

Institut  Cerdà

Barómetro del clima de confianza del sector agroalimentario

Monográfico Plant Based
(Consumidores)
Primer Trimestre 2023



Instituto  Cerdà

ESTA INVESTIGACIÓN HA SIDO REALIZADA POR EL **INSTITUTO CERDÁ** PARA EL **MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN**.

***DERECHO DE USO:** TODOS LOS DERECHOS QUEDAN RESERVADOS. LAS FOTOGRAFÍAS, DISEÑOS, TEXTOS Y DEMÁS MEDIOS QUE COMPONEN EL PRESENTE DOCUMENTO SON PROPIEDAD DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN Y NO PODRÁN SER OBJETO DE REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL, TRATAMIENTO INFORMÁTICO NI TRANSMISIÓN DE NINGUNA FORMA O POR CUALQUIER MEDIO, YA SEA ELECTRÓNICO, MECÁNICO, POR FOTOCOPIA, REGISTRO O CUALQUIER OTRO. ASÍ MISMO TAMPOCO PODRÁ SER OBJETO DE CUALQUIER FORMA DE CESIÓN DE USO SIN EL PERMISO PREVIO Y POR ESCRITO DEL TITULAR DEL COPYRIGHT.*

Índice

- **Objetivos** 4
- **Agentes Entrevistados** 5
- **Ficha Técnica**..... 6
- **Conclusiones** 8
- **Resultados Monográfico Plant Based 1º Trimestre 2023**..... 10
 - Perfil del entrevistado respecto al consumo de proteínas 11
 - Conocimiento de productos Plant Based 12
 - Consumo de productos sustitutivos de la carne 13
 - Motivos de consumo de productos sustitutivos de la carne..... 14
 - Consumo de bebidas vegetales 15
 - Motivos de consumo de bebidas vegetales 16
 - Variación del consumo de productos Plant Based tras la pandemia 17
 - Consumo fuera del hogar 18
 - Identificación de los productos Plant Based en el lineal de compra 19

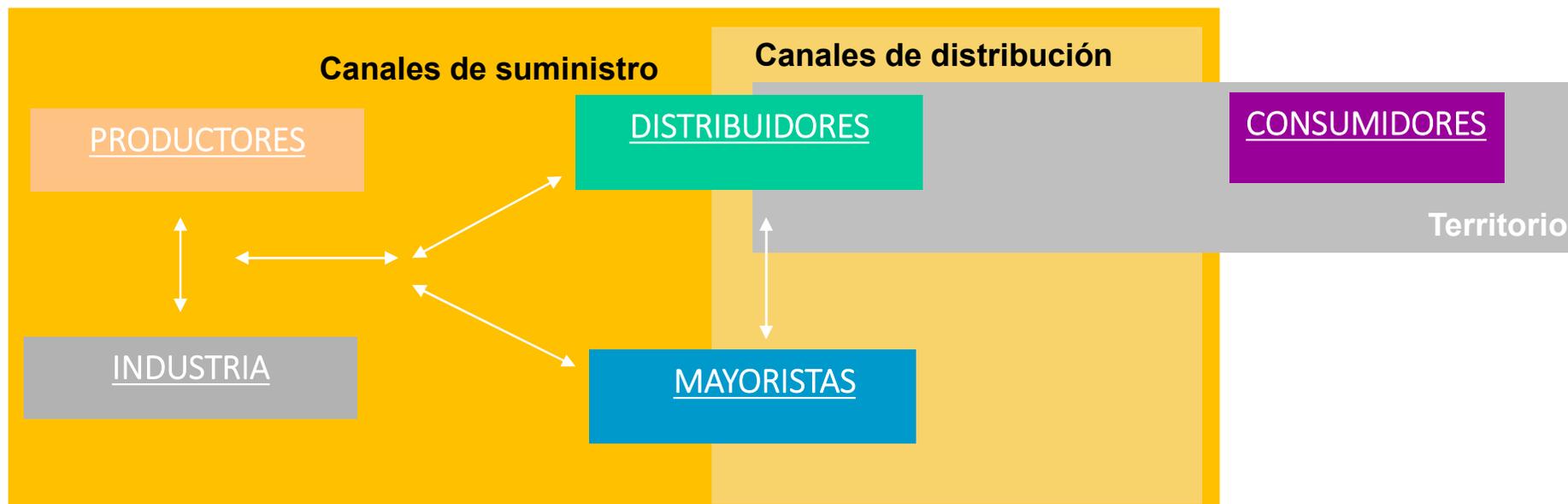
Objetivos

EL BARÓMETRO DEL CLIMA DE CONFIANZA AGROLIMENTARIO ES UNA ESTADÍSTICA OFICIAL PERTENECIENTE AL PLAN ESTADÍSTICO NACIONAL, QUE SE LLEVA REALIZANDO DESDE EL AÑO 2003. A PARTIR DE ENTREVISTAS A TODOS LOS AGENTES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO (PRODUCTORES, INDUSTRIAS, MAYORISTAS, DISTRIBUIDORES Y CONSUMIDORES) SE OBTIENE UN ÍNDICE DE CONFIANZA, UN INFORME SOBRE ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO Y MONOGRÁFICOS DE INTERÉS, TODO ELLO CON UNA PERIODICIDAD TRIMESTRAL.

Agentes Entrevistados

- Se entrevista a los **principales participantes** en el proceso de la comercialización agroalimentaria: **Productores, Industria, Mayoristas, Distribuidores y Consumidores**. Se realizan **entrevistas telefónicas** mediante el **sistema CATI** (Computer Assisted Telephone Interviewing) a una **muestra aleatoria** de cada uno de los agentes de la cadena.

Estructura general del sistema agroalimentario español



- En el presente informe se muestran los resultados de los consumidores.

Ficha Técnica

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

CONSUMIDORES

- La muestra se distribuye proporcionalmente teniendo en cuenta la población existente en cada hábitat y Comunidad Autónoma.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	PROVINCIA	De 0 a 10.000	De 10.001 a 50.000	50.001 a 100.000	Más de 100.000	TOTAL
ANDALUCIA	ALMERIA	5	5	6	6	22
	CADIZ	3	9	13	14	39
	CORDOBA	7	8	0	11	26
	GRANADA	9	11	2	7	29
	HUELVA	5	7	0	5	17
	JAEN	7	8	2	4	21
	MALAGA	6	10	14	23	53
	SEVILLA	9	23	4	26	62
Total		51	81	41	96	269
ARAGON	HUESCA	3	2	2	0	7
	ZARAGOZA	7	3	0	21	31
	TERUEL	3	2	0	0	5
Total		13	7	2	21	43
ASTURIAS	ASTURIAS	5	8	4	16	33
Total		5	8	4	16	33
BALLEAR ILLES	BALLEAR ILLES	5	18	0	13	36
Total		5	18	0	13	36
C DE NAVARRA	NAVARRA	9	6	0	6	21
Total		9	6	0	6	21
C VALENCIANA	ALICANTE	8	20	13	18	59
	CASTELLÓ	4	7	2	6	19
	VALENCIA	15	32	9	25	81
Total		27	59	24	49	159
CANARIAS	LAS PALMAS	2	12	6	15	35
	STA CRUZ TENEI	5	14	2	12	33
Total		7	26	8	27	68
CANTABRIA	CANTABRIA	6	5	2	6	19
Total		6	5	2	6	19
CASTILLA Y LEON	AVILA	3	0	2	0	5
	BURGOS	4	2	0	5	11
	LEON	7	2	2	4	15
	PALENCIA	3	0	2	0	5
	SALAMANCA	5	1	0	5	11
	SEGOVIA	3	0	2	0	5
	SORIA	2	1	0	0	3
	VALLADOLID	5	2	0	10	17
	ZAMORA	3	1	2	0	6
	Total		35	9	10	24

COMUNIDAD AUTÓNOMA	PROVINCIA	De 0 a 10.000	De 10.001 a 50.000	50.001 a 100.000	Más de 100.000	TOTAL
CASTILLA LA MANCA	ALBACETE	4	3	0	6	13
	CIUDAD REAL	6	8	2	0	16
	CUENCA	4	0	2	0	6
	GUADALAJARA	3	2	3	0	8
	TOLEDO	12	5	5	0	22
Total		29	18	12	6	65
CATALUÑA	BARCELONA	20	44	27	89	180
	TARRAGONA	9	9	0	8	26
	LLEIDA	8	2	0	4	14
	GIRONA	9	12	0	3	24
Total		46	67	27	104	244
EXTREMADURA	CACERES	7	2	3	0	12
	BADAJOS	10	5	2	5	22
Total		17	7	5	5	34
GALICIA	CORUÑA	10	13	5	8	36
	LUGO	5	2	3	0	10
	OURENSE	5	2	0	3	10
	PONTEVEDRA	5	13	2	10	30
Total		25	30	10	21	86
LA RIOJA	LA RIOJA	3	2	0	5	10
Total		3	2	0	5	10
MADRID	MADRID	11	20	28	152	211
Total		11	20	28	152	211
MURCIA	MURCIA	2	19	5	21	47
Total		2	19	5	21	47
PAIS VASCO	ALAVA	2	1	0	8	11
	GUIPÚZCOA	5	10	2	6	23
	VIZCAYA	7	13	3	14	37
Total		14	24	5	28	71
CEUTA Y MELILLA	CEUTA	0	0	3	0	3
	MELILLA	0	0	3	0	3
Total		0	0	6	0	6
Total General		305	406	189	600	1500

Ficha Técnica

- La persona entrevistada ha sido seleccionada por su condición de **Responsable de la compra en el hogar**.
- El **margen de error** máximo para resultados globales es de **± 2,6%**, en las condiciones estadísticas de máxima indeterminación $p=q=50$ y un nivel de confianza del **95,5%**.
- Las entrevistas se realizan por entrevistadores especializados en la técnica de entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI – Computer Assisted Telephone Interviewing).
- El trabajo de campo se realizó entre los días 10 de enero y 22 de marzo de 2023.
- La revisión, depuración, supervisión y tabulación de los cuestionarios se efectuó entre los días 10 de enero y 22 de marzo de 2023.

Conclusiones

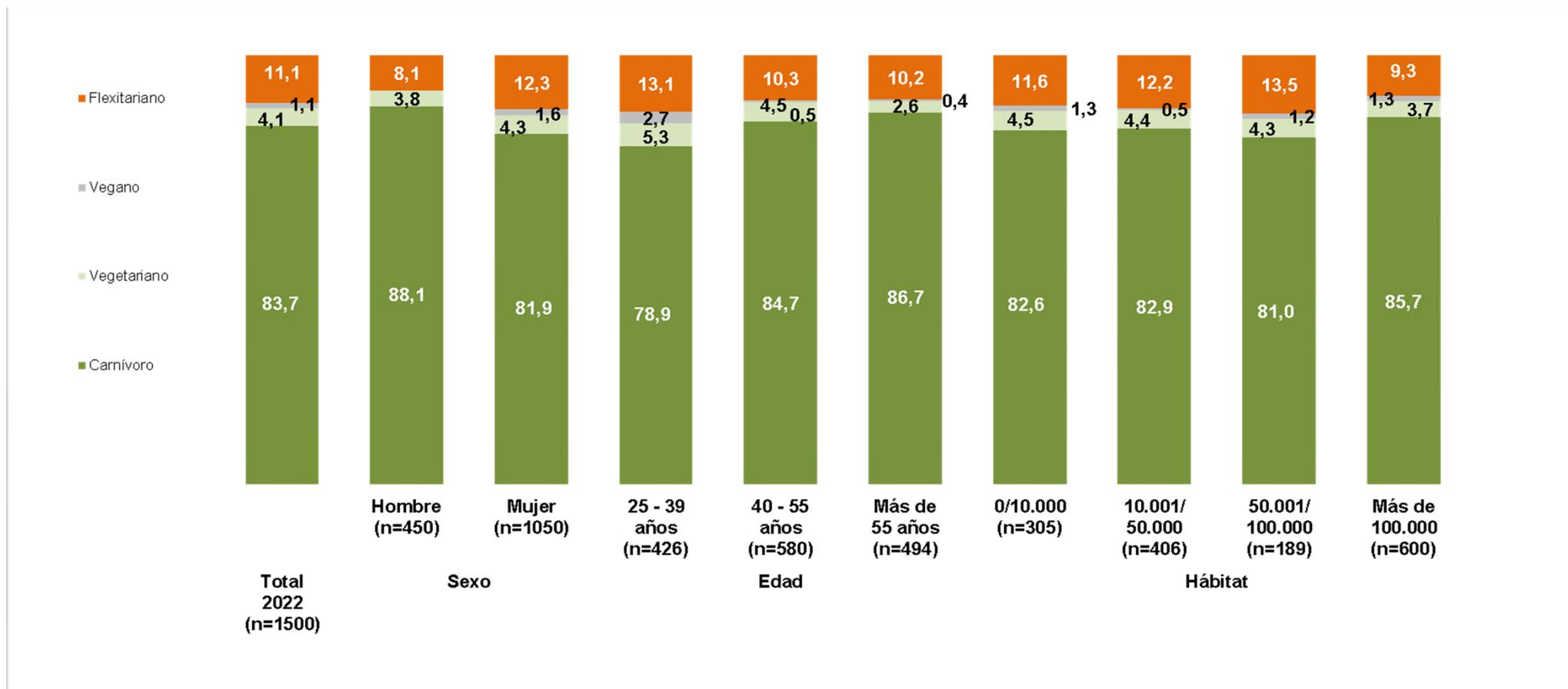
- La **gran mayoría de consumidores (83,7%) se define respecto al consumo de proteínas como carnívoro** (consume habitualmente productos de origen animal y sus derivados como leche y huevos sin excluir vegetales), un **4,1%** se considera **vegetariano** (incluye en su dieta proteínas de origen vegetal y algunas de origen animal como huevos y lácteos), un **1,1%** se define **vegano** (sólo consumen proteína vegetal) y un **11,1%** es **flexitariano** (consumen proteína de origen animal pero buscan reducir su consumo).
- La mayoría de consumidores (**75,8%**) **ha oído hablar de los productos Plant Based**. El conocimiento de estos productos aumenta considerablemente (82,7%) entre los entrevistados más jóvenes (25 a 39 años) y disminuye entre los mayores de 55 años (57,2%). Por hábitat, los resultados son muy homogéneos.
- Algo **más de la mitad de los entrevistados (53,7%)** que han oído hablar de los productos Plant Based manifiesta **no haber consumido nunca productos sustitutivos de la carne elaborados a base de vegetales**. Entre el resto, un 28,0% los consume como mínimo una vez por semana y un 18,4% los consume esporádicamente (1/2 veces al mes o con menos frecuencia). Por sexo, las mujeres consumen más este tipo de productos que los hombres. Por edad, los más jóvenes (25 a 39 años) son los que más los consumen. Por hábitat, no hay diferencias significativas.
- En cuanto al **consumo de bebidas vegetales**, algo más de la mitad de consumidores (**51,9%**) **manifiesta no haberlas consumido nunca**. Entre el resto, un 35,1% las consume como mínimo una vez por semana y un 12,9% las consume esporádicamente (1/2 veces al mes o con menos frecuencia). Por sexo, las mujeres consumen más este tipo de bebidas que los hombres. Por edad, los más jóvenes (25 a 39 años) son los que más las consumen y a medida que aumenta la edad, disminuye el consumo. No hay diferencias significativas por hábitat.
- Los principales **motivos de consumo** de estos productos son la **salud**, sientan mejor que otros productos y **el sabor**.
- En cuanto a la **variación del consumo tras la pandemia Covid-19**, casi la mitad de los entrevistados (49,6%) manifiesta no haber variado su consumo, un 25,6% manifiesta haberlo aumentado y un 24,9% los consume con menor frecuencia.
- Respecto al **consumo fuera del hogar**, un 28,2% no los suele consumir fuera de casa, un 25,9% lo consume de vez en cuando, un 25,3% los consume a menudo y un 20,7% los consume siempre que disponen de ellos.
- **El consumidor no tiene problemas para identificar estos productos en el lineal de compra**, el 95,1% manifiesta localizarlos con facilidad.

Resultados Monográfico PLANT BASED

Respecto al consumo de proteínas ¿Ud se define como ...?

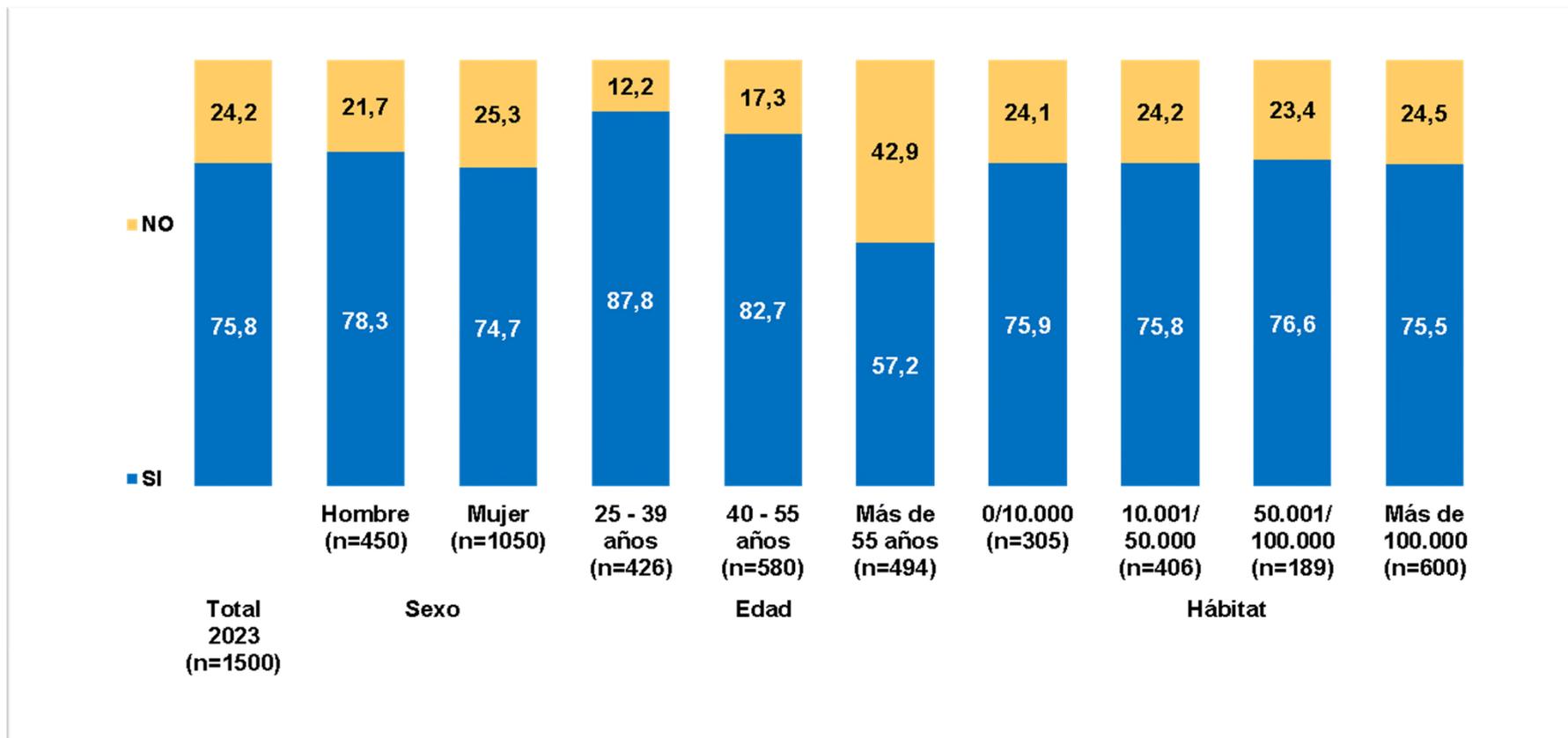
(%)

(*) Pregunta Sugerida. Respuesta única



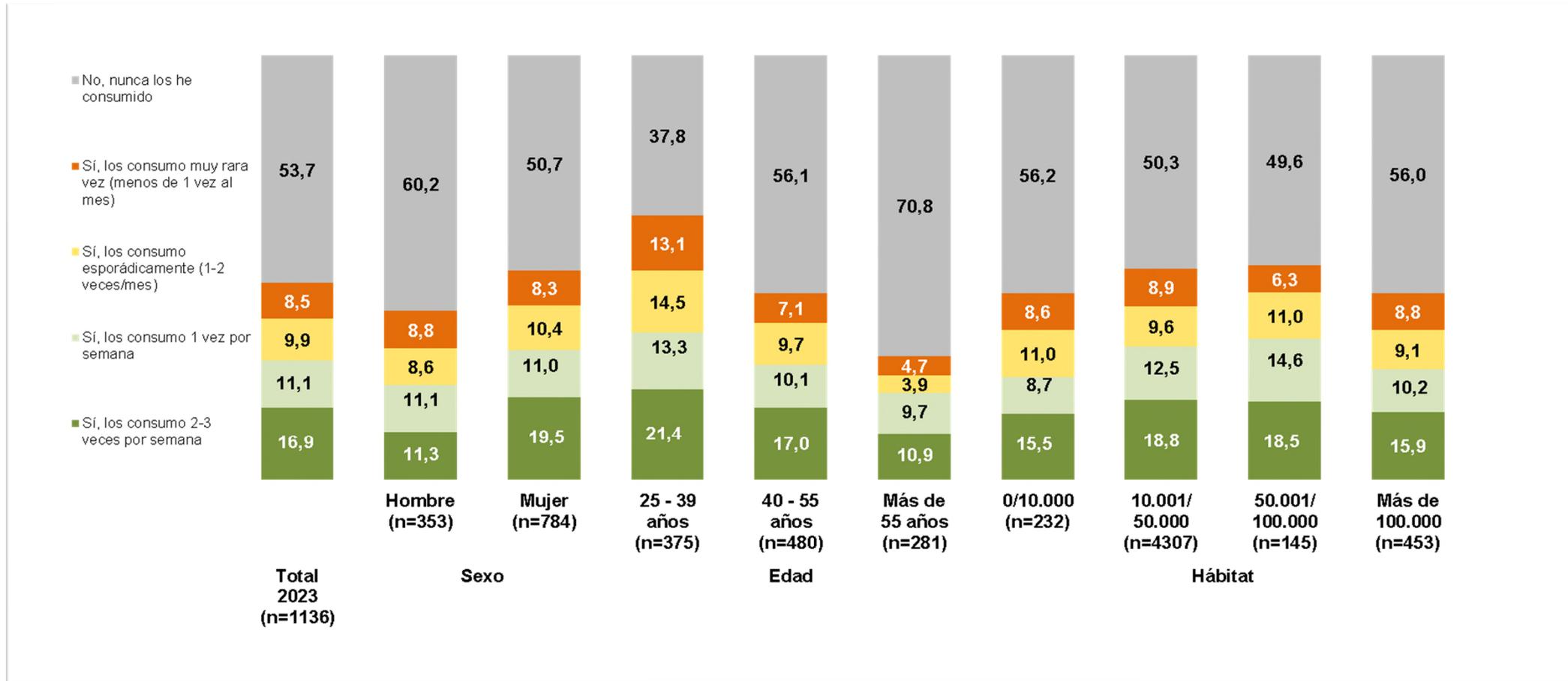
¿Ha oído hablar alguna vez de los productos Plant Based (productos a base de plantas sustitutos de proteína animal)? (%)

(*) Respuesta única



¿Consume Ud productos sustitutos de la carne (hamburguesas, Nuggets, salchichas, etc) elaboradas a base de vegetales? (%)

(* Respuesta única)



¿Por qué motivos consume estos productos?

(%)

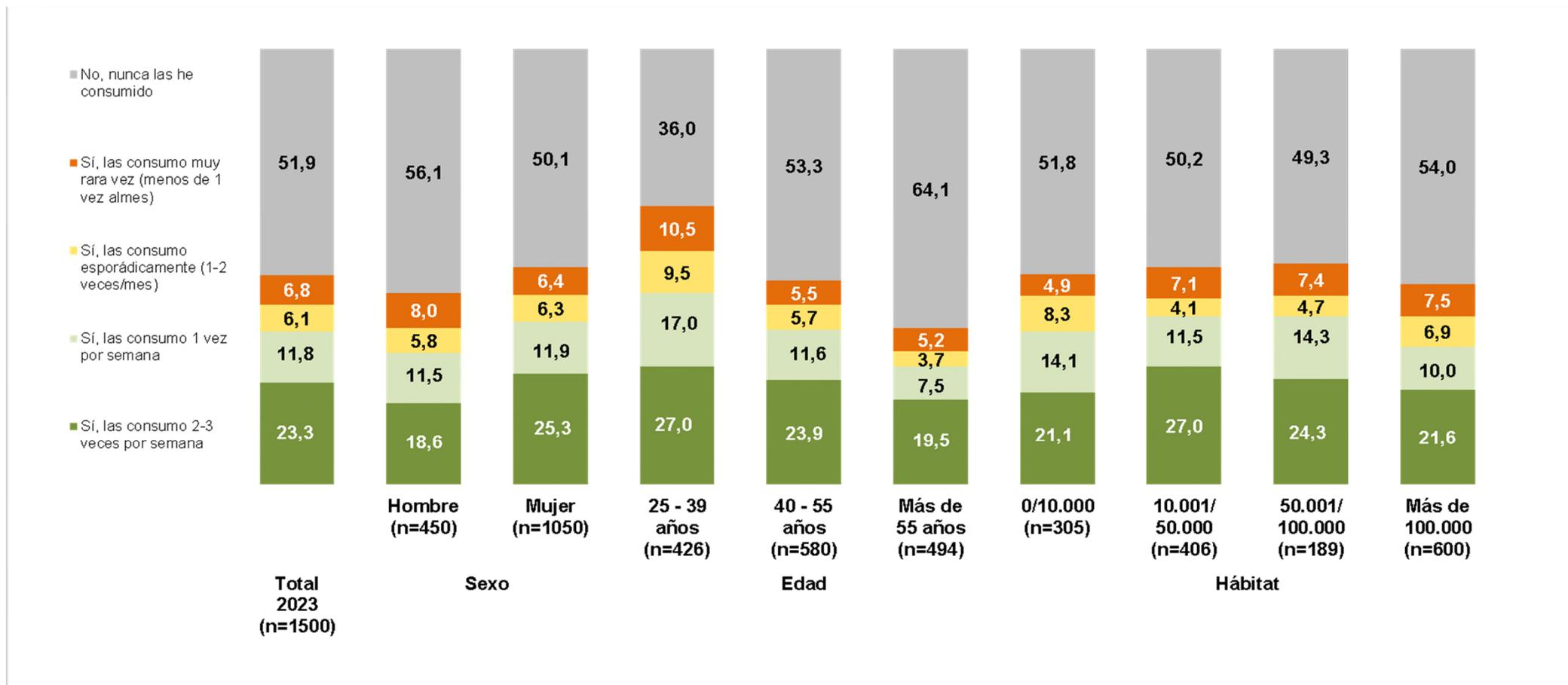
(*) *Pregunta espontánea. Máximo 2 respuestas*

	Total 2023	Sexo		Edad			Hábitat			
		Hombre	Mujer	De 25 a 39	De 40 a 55	Más de 55	0/10.000 hab.	10.001/50.000 hab.	50.001/100.000 hab.	Más de 100.000 hab.
Por salud, me sientan mejor	61,7	58,3	62,9	56,0	65,9	66,7	54,5	60,7	55,5	68,3
Me gusta su sabor	41,1	37,3	42,4	34,1	44,4	52,5	41,4	46,0	44,9	35,6
Son más sostenibles para el medio ambiente	14,9	18,6	13,6	19,1	9,9	15,9	19,8	12,1	13,6	15,1
Me preocupa el bienestar de los animales de granja	11,9	13,6	11,3	15,0	10,6	6,1	14,1	9,4	16,3	11,0
Por costumbre, mis padres los consumían	9,6	10,1	9,4	13,8	8,2	1,1	6,8	9,3	12,7	10,1
Soy vegano, vegetariano	6,7	2,9	8,1	6,5	7,6	5,0	7,9	7,1	10,0	4,5
Por probarlos	1,1	2,9	0,5	0,9	0,9	2,5	0,0	1,9	4,2	0,0
Otros	2,3	2,1	2,3	3,4	1,9	0,0	4,8	1,3	1,4	2,0
Bases	526	140	386	233	211	82	102	153	73	199

(*) *Tabla ordenada de mayor a menor según columna Total 2023*

¿Consumes bebidas vegetales (soja, avena, arroz, almendra, etc)? (%)

(*) Respuesta única



¿Por qué motivos consume bebidas vegetales?

(%)

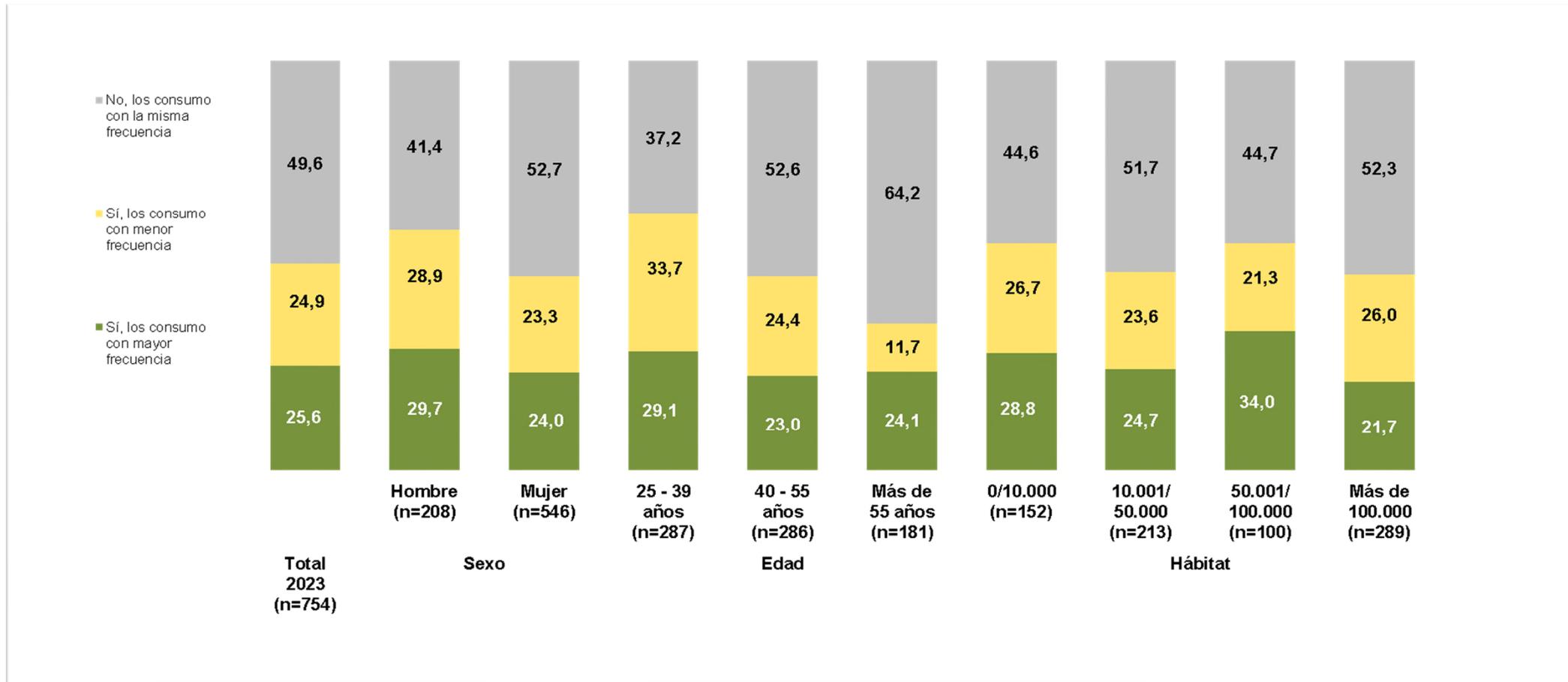
(*) Pregunta espontánea. Máximo 2 respuestas

	Total 2023	Sexo		Edad			Hábitat			
		Hombre	Mujer	De 25 a 39	De 40 a 55	Más de 55	0/10.000 hab.	10.001/50.000 hab.	50.001/100.000 hab.	Más de 100.000 hab.
Por salud, me sientan mejor	65,6	62,5	66,7	60,4	64,7	74,8	62,4	62,0	65,0	70,1
Me gusta su sabor/No me gusta la leche	37,4	31,5	39,6	27,1	39,6	49,9	35,6	40,5	34,5	37,0
Son más sostenibles para el medio ambiente	14,6	18,8	13,1	20,2	12,1	9,8	19,4	13,9	13,4	13,0
Me preocupa el bienestar de los animales de granja	8,7	9,1	8,5	11,3	8,5	5,0	9,5	8,4	9,3	8,3
Por costumbre, mis padres las consumían	7,6	10,5	6,5	13,4	5,6	1,7	5,3	10,4	11,7	5,4
Soy vegano, vegetariano	5,5	3,0	6,5	6,6	6,2	2,8	6,0	6,9	5,5	4,3
Por probar	1,2	2,5	0,8	1,1	1,8	0,6	2,7	0,5	1,0	1,1
Otros	1,2	1,0	1,3	1,8	1,1	0,6	2,6	1,0	0,0	1,1
Bases	721	198	523	273	271	177	147	202	96	276

(*) Tabla ordenada de mayor a menor según columna Total 2023

¿Ha variado su consumo de estos productos desde la pandemia Covid-19? (%)

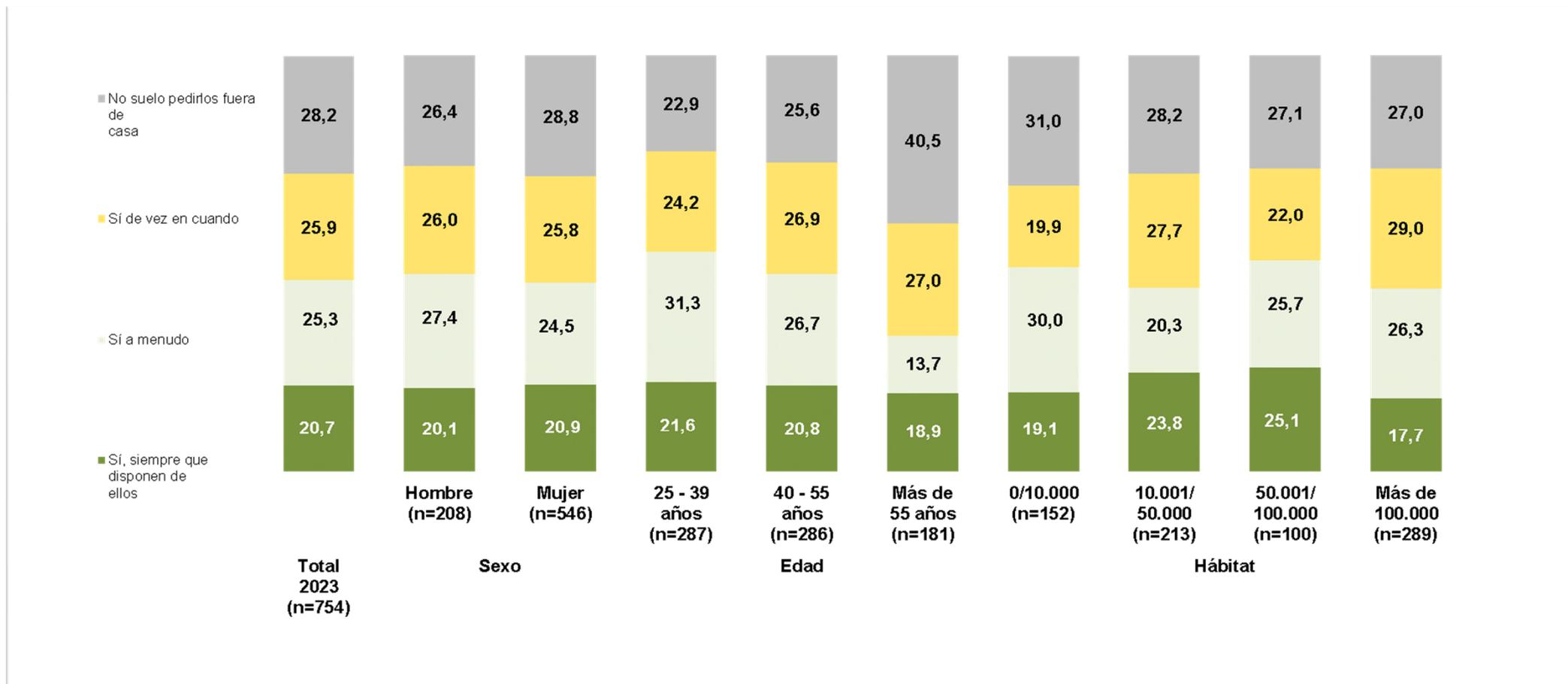
(*) Respuesta única



¿Consume estos productos también fuera de casa?

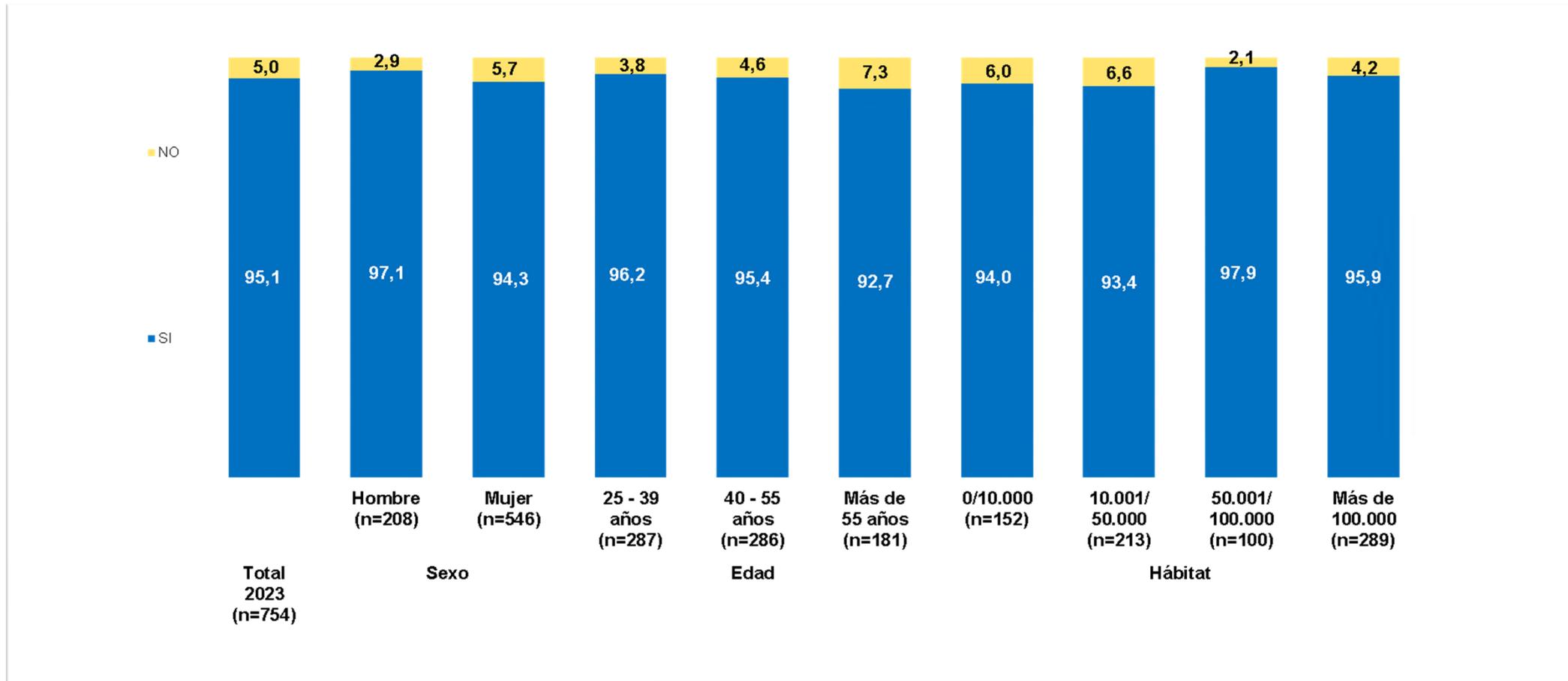
(%)

(*) Respuesta única



A la hora de realizar compra ¿le resulta fácil identificarlos en el lineal? (%)

(*) Respuesta única





www.icerda.org