



## Barómetro del clima de confianza del sector agroalimentario

Es una estadística oficial que se lleva realizando desde el año 2003. A partir de entrevistas a todos los agentes del sector agroalimentario (productores, industrias, mayoristas, distribuidores y consumidores) se obtiene un índice de confianza, un informe sobre aspectos generales del sector agroalimentario y monográficos de interés, todo ello con una periodicidad trimestral.

Para analizar la evolución de estos aspectos y hacer comparativas, se dividen los resultados en diferentes áreas de interés:

- Coyuntura económica del país: percepción sobre la evolución de la situación económica general del país, así como perspectivas de futuro.
- Coyuntura económica del sector agroalimentario: situación y evolución del sector agroalimentario.
- Confianza ante el consumo de alimentos: grado de confianza en el consumo de alimentos.
- Relaciones comerciales para productores, industria, mayoristas y distribuidores: satisfacción, plazos de pago, precios pagados, condiciones de suministro, etc.

En 2022 se publicaron dos monografías sobre nuevas tecnologías de mejora genética vegetal y 1) productores, industria, mayoristas y distribuidores<sup>1</sup>, y 2) consumidores<sup>2</sup>.

### Monográfico Nuevas Tecnologías de Mejora Genética Vegetal - Productores, Industria, Mayoristas y Distribuidores

Se pidió a diferentes agentes que calificaran en una escala de 0 (nada importante) a 10 (muy importante) el desarrollo y aplicación de nuevas tecnologías de mejora genética vegetal en relación con los siguientes objetivos:

- Contribuir a la reducción del desperdicio (por ejemplo, alimentos con una vida útil más larga).

---

<sup>1</sup> [https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/2022-3-trimestremejorageneticavegetal\\_tcm30-654219.pdf](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/2022-3-trimestremejorageneticavegetal_tcm30-654219.pdf)

<sup>2</sup> [https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/2022-3-trimestremejorageneticavegetalconsumidores\\_tcm30-654239.pdf](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/2022-3-trimestremejorageneticavegetalconsumidores_tcm30-654239.pdf)



- Incrementar el rendimiento de los cultivos.
- Mejorar la adaptación de los cultivos al cambio climático.
- Mejorar las propiedades nutricionales y la calidad de los alimentos y piensos (por ejemplo, alimentos con mayor contenido de vitaminas y antioxidantes).
- Reducir la dependencia de los cultivos de determinados insumos, como fertilizantes o productos fitosanitarios.

#### Hallazgos principales:

- Todos los objetivos obtuvieron puntuaciones medias superiores a 6,50 puntos.
- Los distribuidores fueron los agentes que peores valoraciones dieron a todos los objetivos.
- Los mayoristas fueron los agentes que otorgaron las calificaciones más altas.
- La mejora de las propiedades nutricionales y de calidad de los alimentos y piensos fue el objetivo al que menos importancia se atribuyó.
- Mejorar la capacidad de adaptación al cambio climático fue el objetivo más importante para los agentes empresariales.

### **Monográfico Nuevas Tecnologías de Mejora Genética Vegetal - Consumidores**

Se pidió a los entrevistados que calificaran en una escala de 0 (nada importante) a 10 (muy importante) el desarrollo y aplicación de nuevas tecnologías de mejora genética vegetal y sus productos derivados en relación con diferentes objetivos:

- Contribuir a la reducción del desperdicio (por ejemplo, alimentos con una vida útil más larga).
- Incrementar el rendimiento de los cultivos.
- Mejorar la adaptación de los cultivos al cambio climático.
- Mejorar las propiedades nutricionales y la calidad de los alimentos y piensos (por ejemplo, alimentos con mayor contenido de vitaminas y antioxidantes).
- Reducir la dependencia de los cultivos de determinados insumos, como fertilizantes o productos fitosanitarios.

#### Hallazgos principales:

- Todos los objetivos obtuvieron valoraciones medias en torno a los 7 puntos.



- Mejorar la capacidad de adaptación al cambio climático fue el objetivo con mayor puntuación media (7,37 puntos) y aumentar el rendimiento de los cultivos, el de menor (7,17 puntos).

A continuación, se pidió a los entrevistados que calificaran la importancia (escala de 0 a 10) de conocer información sobre estos cultivos y sus productos derivados en relación con:

- Sus características y propiedades.
- Contribución a la protección del medio ambiente.
- Su seguridad e inocuidad.
- Nombre exacto de la tecnología innovadora aplicada a la mejora de cultivos.

#### Hallazgos principales:

- Todas las cuestiones obtuvieron valoraciones medias en torno a 6/7 puntos.
- La información en relación con la seguridad e inocuidad cultivos y sus productos derivados fue la considerada como más importante para los consumidores (7,23 puntos), mientras que el nombre exacto de la tecnología aplicada en el proceso de mejora de los cultivos, la que menos (6,13 puntos).
- Los resultados fueron bastante homogéneos por sexo y edad. En general, las mujeres otorgaron valoraciones algo superiores a los hombres, y por edad, mientras que los mayores de 55 años dieron las valoraciones más bajas, las personas de entre 40 y 55 años dieron puntuaciones más altas.

Madrid, a 13 de mayo de 2024



# Spanish Barometer of the climate of trust on genetic improvement

## Barometer of the climate of trust in the agri-food sector

The agri-food trust climate barometer constitutes a novel tool, conducted since 2003, for planning public policies and evaluating the impact on the agri-food sector of changes in the socioeconomic and political environment. It is based on interviews with key agents of the agri-food sector (e.g. producers, industries, wholesalers, distributors and consumers) that collect information on their level of satisfaction and the climate of trust, which results in the periodic publication of a report on general aspects of the agri-food sector and of monographs of topics of interest.

To analyze the evolution of the analyse aspects and to make comparisons, the results are divided into different areas of interest:

- Economic situation of the country: perception of the evolution of the general economic situation of the country and future prospects.
- Economic situation of the agri-food sector: perception of the situation and evolution of the agri-food sector.
- Confidence in food consumption.
- Commercial relations for producers, industry, wholesalers and distributors.

In 2022, two monographs on new technologies for plant genetic improvement and 1) producers, industry, wholesalers and distributors<sup>3</sup>, and 2) consumers<sup>4</sup>, were published.

## Monograph New Technologies for Plant Breeding - Producers, Industry, Wholesalers and Distributors

The main objective of this monograph was to analyse the importance (scale from 0, no importance, to 10, very important) that the development and application of new technologies in plant breeding had for business agents in relation to the following objectives:

---

<sup>3</sup>[https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/2022-3-trimestremejorageneticavegetal\\_tcm30-654219.pdf](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/2022-3-trimestremejorageneticavegetal_tcm30-654219.pdf)

<sup>4</sup>[https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/2022-3trimestremejorageneticavegetalconsumidores\\_tcm30-654239.pdf](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/2022-3trimestremejorageneticavegetalconsumidores_tcm30-654239.pdf)



- Contribute to waste reduction (e.g. foods with a longer shelf life).
- Increase crop yields.
- Improve crop adaptation to climate change.
- Improve the nutritional properties and quality of food and feed (e.g. foods with higher content of vitamins and antioxidants).
- Reduce crop dependence on certain inputs, such as fertilizers or phytosanitary products.

Main findings:

- All objectives obtained average ratings above 6.50 points.
- Distributors were the agents who gave the lowest ratings to all objectives.
- Wholesalers were the agents who gave the highest ratings.
- Improving the nutritional and quality properties of food and feed was the objective to which the least importance was attributed.
- Improving the capacity to adapt to climate change was the most important objective for business agents.

**Monograph New Technologies for Plant Breeding – Consumers**

The interviewees were asked to rate on a scale from 0 (not at all important) to 10 (very important) the development and application of new technologies in plant breeding and its derived products in relation to different objectives:

- Contribute to waste reduction (e.g. foods with a longer shelf life).
- Increase crop yields.
- Improve crop adaptation to climate change.
- Improve the nutritional properties and quality of food and feed (e.g. foods with higher content of vitamins and antioxidants).
- Reduce crop dependence on certain inputs, such as fertilizers or phytosanitary products.

Main findings:

- All objectives obtained average ratings of around 7 points.

- Improving the capacity to adapt to climate change was the objective with the highest average rating (7.37 points) and increasing crop yields, the one with the lowest (7.17 points).

Next, the interviewees were asked to rate how important (scale of 0 to 10) would be for them to know certain information about these crops and their derived products:

- Features and properties.
- Contribution to environmental protection.
- Data on its safety and harmlessness.
- Exact name of the innovative technology applied in plant breeding.

Main findings:

- All variables obtained average ratings of around 6/7 points.
- Information on safety and harmlessness was the most important for consumers (7.23 points), while the exact name of the technology applied in crop breeding was the least important (6.13 points).
- The results were quite homogeneous by sex and age. Generally, women gave somewhat higher ratings than men, and by age, while those over 55 gave the lowest ratings, those between 40 and 55, gave higher scores.