

# INFORME SOBRE EL ESTADO DEL PERIODISMO Y LA COMUNICACIÓN AGROALIMENTARIA EN ESPAÑA

**MAKING  
KNOWN**

Comunicación estratégica



Informe realizado por

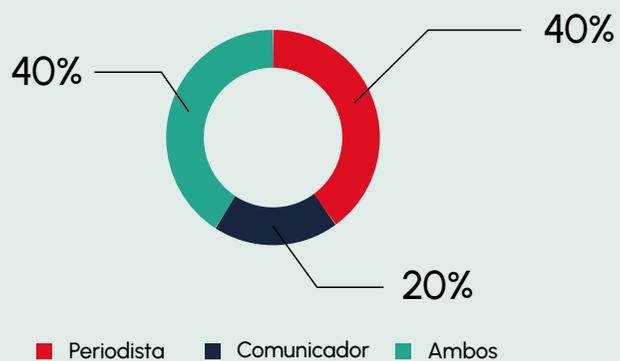
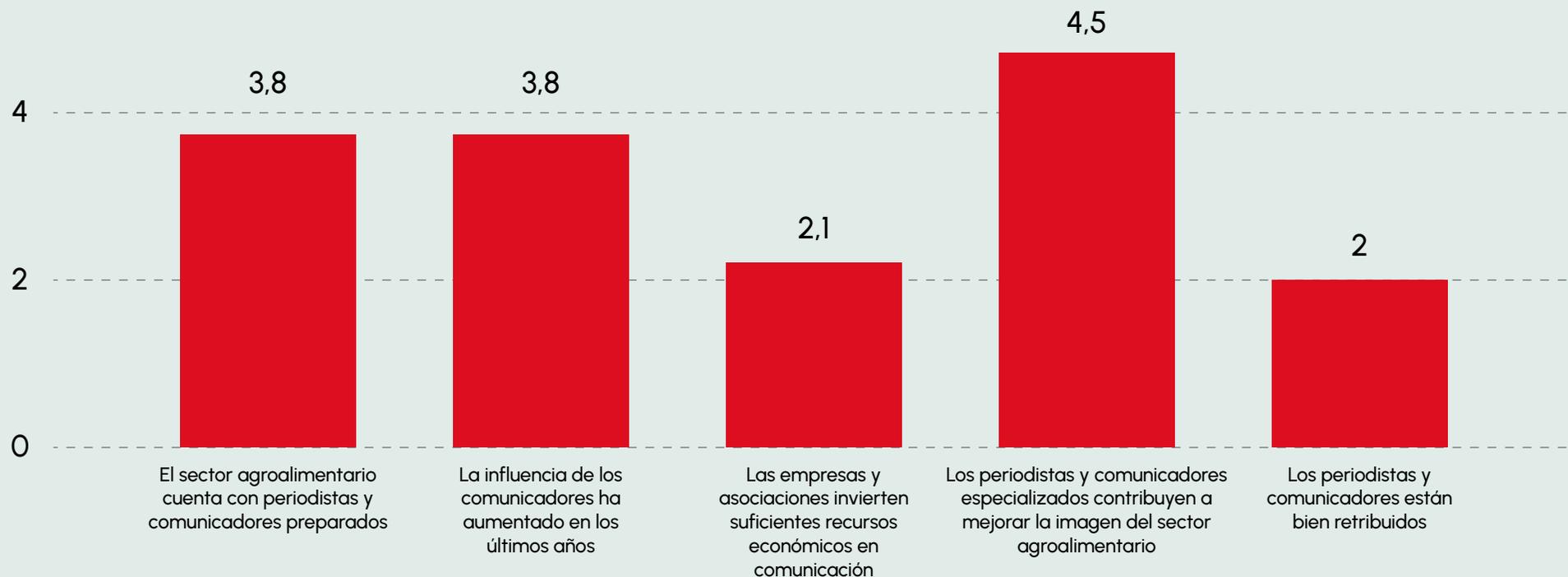
**Xmerkadhok**  
BI & Investigación de mercados

## INTRODUCCIÓN

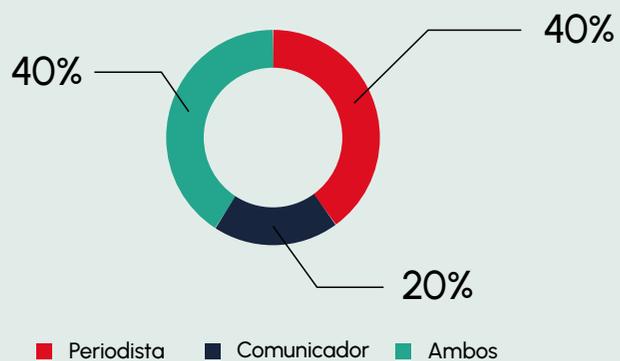
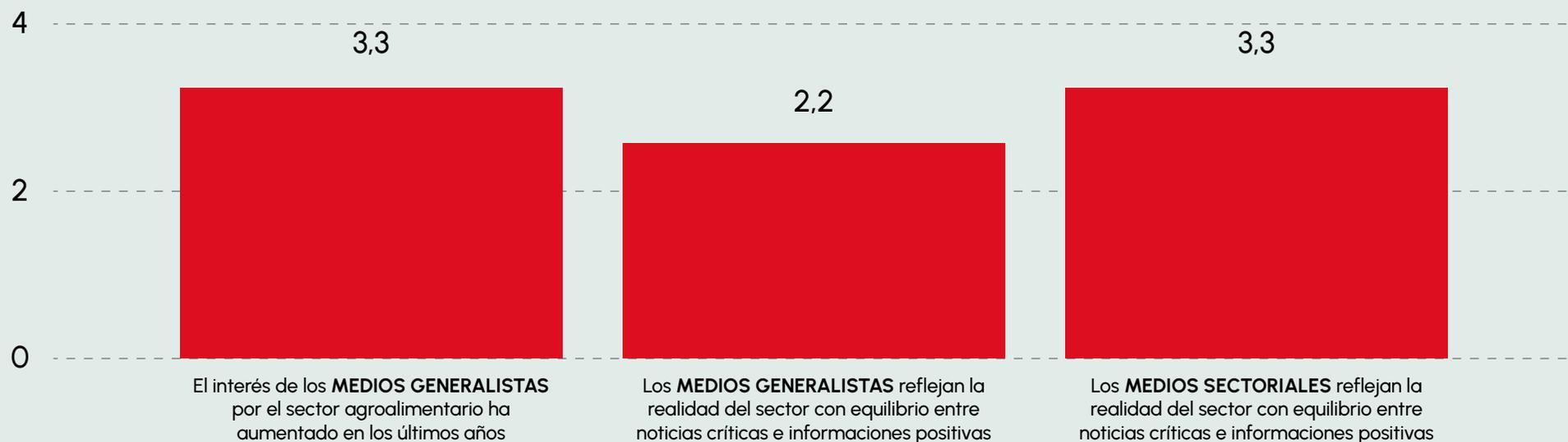
El presente estudio sobre el estado del periodismo y la comunicación agroalimentaria en España ha permitido obtener una visión detallada de la percepción de los comunicadores y periodistas especializados en el sector gracias a las **respuestas obtenidas a través del cuestionario distribuido por la APAE entre sus asociados.**



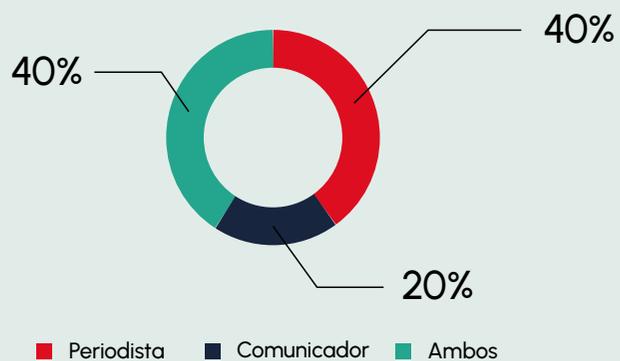
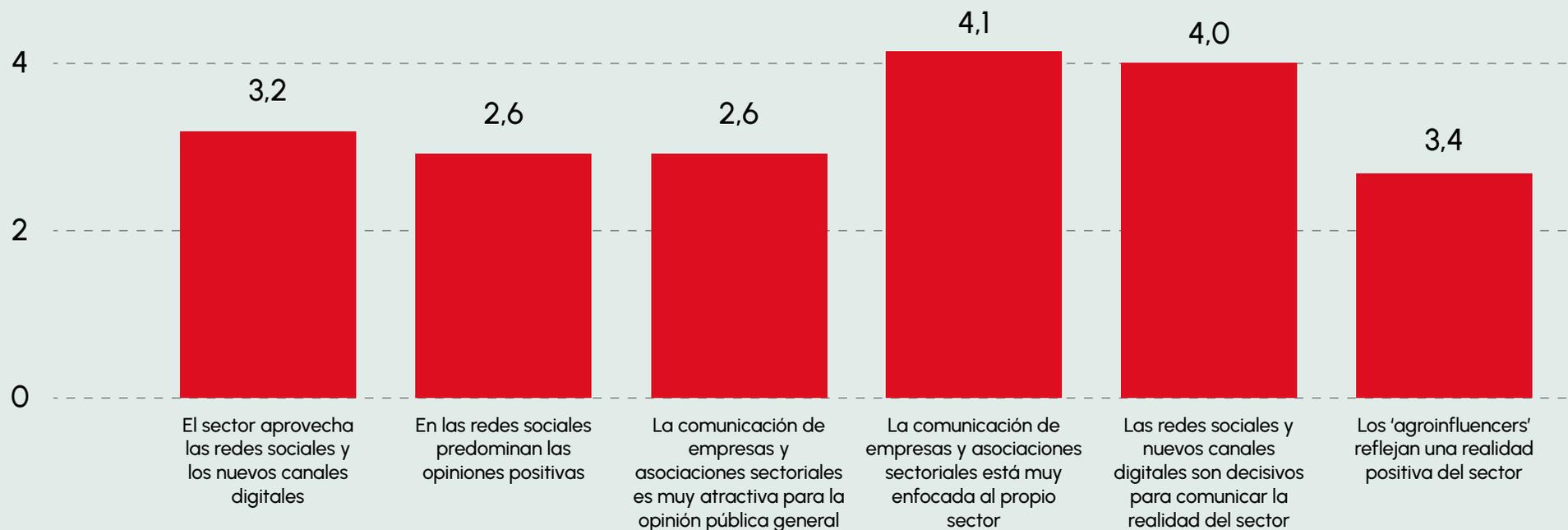
## SITUACIÓN DEL PERIODISTA/COMUNICADOR AGROALIMENTARIO



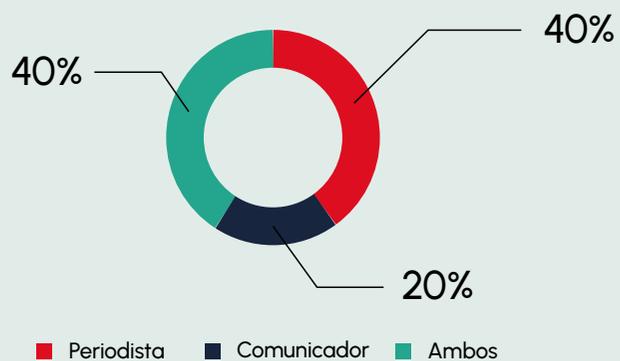
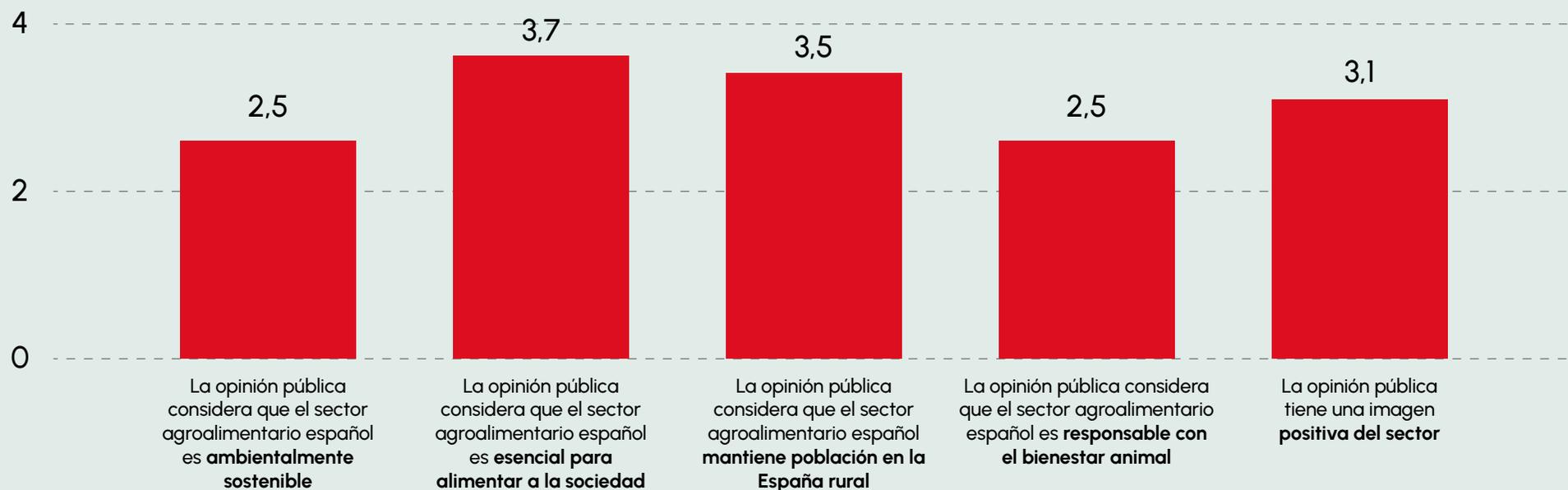
# PERCEPCIÓN DE LA INFORMACIÓN AGROALIMENTARIA



## SECTOR AGROALIMENTARIO Y COMUNICACIÓN

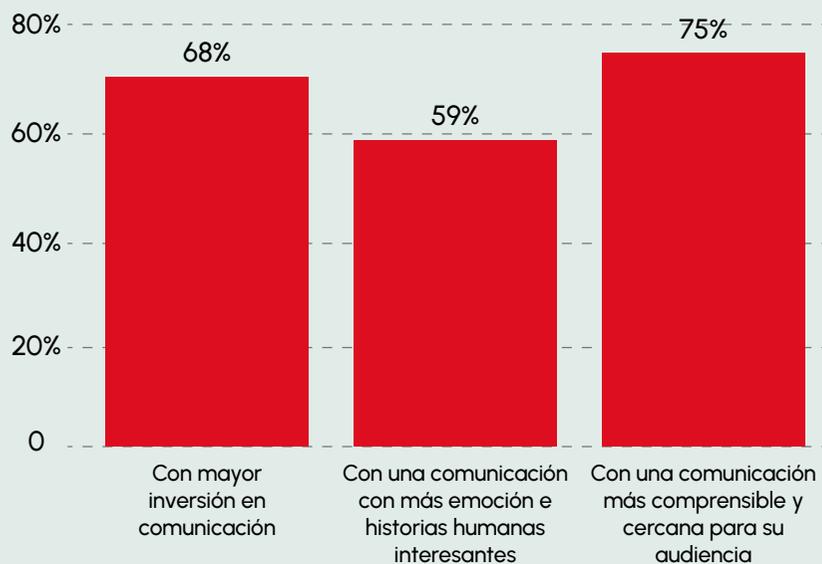


# CÓMO PERCIBE LA SOCIEDAD EL SECTOR AGROALIMENTARIO

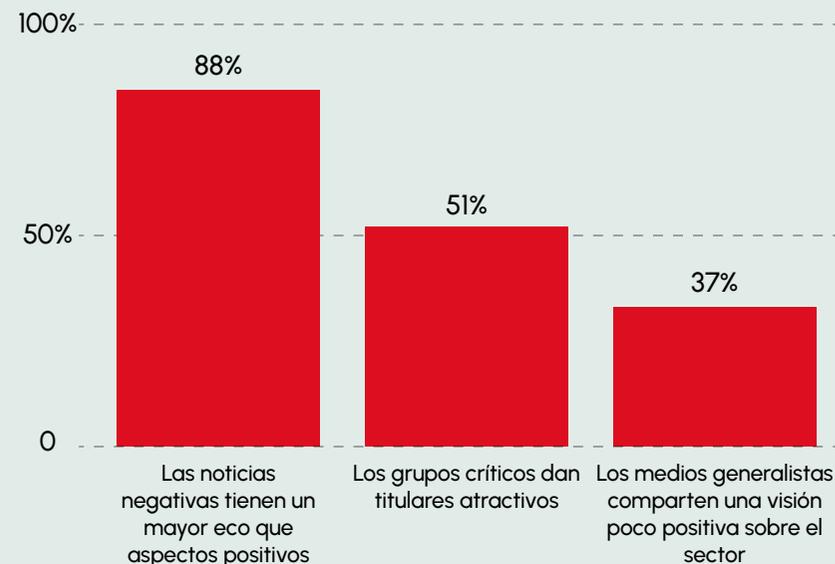


## RESPUESTAS MÚLTIPLES

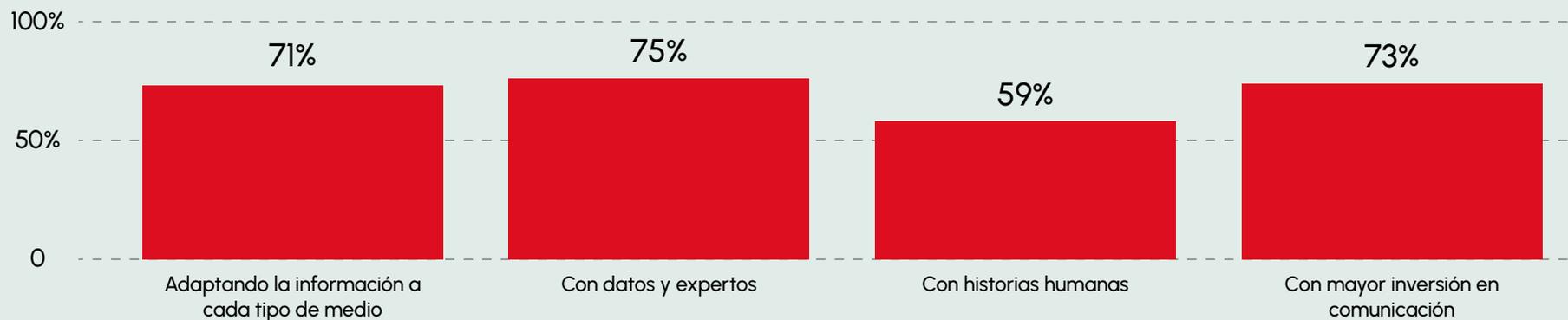
**El sector agroalimentario mejoraría su imagen a través de los medios generalistas...**



**Hay informaciones críticas hacia el sector porque...**



**Las empresas y asociaciones sectoriales pueden captar mejor la atención de la opinión pública...**



## CONCLUSIONES



Necesidad de una **mayor inversión en comunicación**

---



**Retribuciones inadecuadas para los profesionales** del periodismo y la comunicación

---



**Importancia del periodista y comunicador** para la imagen sectorial

---



**Predominio del enfoque endogámico:** comunicación orientada a públicos internos

---



Las noticias negativas tienen mayor impacto y difusión: **narrativa distorsionada del sector**

## CONCLUSIONES



**Escasa confianza en los medios generalistas:** no representan adecuadamente la imagen del sector

---



La **comunicación** de empresas y organizaciones **precisa de un relato más atractivo** hacia la opinión pública

---



La **credibilidad reside en los datos y los expertos**

---



**Las redes sociales,** vistas como una herramienta clave pero aún **poco aprovechadas**

---



**Percepción moderadamente positiva del sector por parte de la opinión pública**

**MAKING  
KNOWN**

Comunicación estratégica



**GRACIAS**

Informe realizado por

**XmerKadhok**  
BI & Investigación de mercados