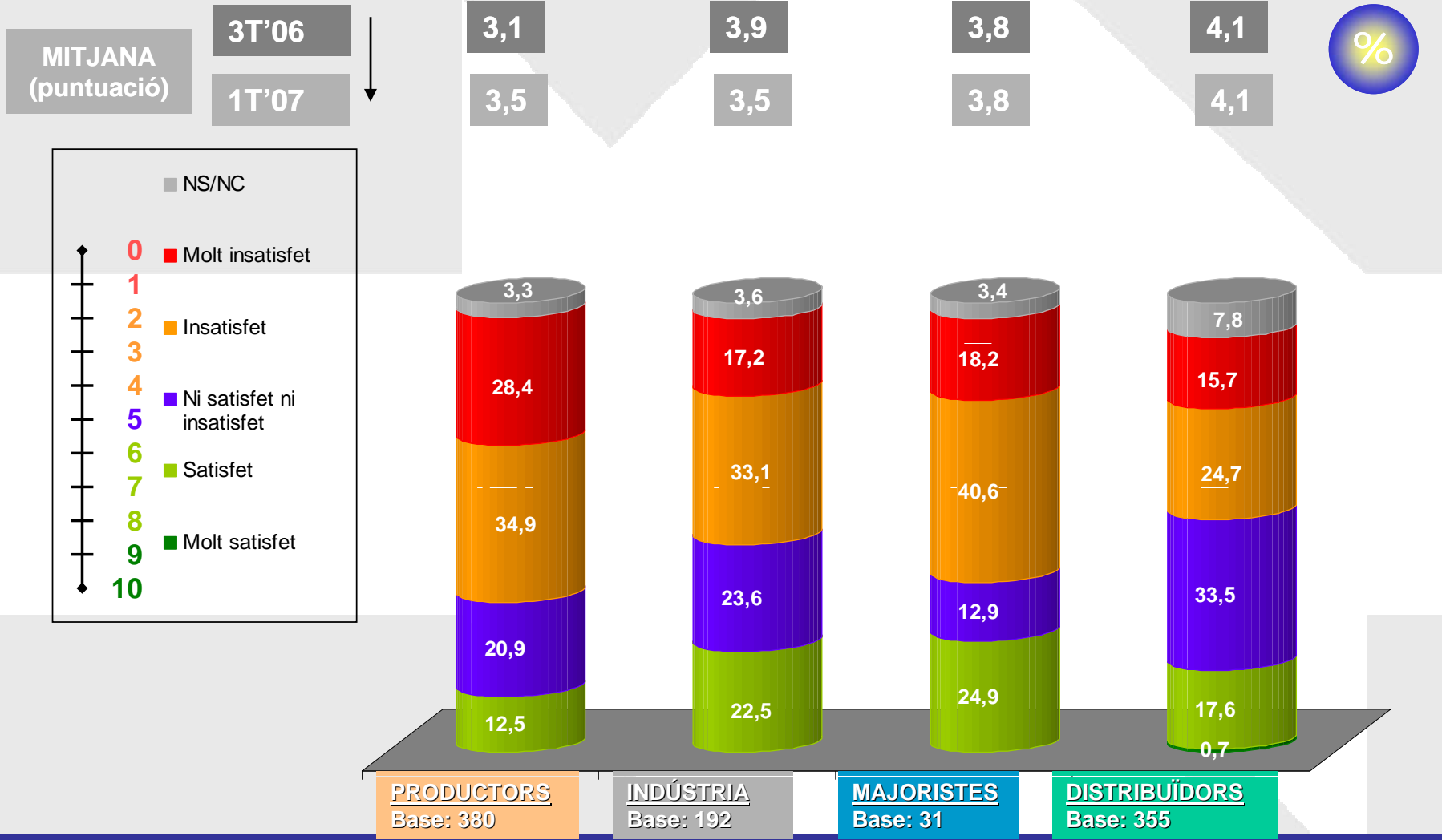


## Grau de satisfacció amb la gestió de les administracions públiques en el seguiment de preus d'aliments





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

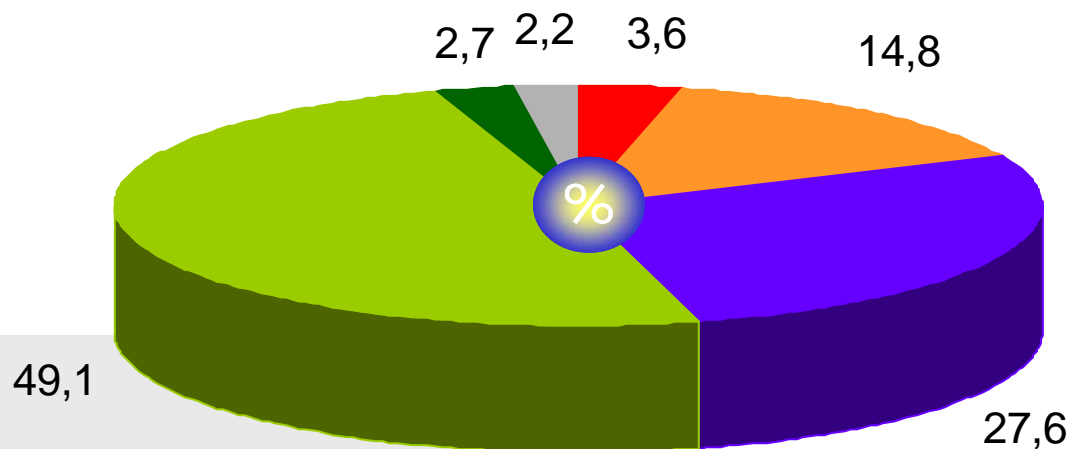


**PRODUCTORS**  
Base: 380

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

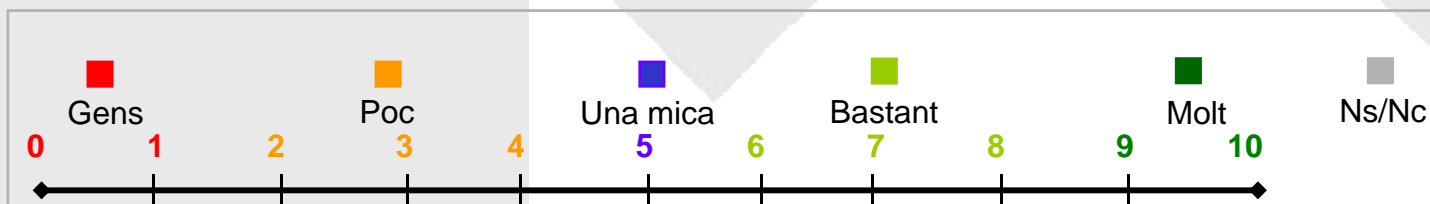


MITJANA: 5,6 punts

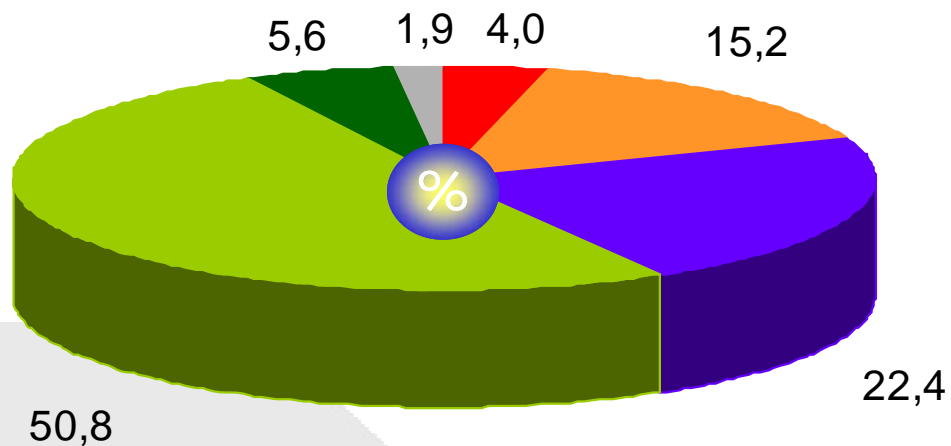


**PRODUCTORS**  
Base: 380

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

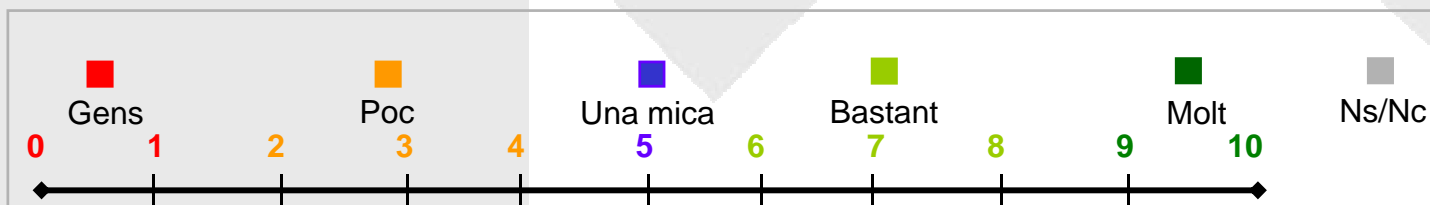


MITJANA: 5,8 punts

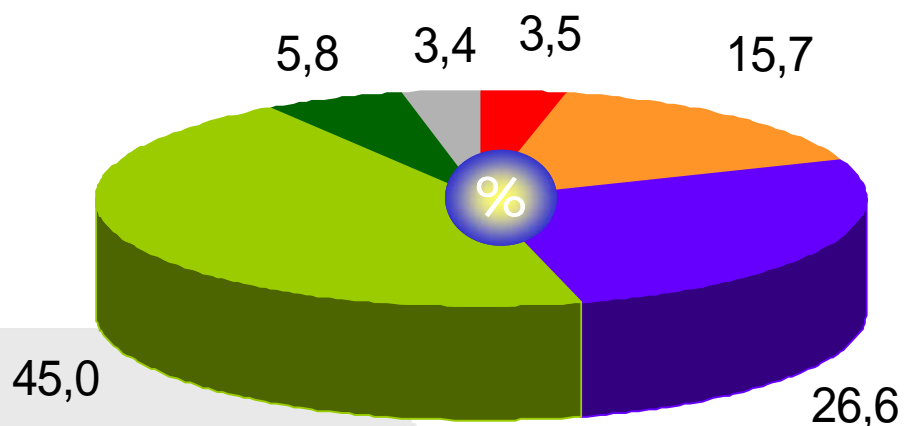


**PRODUCTORS**  
Base: 380

**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**

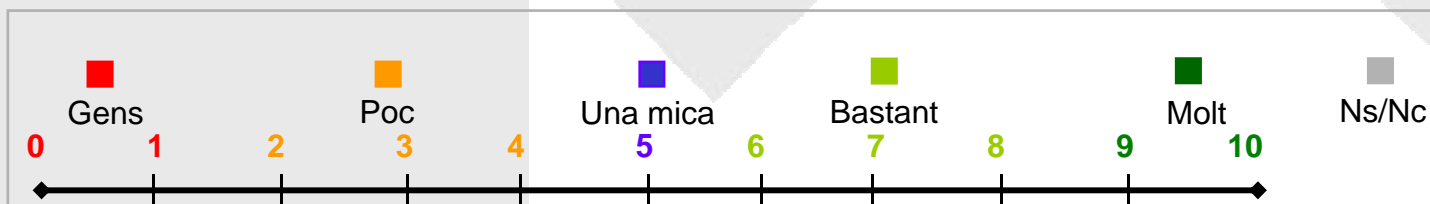


MITJANA: 5,7 punts

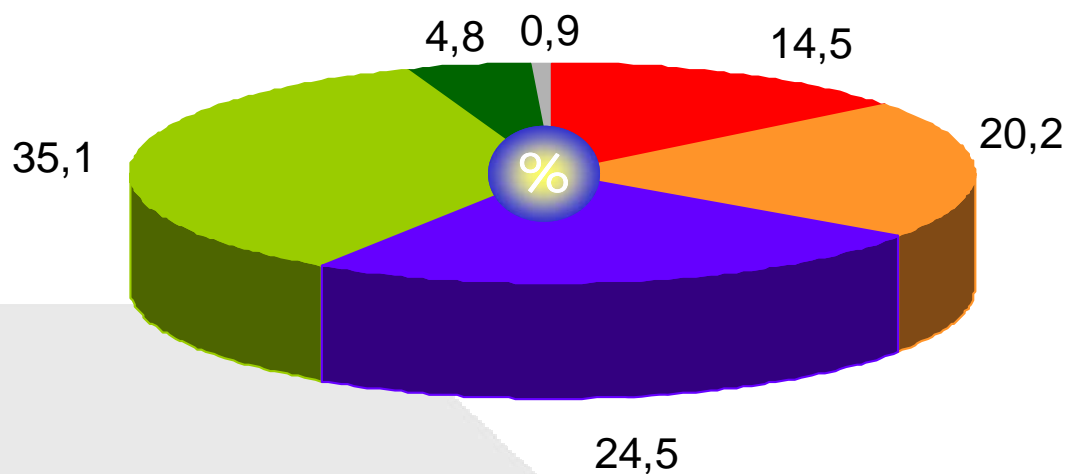


**PRODUCTORS**  
Base: 380

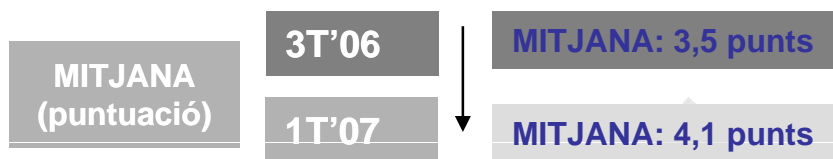
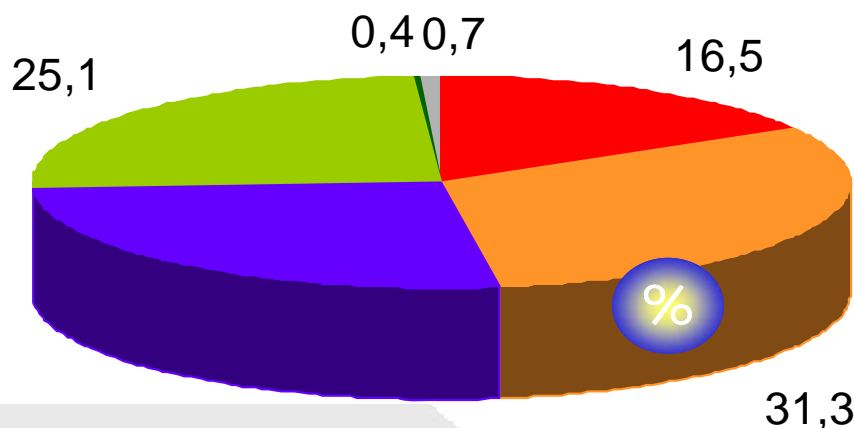
**Grau en que condiciona les expectatives de futur a la percepció d'ajudes o subvencions per part de l'Administració**



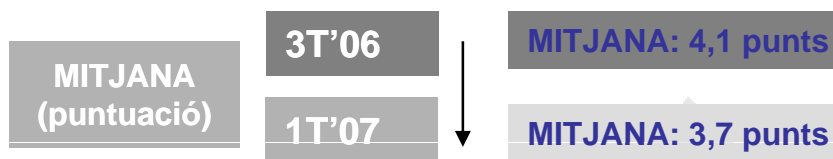
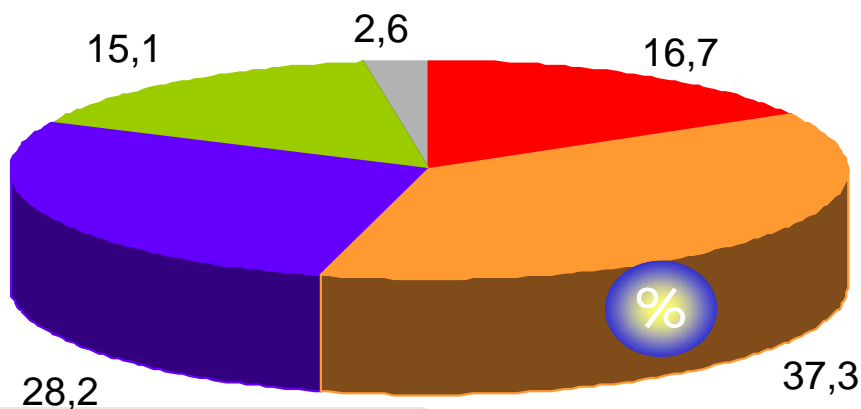
**MITJANA: 4,8 punts**



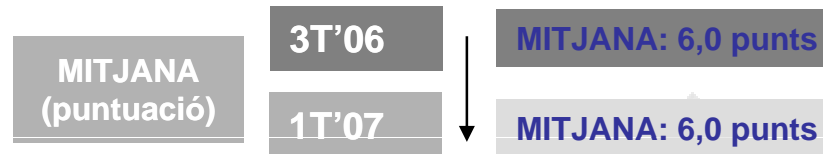
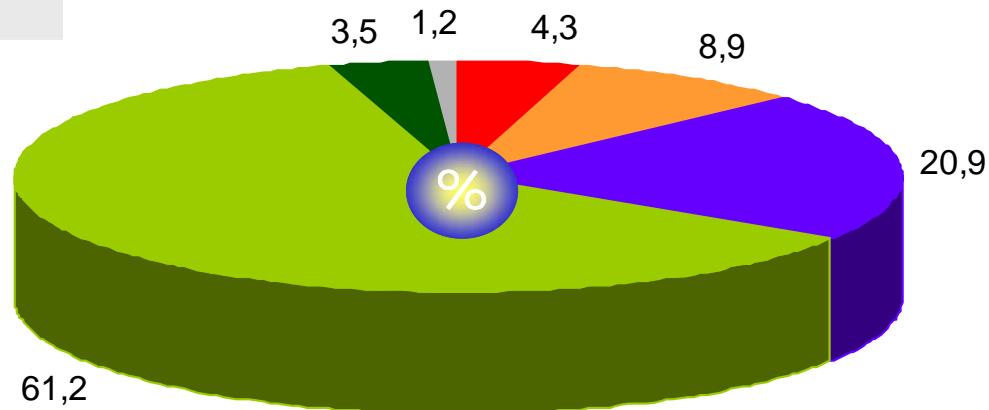
**Grau de satisfacció amb la gestió del DAR en relació al recolzament e incentius que brinda el sector agroalimentari a Catalunya**



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

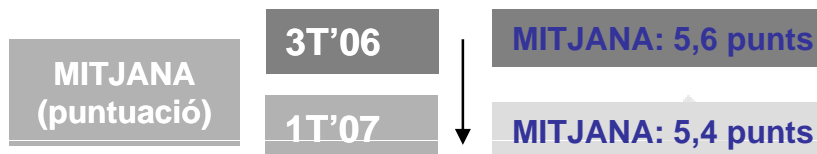
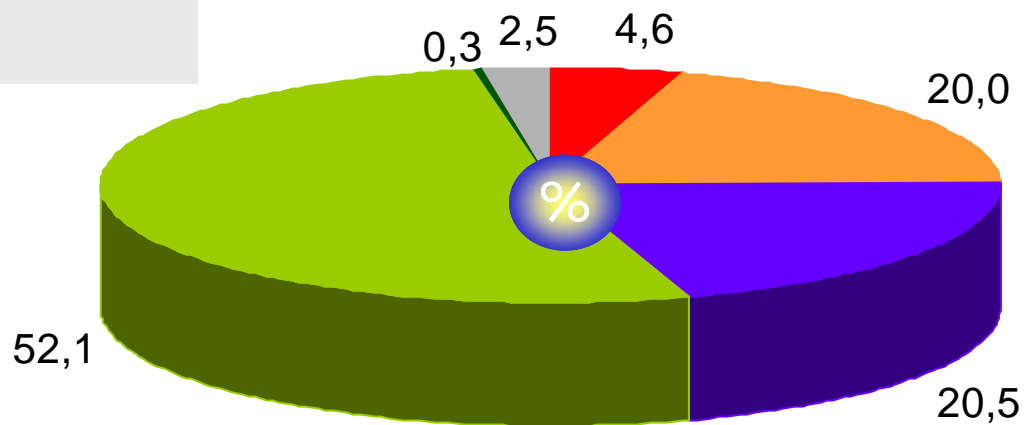


**Grau de satisfacció amb el nivell d'implantació de tecnologies de la informació i comunicacions a l'empresa**

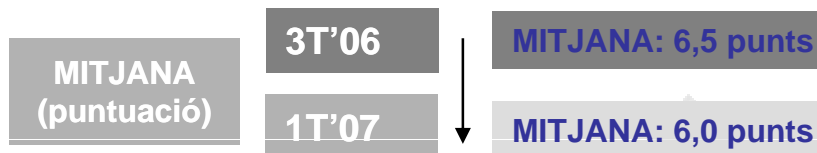
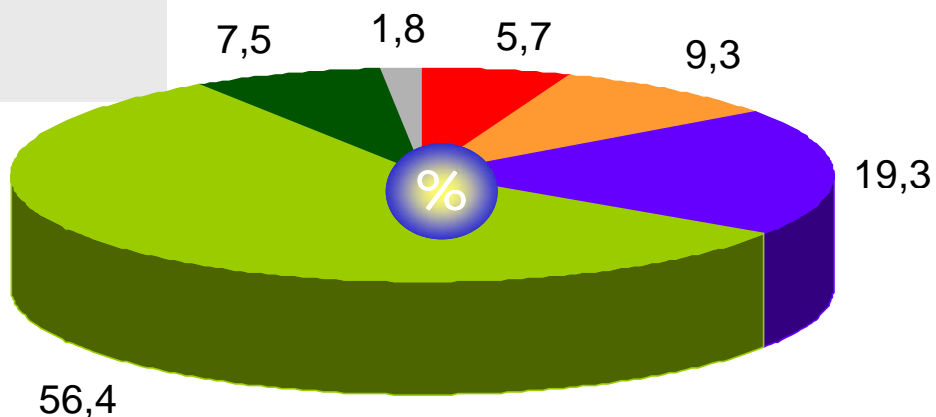
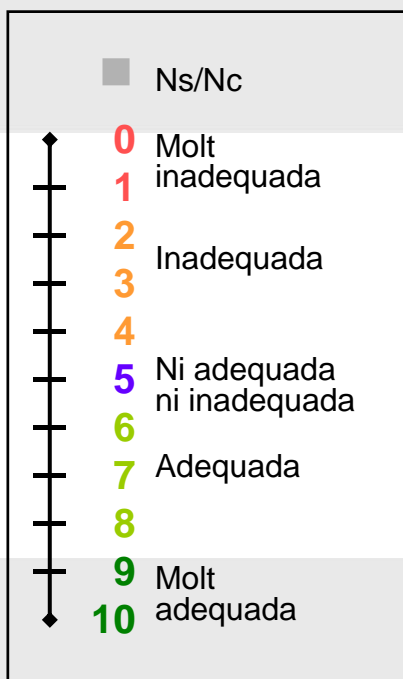




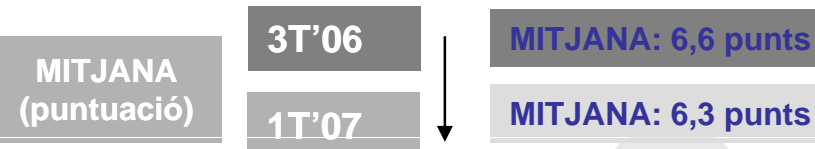
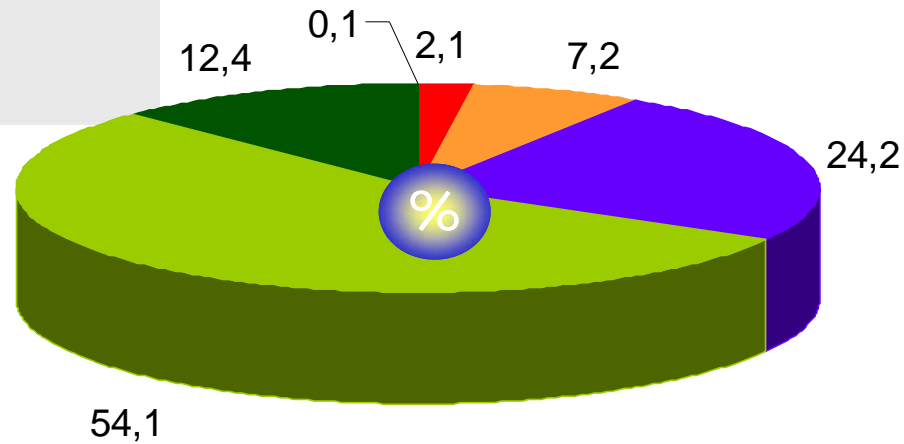
**Grau de satisfacció amb la capacitat de l'empresa per aplicar i desenvolupar innovació tecnològica**



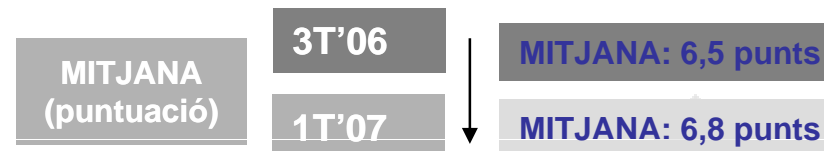
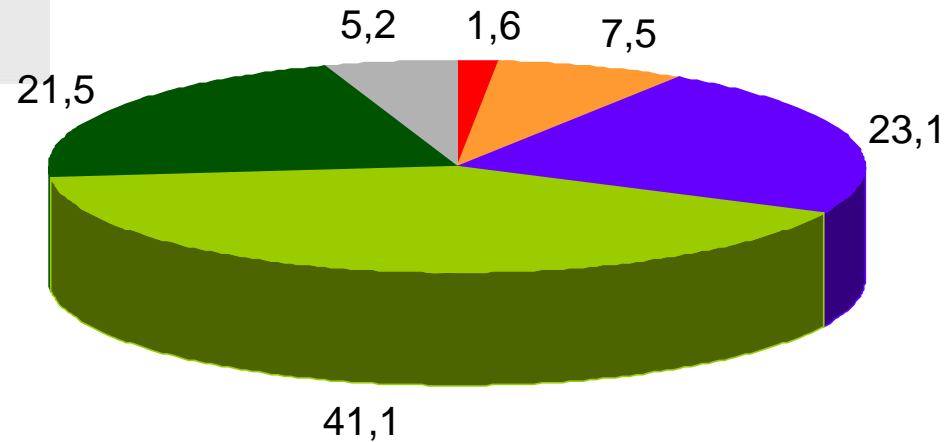
**Creu que és adequada la innovació tecnològica, de processos o de productes, en el seu sector?**



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

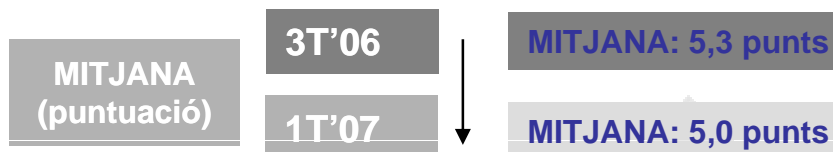
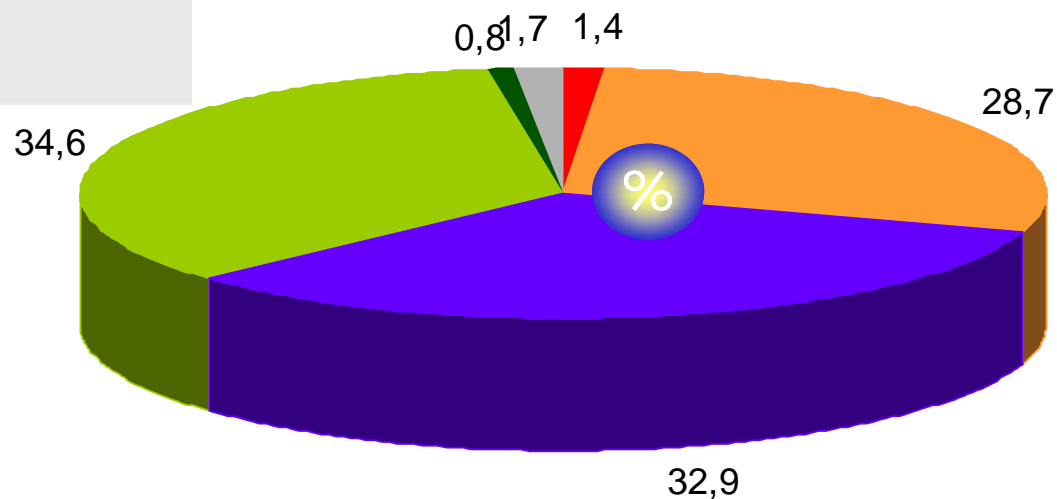
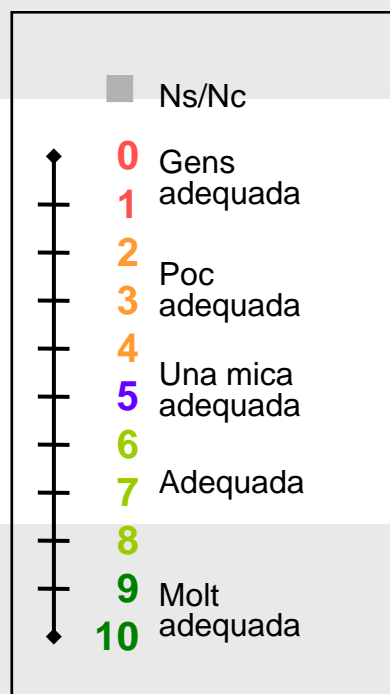


**Capacitat de l'empresa per aconseguir la traçabilitat dels productes**



**INDÚSTRIA**  
Base: 192

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

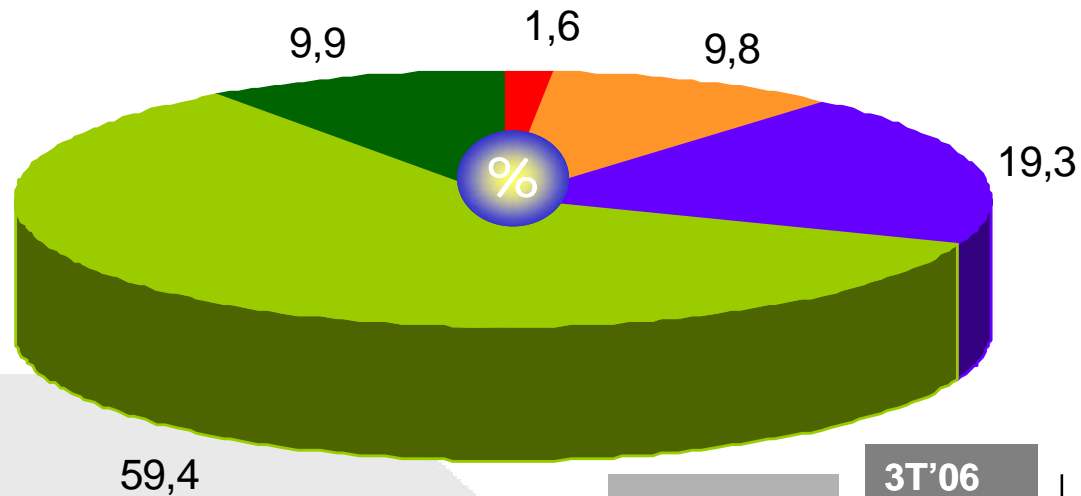


# CONFIANÇA ALIMENTÀRIA

## Grau de confiança en el consum d'aliments

**CONSUMIDORS**

Base: 550



MITJANA  
(puntuació)

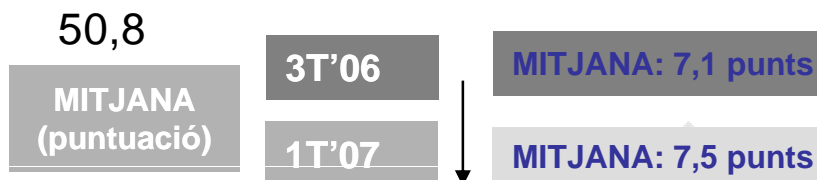
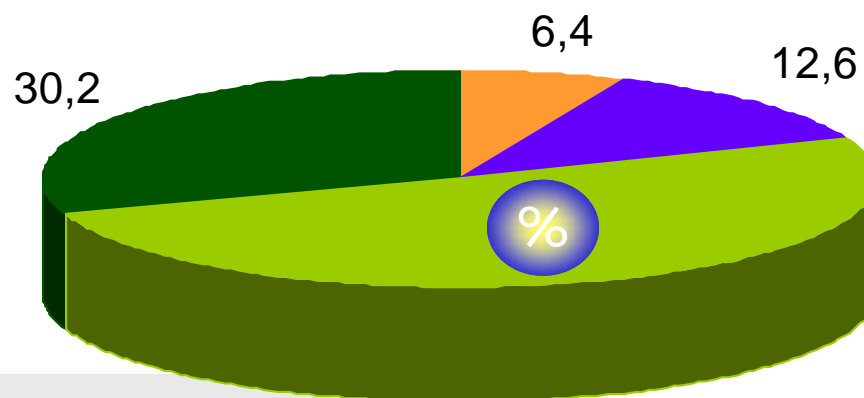
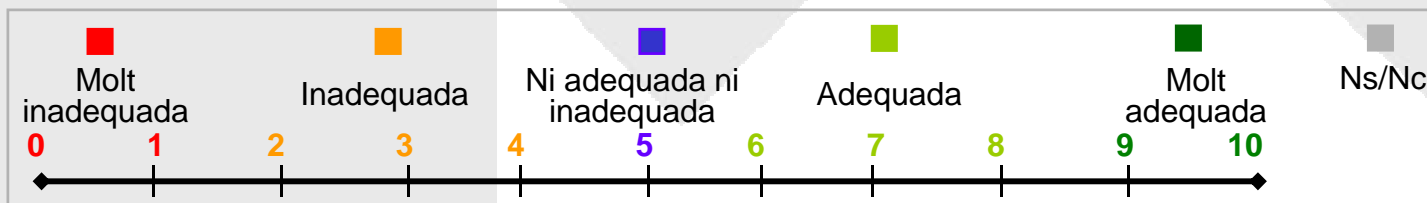
3T'06

MITJANA: 6,3 punts

1T'07

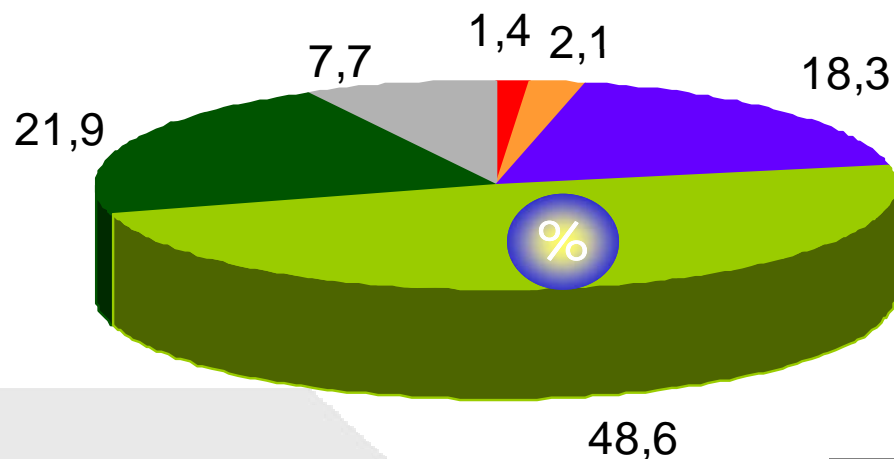
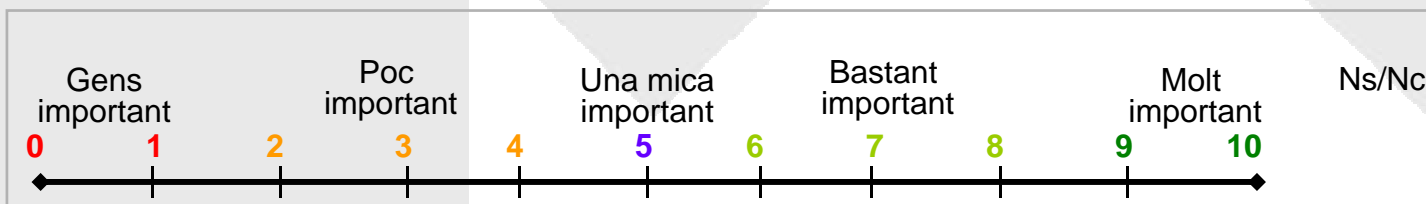
MITJANA: 6,4 punts

## Distintius de qualitat en els productes elaborats



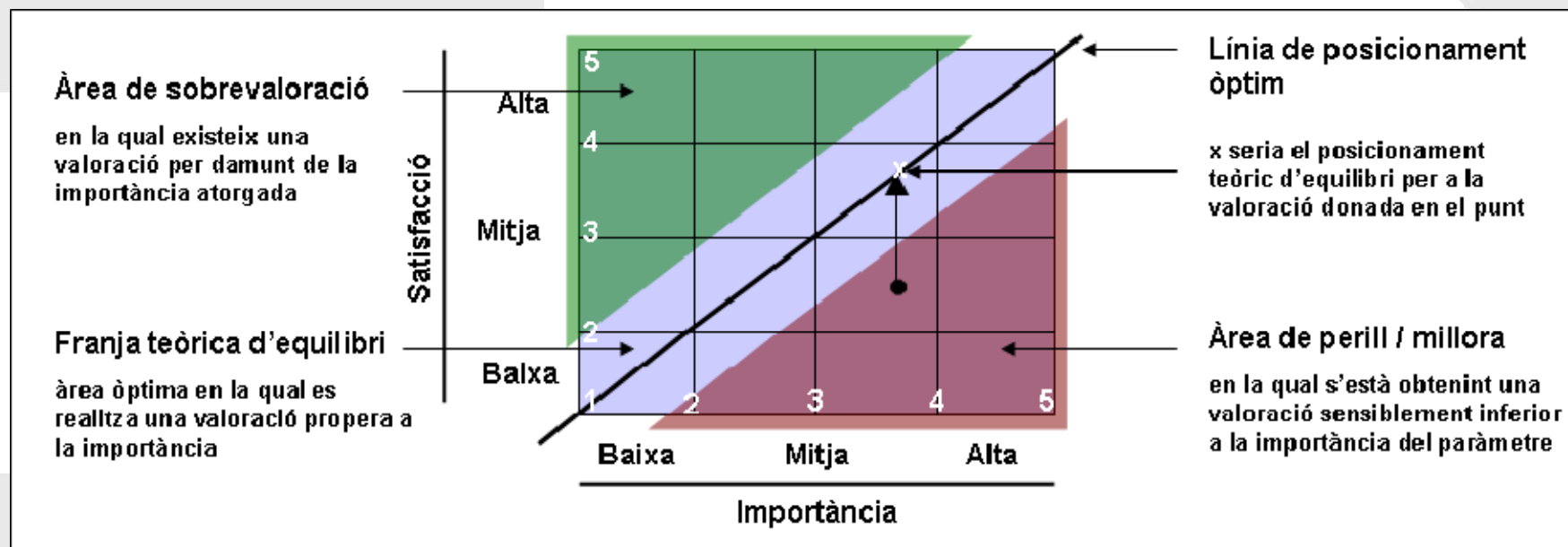


**Importància que el client atorga a que els productes elaborats tinguin distintius de qualitat**

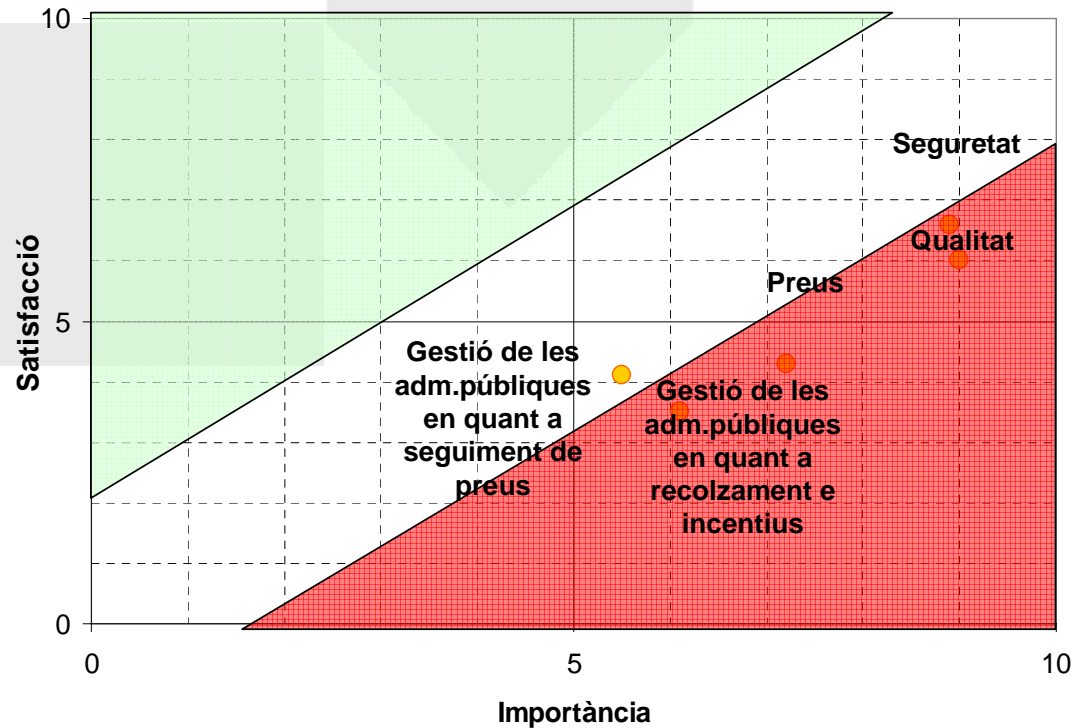


MITJANA (puntuació)	3T'06	MITJANA: 7,0 punts
	1T'07	MITJANA: 7,1 punts

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

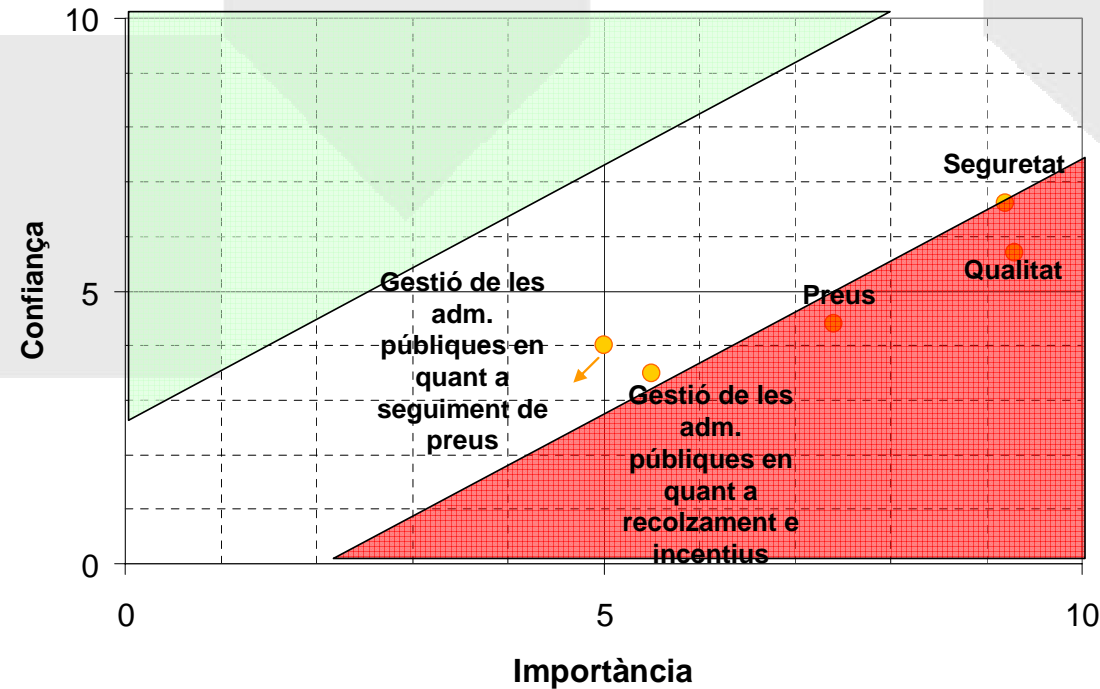


## Gap de la importància/satisfacció amb el sector agroalimentari



	IMPORTÀNCIA	SATISFACCIÓ 1T '07	SATISFACCIÓ 3T'06
• Qualitat dels aliments	9,0	6,0	5,8
• Seguretat en el consum d'aliments	8,9	6,6	6,6
• Els preus dels aliments	7,2	4,3	4,3
• Gestió de les adm. públiques en quant a recolzament e incentius	6,1	3,5	3,1
• Gestió de les adm. públiques en quant a seguiment de preus	5,5	4,1	3,3

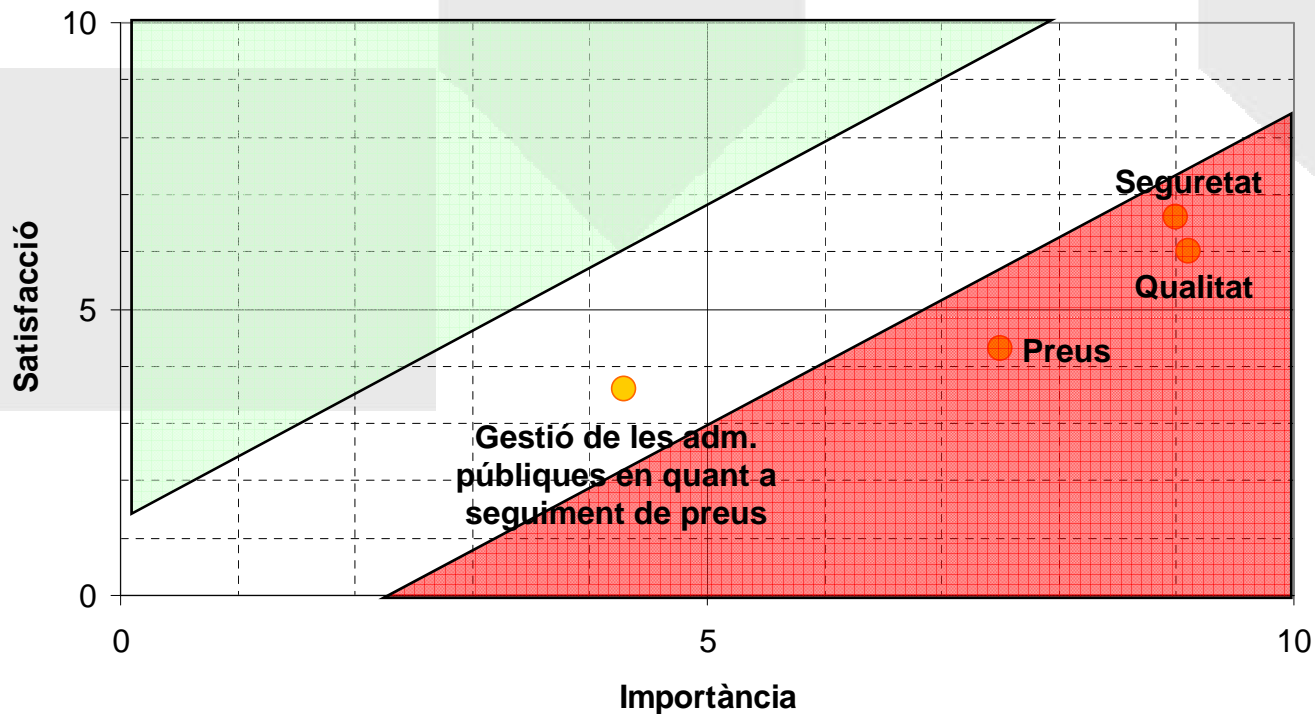
### Gap de la importància/satisfacció amb el sector agroalimentari



	1T'07		3T'06
	IMPORTÀNCIA	SATISFACCIÓ	SATISFACCIÓ
• Qualitat dels aliments	9,3	5,7	5,8
• Seguretat en el consum d'aliments	9,2	6,6	6,6
• Els preus dels aliments	7,4	4,4	4,3
• Gestió de les adm. públiques en quant a recolzament e incentius al sector	5,5	3,5	3,1
• Gestió de les adm. públiques en quant a seguiment de preus	5,0	4,0	3,3

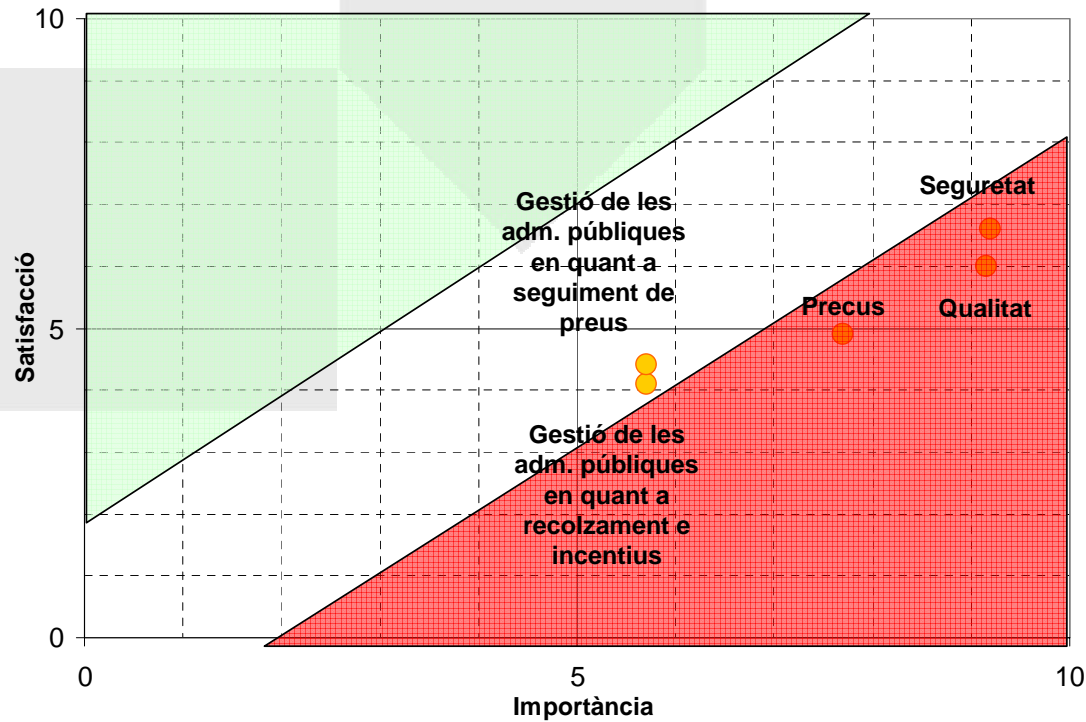
**MAJORISTES**  
Base: 31

## Gap de la importància/satisfacció amb el sector agroalimentari



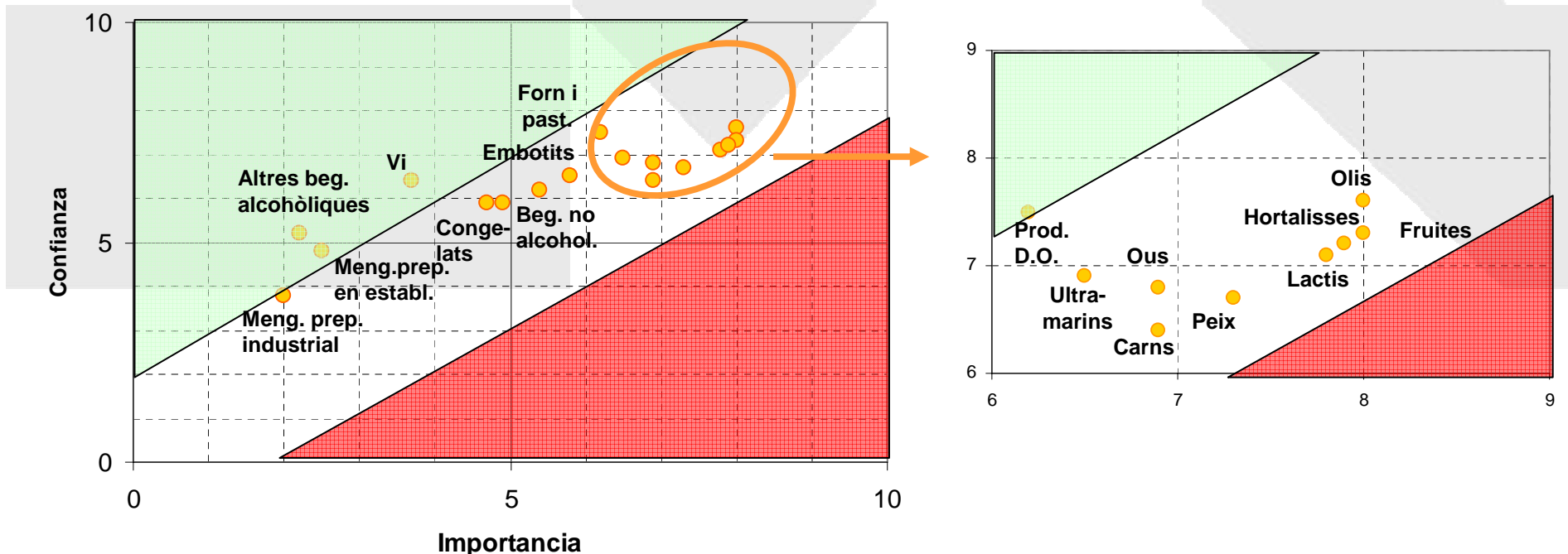
	1T'07		3T'06
	IMPORTÀNCIA	SATISFACCIÓ	SATISFACCIÓ
• Qualitat dels aliments	9,1	6,0	6,4
• Seguretat en el consum	9,0	6,6	6,9
• Preu dels aliments	7,5	4,3	4,7
• Gestió de l'Adm. Pública en quant a seguiment de preus	4,3	3,6	3,4

### Gap de la importància/satisfacció amb el sector agroalimentari



	1T'07		3T'06
	IMPORTÀNCIA	SATISFACCIÓ	SATISFACCIÓ
• Qualitat dels aliments	9,2	6,0	5,9
• Seguretat en el consum	9,2	6,6	6,8
• Preu dels aliments	7,7	4,9	4,6
• Gestió de las adm. públiques en quant a recolzament e incentius al sector	5,7	4,1	4,1
• Gestió de las adm. públiques en quant a seguiment de preus	5,7	4,4	4,4

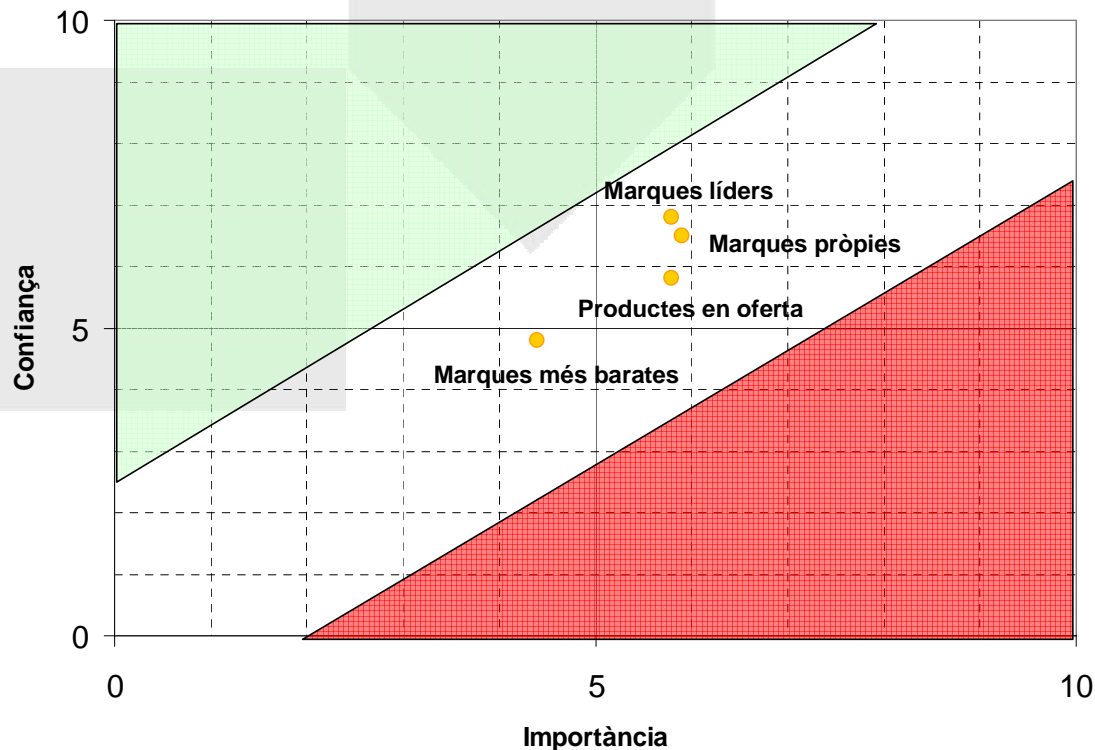
## Gap de la importància/confiança en el consum d'aliments



	1T'07		3T'06			1T'07		3T'06	
	IMPORTÀNCIA	CONFIANÇA	IMPORTÀNCIA	CONFIANÇA		IMPORTÀNCIA	CONFIANÇA	IMPORTÀNCIA	CONFIANÇA
• Olis	8,0	7,6	7,1	7,1	• Forn i pastisseria	5,8	6,5	6,5	6,5
• Fruites	8,0	7,3	7,1	7,1	• Begudes no alcohòliques	5,4	6,2	6,2	6,2
• Hortalisses	7,9	7,2	7,3	7,3	• Embotits	4,9	5,9	6,2	6,2
• Llets i derivats	7,8	7,1	6,9	6,9	• Aliment. congelats	4,7	5,9	5,9	5,9
• Peix	7,3	6,7	6,8	6,8	• Vi	3,7	6,4	5,9	5,9
• Carns	6,9	6,4	6,3	6,3	• Menjar preparat en el propi establiment	2,5	4,8	4,8	4,8
• Ous	6,9	6,8	6,7	6,7	• Altres begudes alcohòliques	2,2	5,2	5,1	5,1
• Ultra-marins	6,5	6,9	6,7	6,7	• Menjar preparat industrial	2,0	3,8	4,0	4,0
• Productes amb D.O.	6,2	7,5	7,0	7,0					

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

**CONSUMIDORS**  
Base: 550

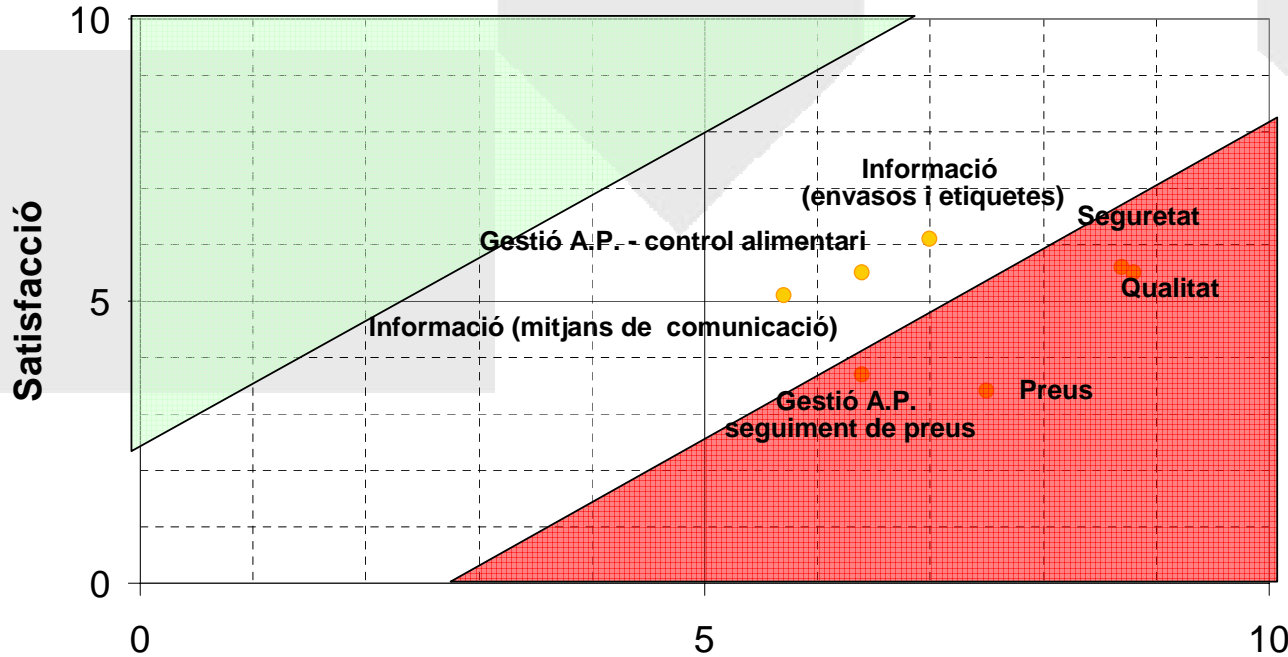


	1T'07		3T'06
	IMPORTÀNCIA	CONFIANÇA	CONFIANÇA
• Les marques líders o més conegudes	5,8	6,8	6,8
• Les marques pròpies de l'establiment	5,9	6,5	6,3
• Els productes en oferta	5,8	5,8	5,7
• Les marques més barates	4,4	4,8	4,9
• Els productes amb distintius de qualitat		7,4	



**CONSUMIDORS**  
Base: 550

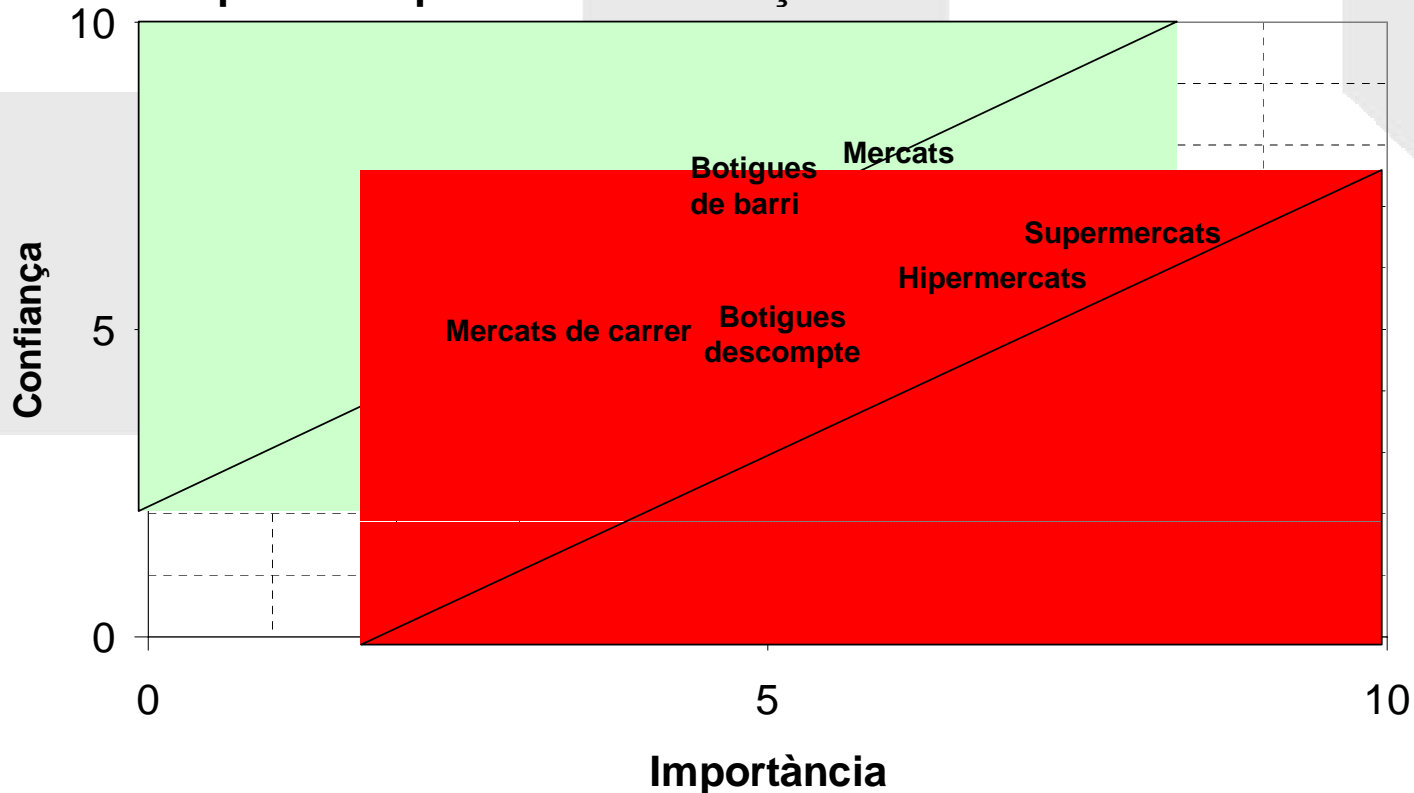
## Gap de la importància/satisfacció amb el sector agroalimentari



	Importància			Satisfacció	
	1T'07	3T'06		1T'07	3T'06
<b>IMPORTÀNCIA Satisfacció</b>					
• Informació dels aliments disponible en envasos i etiquetes	7,0	6,1	←	6,5	5,2
• Informació que els mitjans de comunicació li ofereixen sobre temes alimentaris	5,7	5,1		5,8	5,9
• Qualitat dels aliments	8,8	5,5		4,0	5,8
• Seguretat en el consum d'aliments	8,7	5,6		4,1	
• Els preus dels aliments	7,5	3,4			
• Gestió de l'administració pública en matèria de control alimentari	6,4	5,5			
• Gestió de l'administració pública en matèria de seguiment de preus	6,4	3,7			

**CONSUMIDORS**  
Base: 550

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

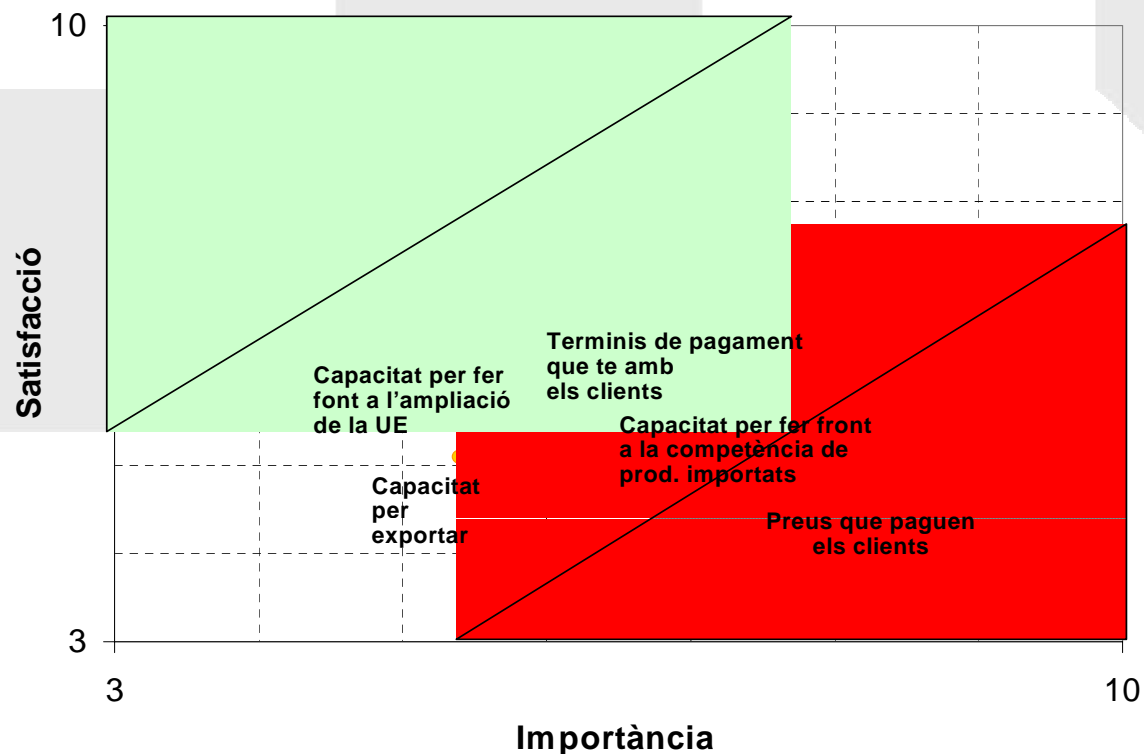


		1T'07	3T'06		1T'07	3T'06
	IMPORTÀNCIA	CONFIANÇA	CONFIANÇA		IMPORTÀNCIA	CONFIANÇA
• Supermercats	6,8	6,6	6,4	• Mercats	5,8	7,2
• Hipermercats	6,4	6,5	6,3	• Botigues de barri	5,4	6,6
• Hard discounts	5,1	5,7	5,5	• Mercats de carrer	3,7	4,5
						6,4
						6,7
						4,6

# ÀMBIT COMERCIAL

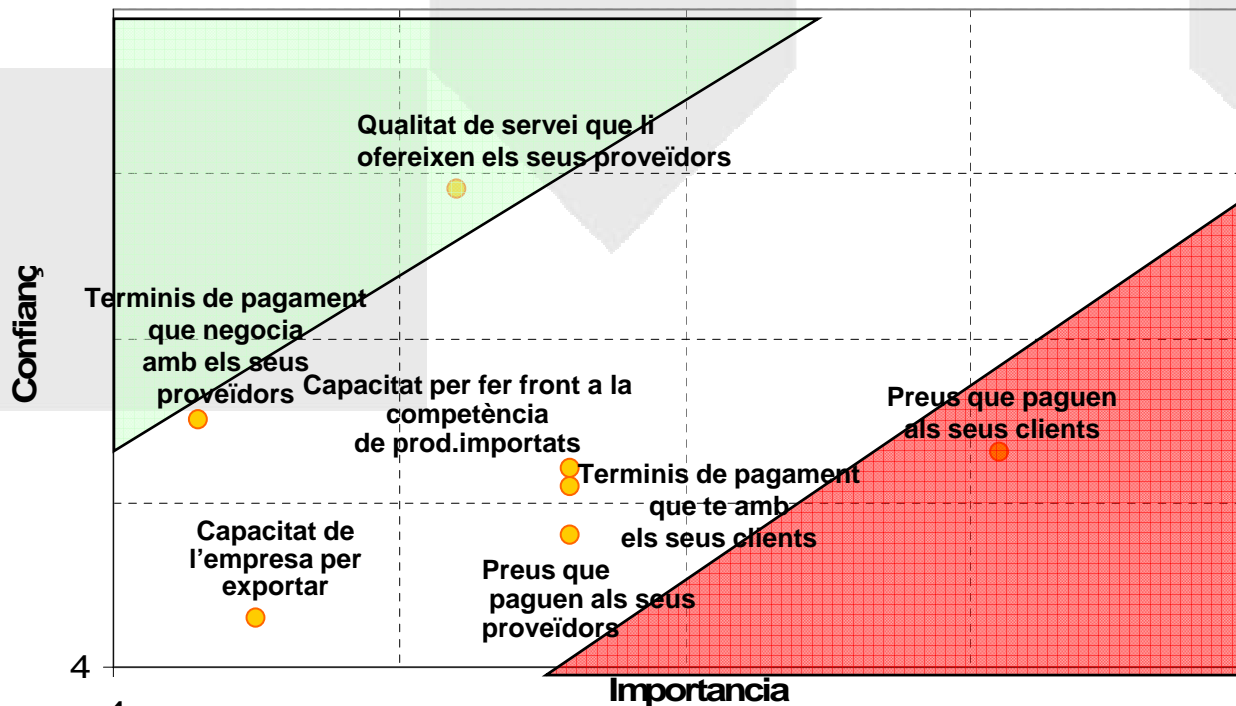
**PRODUCTORS**  
Base: 380

**Gap de la importància/satisfacció amb el sector agroalimentari**



	IMPORTÀNCIA	1T'07 SATISFACCIÓ	3T'06 SATISFACCIÓ
• Capacitat de l'empresa per fer front a la competència de productes importats	6,4	5,2	4,6
• Capacitat de l'empresa per fer front a l'ampliació de la UE	5,9	5,2	4,9
• Capacitat de l'empresa per exportar (a la UE o països fora de la UE)	5,4	5,1	4,5
• Preus que paguen els clients (per els productes alimentaris que els venen)	8,0	4,7	4,6
• Plaços de pagament que te amb els clients (per els productes alimentaris que els hi ven)	6,4	5,5	5,1

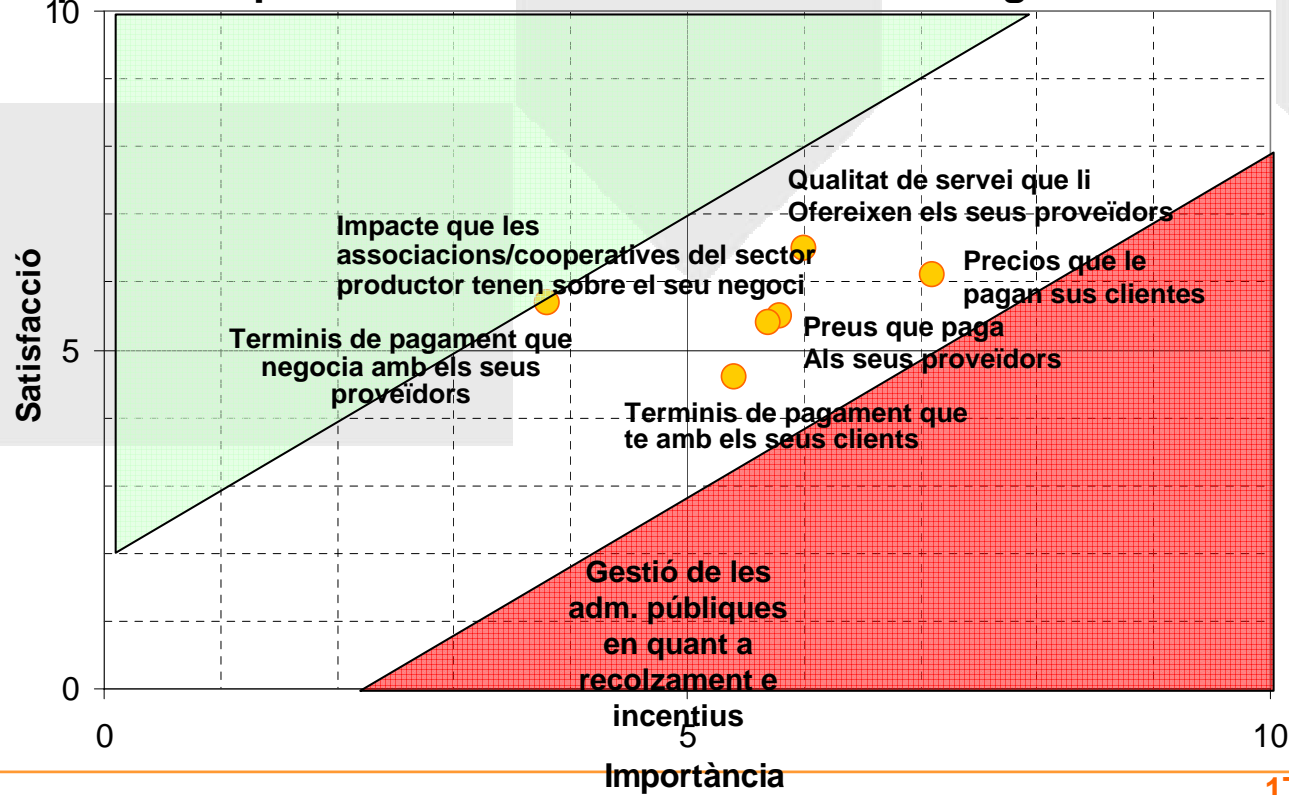
Gap de la importància/satisfacció amb el sector agroalimentari



	IMPORTÀNCIA	1T'07 SATISFACCIÓ	3T'06 SATISFACCIÓ
• Preus que paguen als clients	7,1	5,3	5,2
• Qualitat de serveis que li ofereixen als proveïdors: puntualitat en els lliuraments, compliment del pactat i recolzament rebut	5,2	6,9	6,6
• Terminis de pagament que te amb els clients	5,6	5,2	5,3
• Preus que paguen als seus proveïdors	5,6	5,1	4,9
• Terminis de pagament que negocia amb els proveïdors	4,3	5,5	5,7
• Qualitat del producte que rep dels proveïdors		7,0	6,9
• Capacitat de l'empresa per fer front a la competència de productes importats	5,6	4,8	5,5
• Capacitat de l'empresa per exportar (a la UE o països fora de la UE)	4,5	4,3	5,1

**MAJORISTES**  
Base: 31

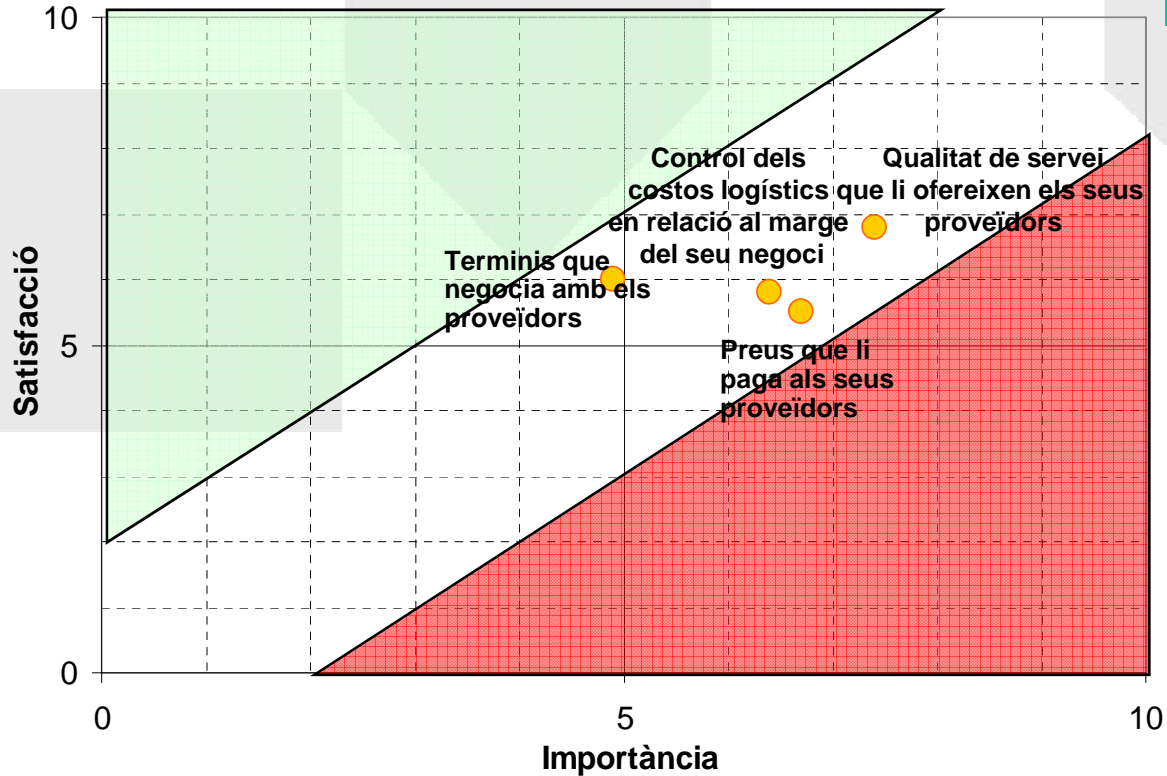
**Gap de la importància/satisfacció amb el sector agroalimentari**



	IMPORTÀNCIA	1T'07 SATISFACCIÓ	3T'06 SATISFACCIÓ
• Preus que li paguen als seus clients	7,1	6,1	6,3
• Terminis de pagament que te amb els seus clients per els productes que els ven	5,4	4,6	4,7
• Preus que paga als seus proveïdors	5,8	5,5	5,3
• Terminis de pagament que negocia amb proveïdors per els productes que li venen	3,8	5,7	6,3
• Qualitat de servei que li ofereixen els seus proveïdors: puntualitat en les entregues, compliment amb el pactat i recolzament rebut.	6,0	6,5	6,9
• Impacte de les associacions/cooperatives del sector productor sobre el seu negoci	5,7	5,4	5,5

**DISTRIBUÏDORS**  
Base: 355

**Gap de la importància/satisfacció amb el sector agroalimentari**



		1T'07	3T'06
	<b>IMPORTÀNCIA</b>	<b>SATISFACCIÓ</b>	<b>SATISFACCIÓ</b>
• Qualitat de servei que li ofereixen els seus proveïdors: puntualitat en les entregues, compliment amb lo pactat i recolzament rebut.	7,4	6,8	6,5
• Preus que li paga als seus proveïdors	6,7	5,5	5,2
• Terminis que negocia amb els proveïdors	4,9	6,0	6,0
• Control dels costos logístics en relació al marge del seu negoci	6,4	5,8	5,6

# ANNEX – TAULES



# PRODUCTORS

# IMPORTÀNCIA D'ASPECTS RELACIONATS AMB EL SECTOR

## Influència d'aspectes en l'evolució del seu negoci

	4 <sup>o</sup> trimestre 2006	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	4 <sup>o</sup> trimestre 2003 (pilot)/ 1 <sup>o</sup> trimestre 2004
1.a. Influència de la conjuntura econòmica del país sobre l'evolució del seu negoci	5,9	6,1	6,3	6,3
1.b. Influència de la conjuntura econòmica del sector agroalimentari en l'evolució del seu negoci	6,2	6,5	6,8	6,8
1.c. Influència de la confiança en els productes que es negocien en el seu sector en l'evolució del seu negoci	7,0	7,6	7,7	7,6
1.d. Influència de la satisfacció amb les relacions comercials que manté en el seu sector en l'evolució del seu negoci	6,6	7,1	7,1	7,1

### Importància d'aspectes

	4 <sup>o</sup> trimestre 2006	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	4 <sup>o</sup> trimestre 2003 (pilot)/ 1 <sup>o</sup> 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 <sup>o</sup> trimestre 2006	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	4 <sup>o</sup> trimestre 2003 (pilot)/ 1 <sup>o</sup> 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 <sup>o</sup> trimestre 2006	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	4 <sup>o</sup> trimestre 2003 (pilot)/ 1 <sup>o</sup> 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 <sup>o</sup> trimestre 2006	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	4 <sup>o</sup> trimestre 2003 (pilot)/ 1 <sup>o</sup> 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
P.1	Molt Pitjor	2,1	1,3	3,3	6,7	1,3	6,7	0,0	3,3
	Pitjor	29,6	26,3	16,7	13,3	32,7	46,7	16,7	43,3
	Igual	42,9	51,3	43,3	50,0	46,0	26,7	43,3	16,7
	Millor	24,4	21,3	36,7	26,7	20,0	20,0	33,3	33,3
	Molt Millor	0,4	0,0	0,0	3,3	0,0	0,0	3,3	0,0
	NS/NC	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,3	3,3
<b>Casos</b>		<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>4,9</b>	<b>5,0</b>	<b>5,1</b>	<b>5,2</b>	<b>4,8</b>	<b>4,2</b>	<b>5,6</b>	<b>4,7</b>

## SITUACIÓ ECÒNOMICA PERSONAL (perspectives per al proper any)

		Total	SUBSECTOR						
			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals
P.2	Molt Pitjor	2,6	1,3	3,3	6,7	2,0	10,0	0,0	3,3
	Pitjor	27,6	25,0	10,0	16,7	30,7	43,3	23,3	36,7
	Igual	43,4	46,3	56,7	36,7	45,3	16,7	43,3	33,3
	Millor	24,9	26,3	30,0	33,3	22,0	30,0	30,0	20,0
	Molt Millor	0,2	0,0	0,0	3,3	0,0	0,0	0,0	0,0
	NS/NC	1,4	1,3	0,0	3,3	0,0	0,0	3,3	6,7
<b>Casos</b>		<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>4,9</b>	<b>4,9</b>	<b>5,1</b>	<b>5,3</b>	<b>4,8</b>	<b>4,3</b>	<b>5,2</b>	<b>4,6</b>

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

		Total	SUBSECTOR						
			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals
P.3	Molt Pitjor	1,6	2,5	3,3	3,3	0,7	6,7	0,0	0,0
	Pitjor	34,1	37,5	33,3	20,0	36,7	43,3	23,3	26,7
	Igual	35,3	30,0	26,7	23,3	34,7	30,0	53,3	53,3
	Milior	27,9	28,8	36,7	46,7	27,3	20,0	20,0	20,0
	Molt Millor	0,3	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0
	NS/NC	0,8	1,3	0,0	6,7	0,0	0,0	3,3	0,0
<b>Casos</b>		<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>4,8</b>	<b>4,7</b>	<b>4,9</b>	<b>5,4</b>	<b>4,8</b>	<b>4,4</b>	<b>5,0</b>	<b>4,9</b>



## SITUACIÓ ECONÒMICA DE CATALUNYA (prespectives per al pròxim any)

		Total	SUBSECTOR						
			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals
P.3A	Molt Pitjor	2,4	3,8	3,3	3,3	1,3	6,7	3,3	0,0
	Pitjor	35,8	36,3	26,7	23,3	40,0	46,7	20,0	36,7
	Igual	34,9	31,3	33,3	16,7	33,3	30,0	46,7	53,3
	Millor	25,6	27,5	36,7	50,0	24,0	16,7	26,7	10,0
	Molt Millor	0,6	0,0	0,0	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0
	NS/NC	0,8	1,3	0,0	6,7	0,0	0,0	3,3	0,0
<b>Casos</b>		<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>4,7</b>	<b>4,6</b>	<b>4,9</b>	<b>5,3</b>	<b>4,7</b>	<b>4,2</b>	<b>4,9</b>	<b>4,7</b>

# 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
P.4	Molt Pitjor	2,6	5,0	3,3	3,3	2,0	3,3	0,0	0,0
	Pitjor	45,7	51,3	40,0	30,0	45,3	40,0	46,7	50,0
	Igual	28,6	26,3	20,0	43,3	30,0	26,7	33,3	26,7
	Millor	21,9	17,5	33,3	16,7	21,3	30,0	20,0	23,3
	Molt Millor	0,5	0,0	0,0	3,3	0,7	0,0	0,0	0,0
	NS/NC	0,8	0,0	3,3	3,3	0,7	0,0	0,0	0,0
<b>Casos</b>		<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>4,5</b>	<b>4,3</b>	<b>4,8</b>	<b>4,9</b>	<b>4,6</b>	<b>4,8</b>	<b>4,6</b>	<b>4,7</b>

### 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
P.4A	Molt Pitjor	3,0	7,5	3,3	6,7	1,3	3,3	0,0	0,0
	Pitjor	41,6	50,0	40,0	26,7	40,7	36,7	40,0	40,0
	Igual	29,3	20,0	23,3	36,7	32,0	26,7	30,0	40,0
	Millor	25,1	22,5	30,0	26,7	25,3	33,3	26,7	20,0
	Molt Millor	0,7	0,0	0,0	3,3	0,7	0,0	3,3	0,0
	NS/NC	0,3	0,0	3,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Casos</b>		<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>4,6</b>	<b>4,3</b>	<b>4,7</b>	<b>5,1</b>	<b>4,7</b>	<b>4,9</b>	<b>4,9</b>	<b>4,7</b>

## EVOLUCIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI EN L'ÚLTIM ANY

	Total	SUBSECTOR						
		Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals
P.9								
Molt insatisfet	2,9	3,8	3,3	3,3	3,3	0,0	3,3	0,0
Insatisfet	29,5	35,0	20,0	20,0	29,3	30,0	20,0	36,7
Ni satisfet ni insatisfet	28,5	25,0	23,3	46,7	28,7	23,3	40,0	26,7
Satisfet	37,4	36,3	46,7	30,0	37,3	43,3	36,7	33,3
Molt satisfet	0,4	0,0	0,0	0,0	0,7	3,3	0,0	0,0
NS/NC	1,2	0,0	6,7	0,0	0,7	0,0	0,0	3,3
<b>Casos</b>	<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>
<b>Mitjanes</b>	<b>4,9</b>	<b>4,7</b>	<b>5,3</b>	<b>5,0</b>	<b>5,0</b>	<b>5,3</b>	<b>5,0</b>	<b>4,8</b>

## EVOLUCIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI A CATALUNYA EN L'ÚLTIM ANY

	Total	SUBSECTOR							
		Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	
P.9A									
Molt insatisfet	3,3	2,5	0,0	3,3	4,0	0,0	3,3	6,7	
Insatisfet	31,1	35,0	20,0	23,3	31,3	36,7	20,0	40,0	
Ni satisfet ni insatisfet	25,7	26,3	30,0	36,7	26,7	13,3	26,7	16,7	
Satisfet	38,3	36,3	46,7	36,7	36,0	46,7	46,7	36,7	
Molt satisfet	1,5	0,0	3,3	0,0	2,0	3,3	3,3	0,0	
<b>Casos</b>	<b>NS/NC</b>	<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>
<b>Mitjanes</b>	<b>5,0</b>	<b>4,8</b>	<b>5,5</b>	<b>5,1</b>	<b>5,0</b>	<b>5,4</b>	<b>5,3</b>	<b>4,5</b>	

## EVOLUCIÓ DE LES VENDES EN L'ÚLTIM ANY

	Total	SUBSECTOR						
		Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals
P.10								
Molt insatisfet	2,7	1,3	0,0	3,3	3,3	3,3	0,0	6,7
Insatisfet	18,4	16,3	23,3	16,7	18,0	13,3	6,7	30,0
Ni satisfet ni insatisfet	23,6	23,8	6,7	13,3	27,3	30,0	26,7	23,3
Satisfet	52,5	58,8	66,7	63,3	48,7	50,0	56,7	36,7
Molt satisfet	2,2	0,0	0,0	3,3	2,0	3,3	10,0	3,3
NS/NC	0,6	0,0	3,3	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0
<b>Casos</b>	<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>
<b>Mitjanes</b>	<b>5,5</b>	<b>5,6</b>	<b>5,9</b>	<b>6,1</b>	<b>5,4</b>	<b>5,5</b>	<b>6,3</b>	<b>5,0</b>

## PRESPECTIVES DE LES VENDES PER ALS PRÒXIMS MESOS

	Total	SUBSECTOR						
		Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals
P.11								
Molt insatisfet	2,9	1,3	0,0	3,3	2,7	3,3	6,7	6,7
Insatisfet	18,8	17,5	23,3	13,3	21,3	6,7	0,0	26,7
Ni satisfet ni insatisfet	25,9	28,8	20,0	20,0	28,7	26,7	20,0	20,0
Satisfet	48,2	51,3	46,7	56,7	44,7	60,0	56,7	43,3
Molt satisfet	3,3	1,3	6,7	6,7	1,3	3,3	16,7	3,3
NS/NC	0,9	0,0	3,3	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0
<b>Casos</b>	<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>
<b>Mitjanes</b>	<b>5,5</b>	<b>5,4</b>	<b>5,8</b>	<b>6,1</b>	<b>5,4</b>	<b>5,8</b>	<b>6,5</b>	<b>5,2</b>



## 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
P.12								
Molt insatisfet	3,9	2,5	0,0	3,3	4,0	10,0	0,0	10,0
Insatisfet	34,6	30,0	16,7	26,7	47,3	33,3	16,7	23,3
Ni satisfet ni insatisfet	27,9	37,5	23,3	26,7	20,0	26,7	36,7	40,0
Satisfet	32,0	30,0	56,7	43,3	26,7	26,7	43,3	26,7
Molt satisfet	0,9	0,0	0,0	0,0	1,3	3,3	3,3	0,0
NS/NC	0,6	0,0	3,3	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0
<b>Casos</b>	<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>
<b>Mitjanes</b>	<b>4,8</b>	<b>4,9</b>	<b>5,7</b>	<b>5,1</b>	<b>4,5</b>	<b>4,6</b>	<b>5,4</b>	<b>4,6</b>

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

		Total	SUBSECTOR						
			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals
P.13	Molt Pitjor	4,2	1,3	0,0	3,3	4,7	10,0	3,3	10,0
	Pitjor	29,4	26,3	26,7	33,3	36,0	30,0	6,7	23,3
	Igual	31,6	41,3	23,3	16,7	28,7	23,3	33,3	40,0
	Millor	33,1	31,3	46,7	46,7	28,0	33,3	53,3	26,7
	Molt Millor	0,9	0,0	0,0	0,0	1,3	3,3	3,3	0,0
	NS/NC	0,9	0,0	3,3	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0
<b>Casos</b>		<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>4,9</b>	<b>4,9</b>	<b>5,4</b>	<b>5,1</b>	<b>4,7</b>	<b>4,7</b>	<b>5,8</b>	<b>4,7</b>

## IMPORTÀNCIA SOBRE L'ASSOCIACIONISME I COOPERATIVISME EN EL SECTOR PRODUCTOR

		Total	SUBSECTOR						
			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals
P.17	Gens Important	6,1	3,8	6,7	3,3	4,7	6,7	6,7	16,7
	Important	18,3	16,3	16,7	23,3	21,3	13,3	10,0	16,7
	Una mica important	26,3	30,0	20,0	3,3	28,0	40,0	30,0	20,0
	Bastant Important	44,0	46,3	50,0	63,3	40,0	30,0	50,0	43,3
	Molt Important	3,4	3,8	0,0	3,3	4,0	10,0	3,3	0,0
	NS/NC	2,0	0,0	6,7	3,3	2,0	0,0	0,0	3,3
	<b>Casos</b>	<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>
<b>Mitjanes</b>	<b>5,3</b>	<b>5,5</b>	<b>5,5</b>	<b>5,9</b>	<b>5,3</b>	<b>5,3</b>	<b>5,6</b>	<b>4,6</b>	

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
P.18								
Molt insatisfet	14,7	11,3	10,0	0,0	16,0	16,7	20,0	23,3
Insatisfet	35,2	37,5	26,7	26,7	38,7	46,7	23,3	30,0
Ni satisfet ni insatisfet	24,6	22,5	26,7	33,3	25,3	23,3	36,7	13,3
Satisfet	23,4	28,8	33,3	36,7	16,7	13,3	16,7	33,3
Molt satisfet	0,5	0,0	3,3	0,0	0,0	0,0	3,3	0,0
NS/NC	1,6	0,0	0,0	3,3	3,3	0,0	0,0	0,0
<b>Casos</b>	<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>
<b>Mitjanes</b>	<b>4,1</b>	<b>4,2</b>	<b>4,9</b>	<b>5,1</b>	<b>3,7</b>	<b>3,5</b>	<b>4,1</b>	<b>3,9</b>

## SATISFACCIÓ AMB LES AJUDES I SUBVENCIONS DE L'ADMINISTRACIÓ

	Total	SUBSECTOR						
		Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals
P.19								
Molt insatisfet	23,8	13,8	13,3	10,0	29,3	20,0	16,7	43,3
Insatisfet	36,4	45,0	46,7	23,3	34,0	36,7	40,0	23,3
Ni satisfet ni insatisfet	20,3	15,0	16,7	36,7	22,0	20,0	20,0	20,0
Satisfet	17,4	25,0	16,7	30,0	13,3	20,0	20,0	10,0
Molt satisfet	1,3	0,0	3,3	0,0	0,7	3,3	3,3	3,3
NS/NC	0,9	1,3	3,3	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0
<b>Casos</b>	<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>
<b>Mitjanes</b>	<b>3,5</b>	<b>4,0</b>	<b>3,8</b>	<b>4,7</b>	<b>3,2</b>	<b>3,9</b>	<b>4,0</b>	<b>2,8</b>

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	
P.20									
Molt insatisfet	22,1	13,8	20,0	10,0	23,3	20,0	26,7	40,0	
Insatisfet	39,0	40,0	36,7	26,7	42,7	43,3	30,0	33,3	
Ni satisfet ni insatisfet	22,7	27,5	26,7	30,0	21,3	16,7	23,3	13,3	
Satisfet	15,1	16,3	13,3	33,3	12,7	13,3	20,0	13,3	
Molt satisfet	1,1	2,5	3,3	0,0	0,0	6,7	0,0	0,0	
<b>Casos</b>	NS/NC	<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>3,5</b>	<b>3,9</b>	<b>3,5</b>	<b>4,6</b>	<b>3,3</b>	<b>3,6</b>	<b>3,3</b>	<b>2,7</b>

MITJANES	Total	SUBSECTOR						
		Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals
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?	4,1	4,1	4,3	4,7	4,1	3,8	4,2	3,7
<b>P.16J</b>								
<b>Casos</b>	<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>

# CONFIANÇA ALIMENTÀRIA



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

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

SATISFACCIÓ AMB ELS PREUS DELS ALIMENTS EN ELS ÚLTIMS MESOS

		Total	SUBSECTOR						
MITJANES			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals
<b>P.5C</b>	Els preus dels aliments	4,3	4,0	4,8	3,9	4,3	3,9	4,3	4,6
<b>Casos</b>		<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>

# ÀMBIT COMERCIAL

SATISFACCIÓ DE LES RELACIONS COMERCIALS AMB ELS CLIENTS

MITJANES		Total	SUBSECTOR						
			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinicola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals
P.6	Preus que paguen els seus clients pels productes alimentaris que els ven	4,7	4,5	5,5	5,0	4,3	5,0	5,2	5,6
P.7	Termini de pagament que te amb els seus clients	5,5	4,9	6,1	5,0	5,6	5,8	5,4	5,7
<b>Casos</b>		<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>

		Total	SUBSECTOR						
MITJANES			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals
P.8.A	Preus que paguen els seus clients pels productes alimentaris que els ven	1,5	1,3	1,4	1,6	1,5	1,5	1,4	1,5
P.8.B	Terminis de pagament que te amb els seus clients per els productes que els ven	1,5	1,6	1,5	1,4	1,5	1,5	1,6	1,5
<b>Casos</b>		<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>

MITJANES	Total	SUBSECTOR							
		Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinicola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals	
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.?	5,2	5,0	5,9	6,0	5,3	4,4	5,9	4,8
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.?	5,1	5,1	6,1	6,5	5,1	3,9	5,9	4,1
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?	5,2	4,7	6,0	5,4	5,2	5,5	6,1	4,6
<b>Casos</b>		<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>

MITJANES		Total	SUBSECTOR						
			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals
P.16A	Quina importància creu que té la qualificació i preparació tècnica del personal disponible actualment?	6,6	6,5	6,8	6,7	6,5	7,0	6,8	6,0
P.16B	Quina importància té en l'evolució de la seva empresa en quant a costos, el compliment de les mesures mediambientals?	6,5	6,6	7,1	6,6	6,6	7,0	6,5	5,5
P.16C	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?	5,9	6,2	6,1	5,6	6,0	5,8	6,4	5,1
P.16D	Quina importància té en l'evolució de la seva empresa la percepció d'ajudes o subvencions per part de l'Administració?	4,8	5,0	5,9	5,6	4,5	5,3	5,9	3,2
<b>Casos</b>		<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>

		Total	SUBSECTOR						
MITJANES			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals
P.16E	Quin grau de satisfacció té en relació a la qualificació i preparació tècnica del capital humà disponible actualment?	5,6	5,5	6,4	5,6	5,7	5,2	6,0	5,0
P.16F	Quin grau de satisfacció té en relació a la utilitat de la implantació del contracte global d'explotació?	5,2	5,2	5,8	4,9	5,2	4,8	5,1	4,7
<b>Casos</b>		<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>

		Total	SUBSECTOR						
MITJANES			Fruites i Hortalisses	Greixos i Olis	Vitivinícola	Carni	Làcti	Pesquer	Cereals
P.16G	En quina mesura afecta als seus costos el compliment de les mesures mediambientals?	5,8	6,1	6,1	6,2	5,8	6,3	5,5	4,6
	En quina mesura afecta a la seva activitat productiva el possible increment del cost de l'aigua que preveu la nova directiva marc de l'aigua?	5,7	6,1	6,3	6,2	5,6	5,8	5,2	4,7
P.16H	En quin grau condiciona les seves expectatives de futur a la percepció d'ajudes o subvencions per part de l'Administració?	4,8	5,1	5,6	5,6	4,5	5,1	5,0	4,0
P.16I									
<b>Casos</b>		<b>380</b>	<b>82</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>162</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>40</b>



# INDÚSTRIA

# IMPORTÀNCIA D'ASPECTES RELACIONATS AMB EL SECTOR

	4 <sup>o</sup> trimestre 2006	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	4 <sup>o</sup> trimestre 2003 (piloto)/ 1 <sup>o</sup> trimestre 2004
2.a. Importància que li dóna a: la qualitat dels aliments	9,3	9,2	9,3	9,5
2.b. Importància que li dóna a: la seguretat en el consum d'aliments	9,2	9,1	9,2	9,3
2.c. Importància que li dóna a: els preus dels aliments	7,4	7,8	7,9	8,0
	4 <sup>o</sup> trimestre 2006	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	4 <sup>o</sup> trimestre 2003 (piloto)/ 1 <sup>o</sup> trimestre 2004
3.a. Els preus que li paguen els seus clients per els productes alimentaris que vostè els ven	7,1	6,9	6,7	5,5
3.b. Els terminis de pagament que te amb els seus clients per els productes alimentaris que vostè els ven	5,6	5,6	5,0	4,2
3.c. Els preus que paga als seus proveïdors per els productes alimentaris que els ven	5,6	5,4	5,7	6,1
3.d. Els terminis de pagament que negocia amb els seus proveïdors per els productes alimentaris que els ven	4,3	4,5	4,6	5,4
3.e. La qualitat de servei que li ofereixen els seus proveïdors: puntualitat en les entregues, compliment amb els pactes, etc.	5,2	5,8	6,1	6,0
	4 <sup>o</sup> trimestre 2006	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	4 <sup>o</sup> trimestre 2003 (piloto)/ 1 <sup>o</sup> trimestre 2004
4. Importància que té la gestió de les administracions públiques com organisme de recolzament e incentius per la indústria	5,5	5,2	6,0	6,1
5. Importància que tenen les administracions públiques en quant al seguiment de preus d'aliments	5,0	4,8	5,3	4,5
	4 <sup>o</sup> trimestre 2006	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	4 <sup>o</sup> trimestre 2003 (piloto)/ 1 <sup>o</sup> trimestre 2004
6. Importància que te, en l'evolució de la seva l'ampliació de la UE	5,0	5,2	5,3	5,2
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	4,5	5,0	4,5	4,6
8. Importància que te en l'evolució de la seva empresa la competència que li fan els productes importats d'altres països	5,6	5,6	5,4	5,0

## Importancia de aspectos

	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	2003 (piloto)/ 1 <sup>o</sup> trimestre 2004
2.a. Importancia que le da a: la calidad de los alimentos	9,2	9,3	9,5
2.b. Importancia que le da a: la seguridad en el consumo de alimentos	9,1	9,2	9,3
2.c. Importancia que le da a: los precios de los alimentos	7,8	7,9	8,0
	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	2003 (piloto)/ 1 <sup>o</sup> trimestre 2004
3.a. Els preus que li paguen els seus clients pels productes alimentaris que vostè els ven	6,9	6,7	5,5
3.b. Els terminis de pagament que té amb els seus clients pels productes alimentaris que vostè els ven	5,6	5,0	4,2
3.c. Els preus que paga als seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen	5,4	5,7	6,1
3.d. Els terminis de pagament que negocia amb els seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen	4,5	4,6	5,4
3.e. La qualitat de servei que li ofereixen els seus proveïdors: puntualitat en els lliuraments, compliment amb els pactes, etc.	5,8	6,1	6,0
	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	2003 (piloto)/ 1 <sup>o</sup> trimestre 2004
4. Importància que té les administracions públiques quant al seguiment de preus dels aliments	5,2	6,0	6,1
5. Importancia que tiene las administraciones públicas en cuanto al seguimiento de precios de los alimentos	4,8	5,3	4,5
	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	2003 (piloto)/ 1 <sup>o</sup> trimestre 2004
6. Importància que té, en l'evolució de la seva empresa l'ampliació de la UE	5,2	5,3	5,2
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	5,0	4,5	4,6
8. Importància que té en l'evolució de la seva empresa la competència que li fan els productes importats d'altres països	5,6	5,4	5,0

# CONJUNTURA ECONÒMICA

## SITUACIÓ ECONÒMICA PERSONAL (respecte a un any endarrera)

		Total
P.1	Molt Pitjor	4,8
	Pitjor	17,7
	Igual	40,3
	Millor	34,7
	Molt Millor	1,1
	NS/NC	1,3
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitjana</b>		<b>5,1</b>

## SITUACIÓ ECONÒMICA PERSONAL (perspectives per al pròxim any)

		Total
P.2	Molt Pitjor	2,7
	Pitjor	14,0
	Igual	32,3
	Millor	40,0
	Molt Millor	5,1
	NS/NC	5,9
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>MITJANA</b>		<b>5,5</b>

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

		Total
P.3	Molt Pitjor	4,2
	Pitjor	27,2
	Igual	29,1
	Millor	38,1
	NS/NC	1,3
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitjana</b>		<b>5,0</b>



## SITUACIÓ ECONÒMICA DE CATALUNYA (perspectives per al pròxim any)

		Total
P.3A	Molt Pitjor	7,4
	Pitjor	30,1
	Igual	23,4
	Millor	36,3
	Molt Millor	1,3
	NS/NC	1,5
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitjana</b>		<b>4,9</b>

# CONJUNTURA SECTORIAL

SITUACIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI EN RELACIÓ A ALTRES  
SECTORS ECONÒMICS

		Total
P.4	Molt Pitjor	6,3
	Pitjor	32,4
	Igual	44,7
	Millor	13,9
	NS/NC	2,7
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitjana</b>		<b>4,4</b>

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

		<b>Total</b>
P.4A	Molt Pitjor	4,4
	Pitjor	32,7
	Igual	40,7
	Millor	19,9
	NS/NC	2,5
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitjana</b>		<b>4,5</b>

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

		Total
P.11	Insatisfet	2,7
	Ni satisfet ni insatisfet	13,7
	Satisfet	75,5
	Molt satisfet	8,0
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitja</b>		<b>7,0</b>

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

		<b>Total</b>
P.12	Insatisfet	6,4
	Ni satisfet ni insatisfet	12,6
	Satisfet	50,8
	Molt satisfet	30,2
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitja</b>		<b>7,5</b>

En relació a la pregunta anterior, digui'm la importància que creu que atorga el client al fet que els productes elaborats tinguin algun d'aquests distintius de qualitat

		Total
P.13	Gens Important	1,4
	Important	2,1
	Una mica important	18,3
	Bastant Important	48,6
	Molt Important	21,9
	NS/NC	7,7
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitjana</b>		<b>7,1</b>

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

		<b>Total</b>
P.14	Molt insatisfet	18,4
	Insatisfet	45,5
	Ni satisfet ni insatisfet	21,0
	Satisfet	13,4
	Molt satisfet	0,3
	NS/NC	1,4
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitjana</b>		<b>3,5</b>



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

		Total
P.15	Insatisfet	16,7
	Ni satisfet ni insatisfet	37,3
	Satisfet	28,2
	Molt satisfet	15,1
	NS/NC	2,6
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitja</b>		<b>3,7</b>

Quin grau de satisfacció li mereix l'evolució de la situació del sector agroalimentari a Catalunya en l'últim any?

		Total
P.16	Molt insatisfet	7,9
	Insatisfet	27,3
	Ni satisfet ni insatisfet	37,2
	Satisfet	27,6
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitja</b>		<b>4,7</b>

AVALUACIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI EN L'ÚLTIM ANY

		Total
P.17	Molt insatisfet	3,8
	Insatisfet	35,0
	Ni satisfet ni insatisfet	26,1
	Satisfet	34,8
	Molt satisfet	0,3
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitjana</b>		<b>4,8</b>

AVALUACIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI A CATALUNYA EN  
L'ÚLTIM ANY

		Total
P.17A	Molt insatisfet	4,2
	Insatisfet	17,8
	Ni satisfet ni insatisfet	39,6
	Satisfet	33,9
	Molt satisfet	1,6
	NS/NC	2,9
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitja</b>		<b>7,8</b>

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

		<b>Total</b>
P.18	Molt insatisfet	11,9
	Insatisfet	41,8
	Ni satisfet ni insatisfet	27,7
	Satisfet	14,2
	Molt satisfet	1,3
	NS/NC	3,0
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitja</b>		<b>4,0</b>

EVOLUCIÓ DE LES VENDES EN L'ÚLTIM ANY

		Total
P.19	Molt insatisfet	6,0
	Insatisfet	8,2
	Ni satisfet ni insatisfet	27,4
	Satisfet	56,4
	Molt satisfet	1,8
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitjana</b>		<b>5,6</b>

PRESPECTIVES DE LES VENDES PER ELS PRÒXIMS MESOS

		Total
P.20	Molt insatisfet	3,9
	Insatisfet	6,2
	Ni satisfet ni insatisfet	20,2
	Satisfet	64,6
	Molt satisfet	2,9
	NS/NC	2,1
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitja</b>		<b>6,0</b>

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

		<b>Total</b>
P.21	Molt insatisfet	4,3
	Insatisfet	8,9
	Ni satisfet ni insatisfet	20,9
	Satisfet	61,2
	Molt satisfet	3,5
	NS/NC	1,2
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitjana</b>		<b>6,0</b>



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

		<b>Total</b>
P.22	Molt insatisfet	4,6
	Insatisfet	20,0
	Ni satisfet ni insatisfet	20,5
	Satisfet	52,1
	Molt satisfet	0,3
	NS/NC	2,5
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitja</b>		<b>5,4</b>

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.23	Molt insatisfet	2,1
	Insatisfet	7,2
	Ni satisfet ni insatisfet	24,2
	Satisfet	54,1
	Molt satisfet	12,4
	NS/NC	0,1
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitja</b>		<b>6,3</b>

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

		Total
P.24	Molt insatisfet	1,6
	Insatisfet	7,5
	Ni satisfet ni insatisfet	23,1
	Satisfet	41,1
	Molt satisfet	21,5
	NS/NC	5,2
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitja</b>		<b>6,8</b>

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

		Total
P.25	Res	5,7
	Poc	9,3
	Una mica	19,3
	Bastant	56,4
	Molt	7,5
	NS/NC	1,8
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitja</b>		<b>6,0</b>

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.26	Molt insatisfet	16,2
	Insatisfet	17,4
	Ni satisfet ni insatisfet	21,2
	Satisfet	25,8
	Molt satisfet	1,5
	NS/NC	18,0
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitja</b>		<b>4,3</b>

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.27	Molt insatisfet	14,7
	Insatisfet	15,2
	Ni satisfet ni insatisfet	25,0
	Satisfet	38,9
	NS/NC	6,2
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitja</b>		<b>4,8</b>

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

		Total
P.28	Res	1,4
	Poc	28,7
	Una mica	32,9
	Bastant	34,6
	Molt	0,8
	NS/NC	1,7
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitja</b>		<b>5,0</b>

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

		Total
P.29	Res	6,8
	Poc	24,1
	Una mica	27,3
	Bastant	37,6
	Molt	1,4
	NS/NC	2,7
<b>Casos</b>		<b>192</b>
<b>Mitja</b>		<b>5,0</b>



# CONFIANÇA ALIMENTÀRIA

## GRAU DE CONFIANÇA EN ELS ALIMENTS

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

# ÀMBIT COMERCIAL

SATISFACCIÓ

MITJANES		Total
P.6	Creu que són adequats els preus que paga als seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen?	5,1
P.7	Creu que són adequats els terminis de pagament que negocia amb els seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen?	5,5
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?	6,9
<b>Casos</b>		<b>192</b>

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

		<b>Total</b>
<b>MITJANES</b>		
<b>P.26</b>	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?	4,3
<b>P.27</b>	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?	4,8
<b>Casos</b>		<b>192</b>

# 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	6,0	6,6	7,0	6,6
1.b. Influència de la conjuntura econòmica del sector agroalimentari en l'evolució del seu negoci	6,2	7,3	7,0	7,1
1.c. Influència de la confiança en els productes que es negocien en el seu sector, en l'evolució del seu negoci	7,4	7,8	8,3	8,0
1.d. Influència de la satisfacció amb les relacions comercials que manté en el seu sector en l'evolució del seu negoci	7,0	7,4	8,0	7,7



## Importància d'aspectes

	4 <sup>o</sup> trimestre 2006	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	4 <sup>o</sup> trimestre 2003 (pilot)/ 1 <sup>o</sup> trimestre 2004
2.a. Importància que li dóna a: la qualitat dels aliments	9,1	9,4	9,7	9,0
2.b. Importància que li dóna a: la seguretat en el consum d'aliments	9,0	9,3	9,5	9,0
2.c. Importància que li dóna a: els preus dels aliments	7,5	8,3	8,2	7,5
	4 <sup>o</sup> trimestre 2006	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	4 <sup>o</sup> trimestre 2003 (pilot)/ 1 <sup>o</sup> trimestre 2004
3.a. Els preus que li paguen els seus clients pels productes alimentaris que vostè els ven	7,1	7,6	6,8	7,5
3.b. Els terminis de pagament que té amb els seus clients pels productes alimentaris que Vè. els ven	5,4	5,8	5,7	4,8
3.c. Els preus que paga als seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen	5,8	5,4	6,1	5,5
3.d. Els terminis de pagament que negocia amb els seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen	3,8	4,7	3,7	3,0
3.e. La qualitat de servei que li ofereixen els seus proveïdors: puntualitat en els lliuraments, compliment amb els pactes i suport rebut, etc.	6,0	4,5	5,9	7,2
	4 <sup>o</sup> trimestre 2006	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	4 <sup>o</sup> trimestre 2003 (pilot)/ 1 <sup>o</sup> trimestre 2004
5. Importància que té sobre el seu negoci l'associacionisme i cooperativisme del sector productor	5,7	6,0	5,9	5,7
	4 <sup>o</sup> trimestre 2006	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	4 <sup>o</sup> trimestre 2003 (pilot)/ 1 <sup>o</sup> trimestre 2004
6. Importància que té la gestió de les administracions públiques quant al seguiment de preus dels aliments	5,7	4,4	4,2	3,2

# CONJUNTURA ECONÒMICA

SITUACIÓ ECONÒMICA PERSONAL (respecte a un any enrera)

		Total
P.1	Pitjor	7,9
	Igual	60,1
	Millor	31,1
	Molt millor	1,0
<b>Casos</b>		<b>31</b>
<b>Mitja</b>		<b>5,3</b>

**SITUACIÓ ECONÒMICA PERSONAL**  
(perspectives per al pròxim any)

		<b>Total</b>
P.2	Pitjor	11,4
	Igual	53,1
	Millor	34,6
	Molt millor	1,0
<b>Casos</b>		<b>31</b>
<b>Mitja</b>		<b>5,3</b>

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

P.3	Molt pitjor	4,4
	Pitjor	29,2
	Igual	37,8
	Millor	26,7
	NS/NC	1,9
<b>Casos</b>		<b>31</b>
<b>Mitja</b>		<b>4,7</b>

# 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
<b>Casos</b>		<b>31</b>
<b>Mitja</b>		<b>4,5</b>

AVALUACIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI EN L'ÚLTIM ANY

		Total
P.14	Insatisfet	11,3
	Ni satisfet ni insatisfet	32,4
	Satisfet	55,3
	NS/NC	1,0
<b>Casos</b>		<b>31</b>
<b>Mitja</b>		<b>5,6</b>



EVOLUCIÓ DE LES VENDES EN L'ÚLTIM ANY

		Total
P.15	Insatisfet	11,9
	Ni satisfet ni insatisfet	24,2
	Satisfet	63,8
<b>Casos</b>		<b>31</b>
<b>Mitjana</b>		<b>6,0</b>

PRESPECTIVES DE LES VENDES PER ALS PRÒXIMS MESOS

		Total
P.16	Pitjor	12,9
	Igual	17,2
	Millor	68,9
	Molt millor	1,0
<b>Casos</b>		<b>31</b>
<b>Mitja</b>		<b>6,3</b>

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

		Total
P.13	Molt insatisfet	11,3
	Insatisfet	18,8
	Ni satisfet ni insatisfet	42,8
	Satisfet	27,0
<b>Casos</b>		<b>31</b>
<b>Mitja</b>		<b>4,6</b>

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

		<b>Total</b>
P.12	Molt insatisfet	23,3
	Insatisfet	32,4
	Ni satisfet ni insatisfet	20,8
	Satisfet	23,6
<b>Casos</b>		<b>31</b>
<b>Mitja</b>		<b>3,8</b>

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

		<b>Total</b>
P.17	Molt insatisfet	3,4
	Insatisfet	18,6
	Ni satisfet ni insatisfet	27,7
	Satisfet	42,4
	NS/NC	7,9
<b>Casos</b>		<b>31</b>
<b>Mitja</b>		<b>5,4</b>

**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	18,0
	Ni satisfet ni insatisfet	24,9
	Satisfet	57,2
<b>Casos</b>		<b>31</b>
<b>Mitja</b>		<b>5,8</b>

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	6,6
P.5c	els preus dels aliments	4,4
<b>Casos</b>		<b>31</b>

## GRAU D'ADEQUACIÓ

MITJANES		Total
6	¿Creu que són adequats els preus que paga als seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen?	5,5
7	¿Creu que són adequats els terminis de pagament que negocia amb els seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen?	5,7
8	¿Creu que són adequats els preus que li paguen els seus clients pels productes alimentaris que vostè els hi ven?	6,1
9	¿Creu que són adequats els terminis de pagament que tenen amb els seus clients pels productes alimentaris que els hi ven?	4,6
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?	6,5
<b>Casos</b>		<b>31</b>



## SATISFACCIÓ

MITJANES		Total
11.A	Preus que paga als seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen	3,8
11.B	Terminis de pagament que negocia amb els seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen	3,0
11.C	Preus que li paguen els seus clients pels productes alimentaris que vostè els hi ven	3,4
11.D	Terminis de pagament que té amb els seus clients pels productes alimentaris que els hi ven	2,2
11.E	Qualitat de servei que li ofereixen els seu proveïdors: puntualitat en les entregues, compliment amb allò pactat i recolzament rebut	2,6
<b>Casos</b>		<b>31</b>

# DISTRIBUÏDORS

# IMPORTÀNCIA D'ASPECTES RELACIONATS AMB EL SECTOR

## IMPORTÀNCIA D'ASPECTES RELACIONATS AMB EL SECTOR

**DISTRIBUÏDORS**

Base: 700

### Importància d'aspectes

	4 <sup>o</sup> trimestre 2006	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	4 <sup>o</sup> trimestre 2003 (pilot)/ 1 <sup>o</sup> trimestre 2004
1.a. Influència de la conjuntura econòmica del país en l'evolució del seu negoci	6,2	5,8	6,3	6,2
1.b. Influència de la conjuntura econòmica del sector agroalimentari en l'evolució del seu negoci	6,4	6,0	6,5	6,3
1.c. Influència de la confiança en els productes que es negocien en el seu sector en l'evolució del seu negoci	7,5	7,6	7,7	8,0
1.d. Influència de la satisfacció amb les relacions comercials que manté en el seu sector, en l'evolució del seu negoci	7,1	7,1	7,2	7,4

### Importància d'aspectes

	4 <sup>o</sup> trimestre 2006	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	4 <sup>o</sup> trimestre 2003 (pilot)/ 1 <sup>o</sup> trimestre 2004
2.a. Importància que li dóna a: la qualitat dels aliments	9,2	9,2	9,3	9,3
2.b. Importància que li dóna a: la seguretat en el consum d'aliments	9,2	9,1	9,2	9,2
2.c. Importància que li dóna a: els preus dels aliments	7,7	7,8	7,8	8,1
	4 <sup>o</sup> trimestre 2006	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	4 <sup>o</sup> trimestre 2003 (pilot)/ 1 <sup>o</sup> trimestre 2004
3.a. Els preus que paga als seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen	6,7	6,0	7,6	6,7
3.b. Els terminis de pagament que negocia amb els seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen	4,9	7,1	4,5	4,4
3.c. La qualitat de servei que li ofereixen els seus proveïdors: puntualitat en les entregues, compliment amb allò pactat i recolzament rebut	7,4	6,3	8,2	7,8
4. Importància que tenen els costos logístics sobre el marge del seu negoci	6,4	6,2	6,4	6,2
	4 <sup>o</sup> trimestre 2006	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	4 <sup>o</sup> trimestre 2003 (pilot)/ 1 <sup>o</sup> trimestre 2004
5. Importància que té la gestió de les administracions públiques com a organisme de recolzament i incentius per la indústria	5,7	4,9	5,9	4,7
6. Importància que tenen les administracions públiques en quant al seguiment de preus dels aliments	5,7	4,8	5,6	4,3

# CONJUNTURA ECONÒMICA

## SITUACIÓ ECONÒMICA PERSONAL ACTUAL (respecte un any endarrera)

		Total	Tenda	Mercat	Venta Organitzada
P.1	Molt Pitjor	5,2	6,6	9,1	4,3
	Pitjor	16,6	20,3	37,6	13,8
	Igual	46,6	46,6	35,8	47,2
	Millor	29,4	24,8	16,3	32,1
	Molt Millor	1,1	0,0	1,2	1,6
	NS/NC	1,1	1,6	0,0	1,0
<b>Casos</b>		<b>355</b>	<b>125</b>	<b>100</b>	<b>130</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>5,1</b>	<b>4,8</b>	<b>4,4</b>	<b>5,3</b>

## SITUACIÓ ECONÒMICA PERSONAL ACTUAL (perspectives pel pròxim any)

		Total	Tenda	Mercat	Venta Organitzada
P.2	Molt Pitjor	5,9	8,1	10,3	4,7
	Pitjor	15,8	23,0	35,1	11,6
	Igual	44,4	40,4	27,9	47,0
	Millor	30,4	24,8	23,7	33,1
	Molt Millor	1,3	1,0	0,0	1,6
	NS/NC	2,2	2,6	3,0	2,0
<b>Casos</b>		<b>355</b>	<b>125</b>	<b>100</b>	<b>130</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>5,0</b>	<b>4,7</b>	<b>4,3</b>	<b>5,3</b>

## SITUACIÓ ECONÒMICA D'ESPANYA (perspectives pel pròxim any)

		Total	Tenda	Mercat	Venta Organitzada
<b>P.3</b>	Molt Pitjor	3,9	4,5	7,9	3,4
	Pitjor	26,6	38,0	42,4	20,8
	Igual	31,8	36,7	24,3	30,1
	Millor	36,4	18,7	23,6	44,8
	Molt Millor	0,2	0,5	0,0	0,0
	NS/NC	1,2	1,6	1,9	0,9
<b>Casos</b>		<b>355</b>	<b>125</b>	<b>100</b>	<b>130</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>5,0</b>	<b>4,5</b>	<b>4,2</b>	<b>5,3</b>



## SITUACIÓ ECONÒMICA DE CATALUNYA (perspectives pel pròxim any)

		Total	Tenda	Mercat	Venta Organitzada
<b>P.3a</b>	Molt Pitjor	4,4	5,0	9,1	3,8
	Pitjor	26,4	32,1	38,8	23,2
	Igual	28,9	39,6	23,7	24,5
	Millor	39,0	22,2	27,8	47,0
	Molt Millor	0,4	0,0	0,0	0,5
	NS/NC	1,0	1,0	0,6	0,9
<b>Casos</b>		<b>355</b>	<b>125</b>	<b>100</b>	<b>130</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>5,1</b>	<b>4,6</b>	<b>4,3</b>	<b>5,3</b>

# CONJUNTURA SECTORIAL

## SITUACIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI EN RELACIÓ A ALTRES SECTORS ECONÒMICS

		Total	Tenda	Mercat	Venta Organitzada
P.4	Molt Pitjor	2,5	3,0	6,7	2,0
	Pitjor	31,9	42,8	43,6	26,6
	Igual	30,5	35,9	33,4	28,0
	Millor	34,1	16,3	16,3	42,8
	Molt Millor	0,9	2,0	0,0	0,5
<b>Casos</b>	<b>NS/NC</b>	<b>355</b>	<b>125</b>	<b>100</b>	<b>130</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>5,0</b>	<b>4,5</b>	<b>4,3</b>	<b>5,2</b>

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

		Total	Tenda	Mercat	Venta Organitzada
<b>P.4a</b>	Molt Pitjor	1,9	2,5	4,9	1,5
	Pitjor	29,4	35,8	30,3	26,6
	Igual	37,9	38,5	45,5	37,1
	Millor	29,9	21,2	19,4	34,3
	Molt Millor	0,5	0,5	0,0	0,5
	NS/NC	0,4	1,5	0,0	0,0
<b>Casos</b>		<b>355</b>	<b>125</b>	<b>100</b>	<b>130</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>5,0</b>	<b>4,7</b>	<b>4,6</b>	<b>5,2</b>

## EVOLUCIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI EN L'ÚLTIM ANY

		Total	Tenda	Mercat	Venta Organitzada
<b>P.11</b>	Molt insatisfet	1,7	5,0	6,7	0,0
	Insatisfet	22,0	24,0	24,2	21,1
	Ni satisfet ni insatisfet	33,9	38,3	40,0	31,7
	Satisfet	39,7	30,7	26,7	44,3
	Molt satisfet	0,4	0,5	0,0	0,4
	NS/NC	2,3	1,6	2,4	2,6
<b>Casos</b>		<b>355</b>	<b>125</b>	<b>100</b>	<b>130</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>5,3</b>	<b>4,9</b>	<b>4,7</b>	<b>5,5</b>

## EVOLUCIÓ DEL SECTOR AGROALIMENTARI A CATALUNYA EN L'ÚLTIM ANY

		Total	Tenda	Mercat	Venta Organitzada
<b>P.11a</b>	Molt insatisfet	2,7	5,5	3,1	1,5
	Insatisfet	19,4	19,3	26,6	19,1
	Ni satisfet ni insatisfet	30,2	36,8	31,6	27,2
	Satisfet	45,6	37,3	38,8	49,6
	Molt satisfet	0,8	0,5	0,0	1,0
	NS/NC	1,2	0,5	0,0	1,6
<b>Casos</b>		<b>355</b>	<b>125</b>	<b>100</b>	<b>130</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>5,4</b>	<b>5,1</b>	<b>5,0</b>	<b>5,6</b>

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

		Total	Tenda	Mercat	Venta Organitzada
<b>P.10</b>	Molt insatisfet	9,1	16,6	15,3	5,5
	Insatisfet	34,9	40,8	39,9	32,0
	Ni satisfet ni insatisfet	25,5	17,5	24,2	29,0
	Satisfet	27,2	20,6	18,8	30,5
	Molt satisfet	3,4	4,6	1,8	3,0
<b>Casos</b>	<b>NS/NC</b>	<b>355</b>	<b>125</b>	<b>100</b>	<b>130</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>4,4</b>	<b>3,7</b>	<b>3,8</b>	<b>4,7</b>

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

		Total	Tenda	Mercat	Venta Organitzada
<b>P.9</b>	Molt insatisfet	15,3	26,9	26,2	9,7
	Insatisfet	30,8	43,1	40,5	25,0
	Ni satisfet ni insatisfet	25,4	12,9	14,5	31,5
	Satisfet	26,2	15,6	18,8	31,2
	Molt satisfet	2,2	1,5	0,0	2,6
<b>Casos</b>	<b>NS/NC</b>	<b>355</b>	<b>125</b>	<b>100</b>	<b>130</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>4,1</b>	<b>3,1</b>	<b>3,3</b>	<b>4,6</b>

## EVOLUCIÓ DE LES VENTES EN L'ÚLTIM ANY

		Total	Tenda	Mercat	Venta Organitzada
<b>P.12</b>	Molt insatisfet	1,9	3,0	1,9	1,5
	Insatisfet	13,8	22,3	42,3	8,5
	Ni satisfet ni insatisfet	16,2	31,8	28,5	8,8
	Satisfet	59,1	39,8	27,3	69,2
	Molt satisfet	7,8	1,5	0,0	11,0
	NS/NC	1,1	1,6	0,0	1,0
<b>Casos</b>		<b>355</b>	<b>125</b>	<b>100</b>	<b>130</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>6,1</b>	<b>5,2</b>	<b>4,7</b>	<b>6,5</b>



## PERSPECTIVES DE LES VENTES PELS PRÒXIMS MESOS

		Total	Tenda	Mercat	Venta Organitzada
P.13	Molt Pitjor	1,6	1,5	4,9	1,5
	Pitjor	12,7	20,2	31,0	8,4
	Igual	20,8	37,0	33,3	13,2
	Millor	56,8	37,2	29,7	66,8
	Molt Millor	5,9	2,5	0,0	7,7
	NS/NC	2,2	1,6	1,2	2,6
<b>Casos</b>		<b>355</b>	<b>125</b>	<b>100</b>	<b>130</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>6,1</b>	<b>5,4</b>	<b>4,8</b>	<b>6,4</b>

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

		Total	Tenda	Mercat	Venta Organitzada
<b>P.15A</b>	Molt insatisfet	0,8	0,0	3,7	1,0
	Insatisfet	16,0	27,8	36,4	9,8
	Ni satisfet ni insatisfet	24,1	32,0	29,0	20,3
	Satisfet	53,9	38,7	29,7	61,9
	Molt satisfet	3,3	0,0	0,0	4,9
	NS/NC	1,9	1,5	1,2	2,1
<b>Casos</b>		<b>355</b>	<b>125</b>	<b>100</b>	<b>130</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>5,8</b>	<b>5,2</b>	<b>4,6</b>	<b>6,1</b>

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

		Total	Tenda	Mercat	Venta Organitzada
<b>P.15B</b>	Molt insatisfet	0,3	0,5	5,5	0,0
	Insatisfet	13,6	23,4	36,4	8,1
	Ni satisfet ni insatisfet	32,4	31,9	27,3	32,9
	Satisfet	48,9	41,7	29,7	53,1
	Molt satisfet	2,9	1,0	0,0	3,9
	NS/NC	1,9	1,5	1,2	2,1
<b>Casos</b>		<b>355</b>	<b>125</b>	<b>100</b>	<b>130</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>5,7</b>	<b>5,3</b>	<b>4,6</b>	<b>5,9</b>

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

		Total	Tenda	Mercat	Venta Organitzada
<b>P.14</b>	Molt insatisfet	1,8	1,0	3,0	2,0
	Insatisfet	10,8	19,8	24,3	6,1
	Ni satisfet ni insatisfet	29,8	37,3	37,6	26,1
	Satisfet	43,9	33,8	29,0	49,2
	Molt satisfet	5,6	1,5	0,0	7,6
	NS/NC	8,1	6,5	6,1	9,0
<b>Casos</b>		<b>355</b>	<b>125</b>	<b>100</b>	<b>130</b>
<b>Mitjanes</b>		<b>5,8</b>	<b>5,3</b>	<b>4,9</b>	<b>6,1</b>

# CONFIANÇA ALIMENTÀRIA

## GRAU DE CONFIANÇA EN ELS ALIMENTS

MITJANES	Total	Tenda	Mercat	Venta Organitzada
5.a La qualitat dels aliments	6,0	6,0	5,9	5,9
5.b. La seguretat del consum dels aliments	6,6	6,7	6,1	6,5
5.c Els preus dels aliments	4,9	4,5	4,0	5,1
<b>Casos</b>	<b>355</b>	<b>125</b>	<b>100</b>	<b>130</b>

# ÀMBIT COMERCIAL

### RELACIONS COMERCIALS AMB ELS PROVEÏDORS

MITJANES	Total	Tenda	Mercat	Venta Organitzada
6. ¿Creu que són adequats els preus que paga als seus proveïdors pels productes alimentaris que li venen a la seva empresa?	5,5	5,3	4,7	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?	6,0	5,9	5,5	6,1
8. ¿Creu que és adequada la qualitat de servei que li ofereixen els seus proveïdors: puntualitat d'entregues, compliment amb allò pactat i recolzament rebut?	6,8	7,2	6,6	6,7
<b>Casos</b>	<b>355</b>	<b>125</b>	<b>100</b>	<b>130</b>

# CONSUMIDORS



# IMPORTÀNCIA D'ASPECTES RELACIONATS AMB EL SECTOR

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

		4 <sup>o</sup> trimestre 2006	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	4 <sup>o</sup> trimestre 2003 (pilot)/ 1 <sup>o</sup> 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	5,7	6,2	6,3	7,1
	6.b. Importància de la confiança que vostè té en els diferents productes a l'hora d'escollir quins aliments consumir	6,6	7,0	7,2	7,3
	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	6,3	6,5	6,6	6,8
	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.	6,1	6,3	6,3	6,7

### Importància dels següents aspectes en el consum d'aliments

		4 <sup>o</sup> trimestre 2006	4 <sup>o</sup> trimestre 2005	4 <sup>o</sup> trimestre 2004	4 <sup>o</sup> trimestre 2003 (pilot)/ 1 <sup>o</sup> trimestre 2004
confiança alimentària	12.a. Importància que li dóna a: la qualitat dels aliments	8,8	8,9	9,0	9,2
	12.b. Importància que li dóna a: la seguretat en el consum d'aliments	8,7	8,8	8,9	9,0
	12.c. Importància que li dóna a: els preus dels aliments	7,5	7,9	7,9	8,5

## Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments

		4º trimestre 2006	4º trimestre 2005	4º trimestre 2004	4º trimestre 2003 (pilot)/ 1º trimestre 2004
confiança alimentària	7.a.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Carns (porcí, pollastre, bedella, ...)	6,9	7,0	7,0	7,5
	7.b.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Peixos	7,3	7,4	7,3	7,8
	7.c.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Embotits	4,9	5,1	5,0	5,1
	7.d.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Olis	8,0	8,1	8,1	8,1
	7.e.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: llet i derivats	7,8	8,1	8,2	8,4
	7.f.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Ous	6,9	6,9	6,9	7,2
	7.g.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Aliments congelats	4,7	4,6	4,5	4,4
	7.h.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Friutes	8,0	8,2	8,2	8,5
	7.i.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Hortalitzes	7,9	8,2	8,2	8,5
	7.j.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Vi	3,7	3,9	3,9	3,7
	7.k.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Altres begudes alcohòliques	2,2	2,6	2,5	2,3
	7.l.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Begudes no alcohòliques (suc i refrescs)	5,4	5,6	5,5	5,5
	7.m.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Ultramarins (farines, arròs, conserves, etc.)	6,5	6,7	6,7	6,9
	7.n.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Forn de pa i pastisseria	5,8	6,2	6,2	5,9
	7.ñ.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Menjar industrial	2,0	2,1	2,1	2,2
	7.o.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Menjar preparat en el pròpi establiment	2,5	3,0	2,9	2,8
7.p.Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: Productes amb denominació d'origen	6,2	6,5	6,4	6,1	

## Importància d'aspectes

confiança alimentària	8.a. Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: les marques líders o més conegudes	5,8	6,1	6,1	6,7
	8.b. Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: les marques pròpies de l'estableiment	5,9	5,9	6,0	6,4
	8.c. Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: les marques més barates	4,4	4,7	4,6	5,1
	8.d. Importància dels diferents productes en el seu consum d'aliments: els productes en oferta	5,8	5,8	5,8	6,3
	14.a. Importància a l'hora de realitzar les seves compres: hipermercats	6,4	6,4	6,3	6,3
	14.b. Importància a l'hora de realitzar les seves compres: supermercats	6,8	7,0	7,1	6,9
	etc.)	5,1	5,5	5,4	5,4
	14.d. Importància a l'hora de realitzar les seves compres: tendes de barri	5,4	5,5	5,3	6,1
	14.e. Importància a l'hora de realitzar les seves compres: mercats	5,8	5,9	5,7	6,2
	14.f. Importància a l'hora de realitzar les seves compres: "mercadillos"	3,7	3,9	3,6	4,3
		<i>4º trimestre</i>	<i>4º trimestre</i>	<i>4º trimestre</i>	<i>4º trimestre</i>
		<i>2006</i>	<i>2005</i>	<i>2004</i>	<i>2003 (pilot/ 1º trimestre 2004)</i>
confiança alimentària	9. Importància de la informació dels aliments disponible en envasos i etiquetes	7,0	7,0	7,1	7,5
	10. Importància de la informació que els mitjans de comunicació li ofereixen sobre temes alimentaris	5,7	5,8	5,9	5,7
	11. Importància que té la gestió de l'administració pública en matèria de control alimentari	6,4	6,5	6,6	6,6
	13. Importància que tenen les administracions públiques en quant a seguiment de preus dels aliments	6,2	6,4	6,5	-

# CONJUNTURA ECONÒMICA

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

P.2	TOTAL	Area	Resta	Tarragona	Lleida	Girona
		Metropolitana	Província Barcelona			
Molt Pitjor	3,2	4,0	1,0	5,0	4,0	4,0
Pitjor	19,0	18,7	19,0	17,0	17,0	24,0
Igual	48,6	47,3	50,0	50,0	48,0	49,0
Millor	25,9	25,3	28,0	24,0	26,0	23,0
Molt Millor	2,9	4,0	2,0	3,0	4,0	0,0
NS/NC	0,4	0,7	0,0	1,0	1,0	0,0
<b>CASOS</b>	<b>550</b>	<b>243</b>	<b>171</b>	<b>54</b>	<b>31</b>	<b>51</b>
Mitjana	5,1	5,1	5,2	5,0	5,1	4,9

## SITUACIÓ ECONÒMICA PERSONAL (perspectives pel pròxim any)

P.3	TOTAL	Area	Resta			
		Metropolitana	Província Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona
Molt Pitjor	2,5	4,0	0,0	4,0	4,0	1,0
Pitjor	19,4	18,0	22,0	15,0	19,0	22,0
Igual	43,1	44,7	39,0	52,0	39,0	42,0
Millor	26,7	23,3	33,0	22,0	27,0	26,0
Molt Millor	4,4	6,7	3,0	3,0	3,0	1,0
NS/NC	4,0	3,3	3,0	4,0	8,0	8,0
<b>CASOS</b>	<b>550</b>	<b>243</b>	<b>171</b>	<b>54</b>	<b>31</b>	<b>51</b>
Mitjana	5,3	5,3	5,4	5,2	5,2	5,2

## SITUACIÓ ECONÒMICA D'ESPANYA (perspectiva pel pròxim any)

P.4	TOTAL	Area	Resta			
		Metropolitana	Província Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona
Molt Pitjor	1,7	2,0	0,0	3,0	6,0	2,0
Pitjor	31,4	30,0	33,0	29,0	27,0	38,0
Igual	38,3	39,3	41,0	34,0	37,0	30,0
Millor	21,2	19,3	24,0	25,0	23,0	16,0
Molt Millor	1,1	1,3	0,0	3,0	2,0	1,0
NS/NC	6,2	8,0	2,0	6,0	5,0	13,0
<b>CASOS</b>	<b>550</b>	<b>243</b>	<b>171</b>	<b>54</b>	<b>31</b>	<b>51</b>
Mitjana	4,8	4,8	4,8	4,9	4,8	4,4



# 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	2,3	3,3	1,0	4,0	2,0	0,0
Pitjor	31,4	30,0	37,0	26,0	21,0	31,0
Igual	37,7	40,7	35,0	36,0	35,0	36,0
Millor	23,8	20,7	23,0	30,0	35,0	28,0
Molt Millor	2,0	2,0	2,0	1,0	2,0	3,0
NS/NC	2,9	3,3	2,0	3,0	5,0	2,0
<b>CASOS</b>	<b>550</b>	<b>243</b>	<b>171</b>	<b>54</b>	<b>31</b>	<b>51</b>
Mitjana	4,9	4,9	4,9	4,9	5,4	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	14,2	16,7	12,0	13,0	14,0	11,0
Insatisfet	45,6	43,3	48,0	42,0	49,0	50,0
Ni satisfet ni insatisfet	18,6	14,7	21,0	27,0	16,0	22,0
Satisfet	18,5	21,3	18,0	13,0	19,0	12,0
Molt satisfet	0,3	0,0	0,0	1,0	0,0	2,0
NS/NC	2,9	4,0	1,0	4,0	2,0	3,0
<b>CASOS</b>	<b>550</b>	<b>243</b>	<b>171</b>	<b>54</b>	<b>31</b>	<b>51</b>
Mitjana	3,7	3,7	3,7	3,8	3,8	3,9

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

P.15	TOTAL	Area	Resta	Tarragona	Lleida	Girona
		Metropolitana	Província Barcelona			
No s'adapten en absolut	1,9	3,3	0,0	1,0	2,0	2,0
S'adapten poc	8,9	8,0	10,0	9,0	12,0	7,0
S'adapten una mica	17,5	18,7	17,0	11,0	11,0	24,0
S'adapten bastant	63,7	62,0	67,0	68,0	64,0	56,0
S'adapten totalment	7,8	7,3	6,0	11,0	11,0	11,0
NS/NC	0,3	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>CASOS</b>	<b>550</b>	<b>243</b>	<b>171</b>	<b>54</b>	<b>31</b>	<b>51</b>

## GRAU DE SATISFACCIÓ AMB EL SECTOR AGROALIMENTARI

MITJANES	TOTAL	Area Metropolitana	Resta Província Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona
P.12a. La qualitat dels aliments	5,5	5,3	5,6	5,6	6,0	5,5
P.12b. La seguretat en el consum d'aliments	5,6	5,4	5,8	6,0	6,3	5,6
P.12c. Els preus dels aliments	3,4	3,5	3,0	3,7	3,8	4,2
<b>CASOS</b>	<b>550</b>	<b>243</b>	<b>171</b>	<b>54</b>	<b>31</b>	<b>51</b>

# CONFIANÇA ALIMENTÀRIA

## GRAU DE CONFIANÇA EN ELS ALIMENTS

P.6	TOTAL	Area	Resta			Girona
		Metropolitana	Província Barcelona	Tarragona	Lleida	
Cap confiança	1,6	1,3	2,0	1,0	1,0	2,0
Poca confiança	9,8	11,3	8,0	9,0	4,0	13,0
Una mica confiança	19,3	24,7	17,0	12,0	12,0	14,0
Bastanta confiança	59,4	52,7	63,0	73,0	72,0	57,0
Molta confiança	9,9	10,0	10,0	5,0	11,0	14,0
<b>CASOS</b>	<b>550</b>	<b>243</b>	<b>171</b>	<b>54</b>	<b>31</b>	<b>51</b>
Mitjana	6,4	6,2	6,4	6,6	6,8	6,5

## GRU DE CONFIANÇA EN EL CONSUM D'ALIMENTS

MITJANES		TOTAL	Area Metropolitana	Resta Província Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona
P.7	<b>Carns</b>	6,4	6,3	6,7	6,3	6,8	6,1
	<b>Peixos</b>	6,7	6,6	6,6	7,1	7,2	6,5
	<b>Embotits</b>	5,9	5,7	6,3	5,9	6,1	5,8
	<b>Olis</b>	7,6	7,6	7,6	7,9	8,2	7,6
	<b>Llet i derivats</b>	7,1	7,0	7,2	7,1	7,3	7,2
	<b>Ous</b>	6,8	6,6	6,9	6,9	7,1	7,0
	<b>Aliments congelats</b>	5,9	5,6	6,1	6,1	6,5	5,7
	<b>Fruites</b>	7,3	7,2	7,1	7,4	7,6	7,5
	<b>Hortalitzes</b>	7,2	7,1	7,2	7,4	7,7	7,5
	<b>Vi</b>	6,4	6,3	6,5	6,5	6,6	6,5
	<b>Altres begudes alcohòliques</b>	5,2	5,2	5,3	5,4	5,7	4,5
	<b>Begudes no alcohòliques</b>	6,2	6,2	6,2	6,4	6,6	6,2
	<b>Ultramarins</b>	6,9	6,7	7,0	6,9	7,1	7,2
	<b>Forn de pa i pastisseria</b>	6,5	6,2	6,6	6,7	6,6	6,7
	<b>Menjar preparat industrial</b>	3,8	3,5	4,2	3,8	3,7	3,6
	<b>Menjar preparat en el propi establiment</b>	4,8	4,5	5,2	4,6	4,6	5,3
	<b>Productes amb denominació d'origen</b>	7,5	7,5	7,5	7,6	7,9	7,7
<b>CASOS</b>		<b>550</b>	<b>243</b>	<b>171</b>	<b>54</b>	<b>31</b>	<b>51</b>



## GRAU DE CONFIANÇA EN EL CONSUM D'ALIMENTS

MITJANES	TOTAL	Area Metropolitana	Resta Província Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona
<b>P8.a. Grau de confiança amb les marques líders o més conegudes</b>	6,8	6,8	6,7	6,9	7,2	6,7
<b>P8.b. Grau de confiança amb les marques pròpies del establiment</b>	6,5	6,5	6,5	6,4	6,8	6,6
<b>P8.c. Les marques més barates</b>	4,8	4,9	4,8	5,2	5,0	4,4
<b>P8.d. Grau de confiança amb els productes en oferta</b>	5,8	5,8	5,8	5,9	5,9	5,4
<b>P8.e. Grau de confiança amb els productes amb distintius de qualitat (Denominació d'Origen o similar)</b>	7,4	7,3	7,4	7,6	7,7	7,5
<b>CASOS</b>	<b>550</b>	<b>243</b>	<b>171</b>	<b>54</b>	<b>31</b>	<b>51</b>

## 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	6,6	6,4	6,8	6,8	7,4	6,4
<b>CASOS</b>	<b>550</b>	<b>243</b>	<b>171</b>	<b>54</b>	<b>31</b>	<b>51</b>

## GRAU DE CONFIANÇA EN EL CONSUM D'ALIMENTS

MITJANES		TOTAL	Area Metropolitana	Resta Província Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona
P.14	Hipermercats	6,5	6,4	6,7	6,5	6,5	6,4
	Supermercats	6,6	6,4	6,8	6,6	6,7	6,5
	Hard discount (Dia, Lidl, Plus, etc.)	5,7	5,6	5,8	5,5	6,1	5,5
	Botigues de Barri	6,6	6,5	6,6	6,5	7,2	6,5
	Mercats	7,2	7,2	7,2	7,2	6,8	7,3
	Mercadillos	4,5	4,1	4,6	5,2	5,4	4,7
<b>CASOS</b>		<b>550</b>	<b>243</b>	<b>171</b>	<b>54</b>	<b>31</b>	<b>51</b>

## GRAU DE SATISFACCIÓ AMB EL CONTROL I INFORMACIÓ SOBRE TEMES ALIMENTARIS

MITJANES		TOTAL	Area Metropolitana	Resta Província Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona
	P.9. Informació dels aliments disponibles en envasos i etiquetes	6,1	5,9	6,3	6,2	6,5	6,3
	P.10. Informació que els mitjans de comunicació li ofereixen sobre temes alimentaris	5,1	4,9	5,4	5,1	5,4	5,1
	P.11. Gestió de l'administració pública en matèria de control alimentari	5,5	5,4	5,7	5,6	5,8	5,4
<b>CASOS</b>		<b>550</b>	<b>243</b>	<b>171</b>	<b>54</b>	<b>31</b>	<b>51</b>



# Institut Cerdà

Numància 185  
08034 Barcelona  
Tel 932802323  
Fax 932801166

Diego de León, 30  
28006 Madrid  
Tel 915 639 572

[Institut.cerda@icerda.es](mailto:Institut.cerda@icerda.es) [www.icerda.es](http://www.icerda.es)

