

# **ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE ESTADÍSTICAS DEL MAGRAMA. Año 2015**

---

Inspección General de Servicios del Ministerio de Agricultura Alimentación y Medio Ambiente

Marzo 2016

# Índice

<b>1. Introducción: planteamiento y objetivos</b>	<b>3</b>
<b>2. Metodología general</b>	<b>3</b>
2.1 Aspectos básicos de la encuesta a usuarios de estadísticas del MAGRAMA: INE como referencia	3
2.2 Ámbito y unidades de la encuesta	3
2.3 Cuestionario: variables y definiciones	4
2.4 Otras características: recogida de la información y tasa de respuesta	7
<b>3. Análisis de los resultados</b>	<b>9</b>
3.1 Características generales de los usuarios y el uso de las estadísticas	9
3.2 Valoración de las dimensiones de calidad de los productos	11
3.3 Valoración de la accesibilidad, claridad y aspectos de difusión	16
3.4 Valoración global e identificación de necesidades no cubiertas	22
3.5 Identificación de necesidades no cubiertas	24
<b>4. Comentario final</b>	<b>24</b>
<b>Referencias</b>	<b>26</b>
<b>Anexos. Respuestas a las preguntas del cuestionario con respuesta abierta</b>	<b>27</b>

## **1. INTRODUCCIÓN: PLANTEAMIENTO Y OBJETIVOS**

La labor de la Subdirección General de Estadística del MAGRAMA es proporcionar información de calidad, actualizada y completa a la sociedad a la que sirve. Para verificar el cumplimiento de estos objetivos, se ha realizado una encuesta a los usuarios, tratando de captar el grado de satisfacción de los mismos con la calidad de los productos y los servicios que se prestan. En definitiva, se trata de medir el grado en que se cumplen las expectativas y se satisfacen las necesidades que los usuarios tienen sobre las estadísticas del MAGRAMA.

Ese es el objetivo de la Encuesta de Satisfacción de los Usuarios de Estadísticas 2015 (ESUE2015) que recoge las opiniones de **100 usuarios cualificados** que, de forma voluntaria, han colaborado en la investigación expresando sus opiniones sobre la calidad y sobre la confianza en las estadísticas y realizando sugerencias para la mejora del sistema.

Los usuarios seleccionados representan a las principales instituciones que utilizan las estadísticas del MAGRAMA en el ejercicio de su actividad para el cumplimiento de su cometido: administración o empresa pública, empresa privada, agentes sociales, centros universitarios y medios de comunicación.

Esta encuesta se inspira en la encuesta que lleva años realizando el INE y está orientada por los principios del Código de Buenas Prácticas de las Estadísticas Europeas (CBP).

En este informe se presentan de manera resumida y utilizando básicamente el análisis gráfico, los principales resultados obtenidos en la encuesta.

## **2. METODOLOGÍA GENERAL**

### **2.1 Aspectos básicos de la encuesta a usuarios de estadísticas del MAGRAMA: INE como referencia**

En el diseño de la encuesta se han tenido en cuenta dos aspectos interrelacionados, en primer lugar y como es obvio, el objetivo de la misma, que no es otro que el obtener información de la satisfacción de usuarios enfocada bajo los criterios y recomendaciones del CBP y en segundo lugar, la experiencia de un organismo como el INE que lleva años (2007, 2010 y 2013) realizando encuestas de satisfacción sobre sus estadísticas.

### **2.2 Ámbito y unidades de la encuesta**

La unidad objeto de estudio ha sido el **usuario cualificado de estadísticas del MAGRAMA**, entendiéndose que son aquellos que utilizan de forma habitual estadísticas como instrumento para el desarrollo de su actividad profesional y/o investigadora. También se decidió reforzar la presencia de otros usuarios u otros organismos de agentes sociales (asociaciones empresariales, sindicatos organizaciones sin fin de lucro, etc.).

Para su elaboración se utilizó el directorio de contactos de la Subdirección General de Estadística y del resto de unidades productoras de estadísticas.<sup>1</sup>

Asimismo, para completar el directorio, se incluyeron los usuarios identificados por el Gabinete de Prensa fruto de su relaciones con los medios de comunicación.

Por último, tras el lanzamiento de la encuesta, se realizó una depuración final del censo como consecuencia de las indicaciones y correcciones comunicadas por algunos de los responsables de las instituciones incluidas en el estudio, lo que supuso una actualización del 10% de los usuarios del censo.

De esta manera se ha obtenido una muestra de **296** usuarios cualificados de información estadística del MAGRAMA, que se distribuyen de la siguiente forma, según el tipo de usuario:

Cuadro 1

Muestra de usuarios de la encuesta: Distribución por grupo de usuarios		
Grupo de usuarios	N <sup>a</sup>	%
Administración o Empresa Pública	151	51,0
Empresa Privada	15	5,1
Agentes Sociales	73	24,7
Universidad y Centros de Investigación	48	16,2
Medios de Comunicación	9	3,0
<b>Total</b>	<b>296</b>	<b>100,0</b>

## 2.3 Cuestionario: variables y definiciones

### 2.3.1 Consideraciones básicas en el diseño del cuestionario

En el diseño del cuestionario, además de los objetivos conceptuales perseguidos, se han tenido en cuenta también los aspectos de tipo práctico, consustanciales a cualquier encuesta, como el conseguir una tasa de respuesta elevada y una calidad en las respuestas obtenidas. En este caso, se debe considerar además que la encuesta utiliza exclusivamente una vía on-line de cumplimentación, es por tanto una encuesta auto-administrada por el usuario que es el que decide el momento de su cumplimentación.

Esto obliga, seguramente en mayor medida que en otro tipo de encuestas, a cuidar la claridad en el enunciado de las preguntas, para reducir al máximo la carga al informante, en términos del tiempo de cumplimentación de la encuesta.

La contrapartida de la reducción de tiempo, es obviamente que la encuesta debe simplificarse y centrarse en algunos aspectos concretos, renunciando a determinadas variables o detalles de las mismas. Es el dilema habitual en las encuestas sobre cómo compatibilizar la completitud y la precisión por un lado, con la simplicidad y la reducción de la carga al informante, por otro.

Un segundo rasgo es que el planteamiento de las preguntas en este tipo de encuestas de valoración, se basa en escalas de gradación, mediante las cuales los encuestados indican su grado de satisfacción con la característica o aspecto sobre el que se está preguntando. La escala más utilizada es la

---

<sup>1</sup> Dirección General del Agua y la Dirección General de Desarrollo Rural y Política Forestal (no están incluidos los usuarios de la Dirección General de Calidad y Evaluación Ambiental por no disponer de un directorio de usuarios en la fecha de elaboración de la encuesta).

denominada "Escala de Likert", que habitualmente tiene cinco categorías de respuesta (desde la categoría de más conformidad o "más satisfacción", a la de menos conformidad o "menor satisfacción").

El único problema que suele presentar este instrumento es que hay una tendencia por parte de los encuestados a situarse en el valor central de la escala, bien como forma de no comprometerse en la respuesta, bien por cansancio (AEVAL, 2006).

Para evitar este problema se suelen utilizar algunos indicadores básicos que resumen el grado de satisfacción: bien un simple porcentaje de respuestas positivas, (agrupando las categorías con valoración positiva o muy positiva) o bien una simple media de las respuestas.

Cuadro 2

### 2.3.2 Contenido del cuestionario

Cuadro 2 El contenido del cuestionario abarca cuatro tipos de aspectos:

Estructura del cuestionario de la encuesta por bloques de preguntas		
Contenido	Código B. Prácticas	Cuestionario
<b>1. Rasgos de los usuarios</b>	Relevancia	Grupo de estadísticas utilizadas Finalidad Frecuencia de uso
<b>2. Calidad de los productos</b>	Relevancia Precisión Oportunidad Coherencia y comparabilidad	Preguntas específicas para cada principio y cada grupo de estadísticas
<b>3. Difusión</b>	Accesibilidad, claridad	Valoración del calendario Medios de acceso Opinión sobre la web Opinión sobre información complementaria
<b>4. Calidad: percepción general</b>	Valoración general calidad Confianza Sugerencias	Pregunta sobre calidad general y sobre grado de confianza Respuestas abiertas

1. En primer lugar se realizan preguntas que sirven para identificar los **"Rasgos de los usuarios"**: grupo de estadísticas utilizadas, finalidad y frecuencia de uso.
2. A continuación, un segundo bloque **"Calidad de los productos"** inquiriere sobre indicadores concretos de la **calidad de las estadísticas**. En este sentido, se han seguido los criterios de calidad del "producto estadístico", tal y como los define el CBP y se ha asignado a cada criterio preguntas específicas:
  - **Relevancia** La relevancia como dimensión de calidad de una estadística se ha planteado en la **pregunta 4** del cuestionario como el grado en que las estadísticas del MAGRAMA satisfacen las necesidades de los usuarios. Naturalmente, en la encuesta lo que se pregunta es acerca de la percepción subjetiva que tienen los usuarios sobre este aspecto, por lo que para completar esta visión, se añade en la encuesta **la pregunta 19** con la que se cierra el cuestionario, en la que se pide a los encuestados que indiquen concretamente estadísticas que no están cubiertas actualmente por el MAGRAMA y que consideran deberían implantarse.
  - **Precisión.** Usualmente consideradas como el núcleo y objetivo central de la calidad de una estadística, existen procedimientos rigurosos para evaluar el grado de precisión o fiabilidad, sin embargo, para plantear este tema en una encuesta a los usuarios, se suele utilizar un tipo de cuestiones bastantes simples en su enunciado, como la que aquí se ha manejado preguntando al

usuario "En qué grado considera que las estadísticas del MAGRAMA reflejan la realidad", recogido en la **pregunta 5**.

- **Oportunidad.** Aspecto planteado en la **pregunta 6**, trata de medir el nivel de actualidad temporal de una estadística, es decir si se aproxima por el lapso del tiempo transcurrido entre la publicación de la información y el periodo al cual se refiere dicha información. En el CBP **esta dimensión va unida a la de puntualidad**, que en las encuestas se aproxima indirectamente a partir de otras preguntas por ejemplo, las relacionadas con el calendario de publicaciones, como es el caso de la **pregunta 14**.
- **Coherencia y comparabilidad.** Estas dimensiones tratan de evaluar uno de los retos básicos de las estadísticas, retos que son tanto mayores cuanto más complejas y completas son las estadísticas. Cuando existen diversas fuentes estadísticas referentes a un mismo campo de la realidad, se trata de evaluar en qué medida las distintas fuentes son compatibles y por tanto susceptibles de uso conjunto y dentro de un mismo proceso estadístico, si los diversos datos son consistentes entre sí, consistencia que puede tener diferentes enfoques: entre los datos preliminares y finales, entre los datos anuales y los bimensuales o mensuales, etc... Estos aspectos son examinados en la **pregunta 7, pregunta 8 y pregunta 9**.

Cuadro 3 Grupos de estadísticas evaluadas

Grupos de estadísticas del MAGRAMA	
1.	Encuesta Anual de Superficies y Rendimiento de Cultivos (ESYRCE)
2.	Estadísticas sobre Efectivos de Ganado
3.	Precios Coyunturales de Productos Agrícolas y Ganaderos
4.	Estadísticas Mensuales y Anuales de Precios y Salarios Agrarios
5.	Cuentas Económicas de la Agricultura
6.	Estadísticas de Pesca Marítima
7.	Estadísticas de Acuicultura
8.	Consumo Alimentario en España
9.	Estadísticas Forestales
10.	Estadísticas del Agua
11.	Estadísticas de Calidad y Evaluación Ambiental

3. Un tercer bloque sobre "**Difusión**". Como en cualquier investigación de este tipo, **la accesibilidad y claridad del producto estadístico**, es decir, todo lo que tiene que ver con la forma en la que la información estadística llega al usuario, ha sido objeto de un grupo de preguntas específicas:
  - Por un lado, se investigan las **formas de acceso a la información por parte de los usuarios**: noticias en medios de comunicación y diversos productos de la página web del MAGRAMA (tablas, notas de prensa, ficheros de datos a medida...). **Pregunta 10**.
  - Un segundo conjunto en este bloque se refiere **a la valoración de la página web, medio principal de acceso a la información del MAGRAMA**. Se le pregunta al usuario acerca de determinadas características de la página: variedad de temas ofrecidos, facilidad en el acceso a la información y presentación de las tablas estadísticas. **Pregunta 12**.
  - En tercer lugar, se pregunta por la valoración de los usuarios sobre la **información complementaria o metadatos** (definiciones, clasificaciones, descripciones metodológicas) facilitada para la interpretación de las estadísticas del MAGRAMA. Se inquiriere acerca de tres características específicas de esta información: facilidad de obtención, claridad en la exposición y nivel de detalle de dicha información complementaria. **Pregunta 13**.

- Además, en una pregunta adicional se pide **valorar la utilidad del calendario de publicación** de las estadísticas del MAGRAMA. Contar con un calendario previo de publicación es no solo un elemento valioso de información para los usuarios, sino que constituye un elemento más de garantía de la credibilidad e independencia de los sistemas estadísticos, por el compromiso implícito que lleva aparejado. En este sentido, puede recordarse que el propio CBP considera que la existencia de calendarios previos de publicación es una garantía del principio de "Imparcialidad y Objetividad". **Pregunta 14**
4. Por último un apartado de **"Calidad: percepción general"** que cierra el cuestionario con preguntas de carácter general destinadas a captar la percepción global de los usuarios acerca de:
- La calidad global de la producción estadística del MAGRAMA. **Pregunta 15** "Valore de 1 a 5 la utilidad de las estadísticas del MAGRAMA, siendo 1 muy baja y 5 muy alta" y **pregunta 16** "Indique si lo desea algún motivo que justifique su respuesta anterior".
  - El grado de confianza que les ofrecen las estadísticas. **Pregunta 17** " Valore de 1 a 5, su grado de confianza en las estadísticas elaboradas por el MAGRAMA, siendo 1 muy bajo y 5 muy alto" y **pregunta 18** "Indique si lo desea algún motivo que justifique su respuesta anterior."

Como se puede apreciar, en las cuestiones anteriores se permite a los usuarios que, si lo desean, justifiquen su respuesta mediante un comentario adicional. Son pues preguntas con opciones de respuesta "abierta", en la que el usuario puede expresar libremente sus comentarios y opiniones.

Obviamente, esto sucede por definición también en el caso de la última pregunta sobre **"necesidades no cubiertas", pregunta 19.** "¿Qué estadísticas le interesarían pero no están disponibles actualmente entre las que el MAGRAMA elabora?". En este punto hay que resaltar la importancia de esta pregunta como elemento muy útil en la planificación de los trabajos futuros del MAGRAMA y en el diseño de los planes y programas de actuación.

## **2.4 Otras características: recogida de la información y tasa de respuesta**

### **2.4.1 Recogida de la información**

La encuesta se ha realizado exclusivamente a través del sistema on-line, elegido por varias razones básicas: la primera y principal, conseguir tasas de respuesta elevada, al utilizar un sistema que facilita al máximo la cumplimentación por parte del encuestado; en segundo lugar, este tipo de encuestas facilita la labor de seguimiento y gestión de la encuesta, que se puede realizar en tiempo continuo; por último, no menos importante, está el menor coste de este tipo de encuestas en relación con cualquier otra forma de recogida.

La recogida de la información se efectuó durante un periodo de **10 DIAS**, comprendido entre mediados y finales de diciembre de 2015 y a los **7 DIAS** del primer envío se realizó un recordatorio.

### **2.4.2 Tasa de respuesta**

De la muestra inicial, **296**, han contestado a la encuesta **100 usuarios** lo que implica una **tasa de respuesta global por tipo de usuarios de un 33,8%**, cifra no muy elevada si se tiene en cuenta que la tasa de respuesta obtenida en este tipo de encuestas por el INE o a nivel internacional es el doble.

Cuadro 4.1

Tasa de respuesta de la ESUE 2015 por tipo de usuario					
Tipo de usuarios	Encuestas cumplimentadas		Muestra inicial		Tasa de respuesta
	Nº (1)	%	Nº (2)	%	(%)(1)/(2)
Administración o Empresa Pública	51	51,0	151	51,0	33,8
Empresa Privada	10	10,0	15	5,1,	66,7
Agentes Sociales	19	19,0	73	24,7,	26,0
Universidad y Centros de Investigación	17	17,0	48	16,2	35,4
Medios de Comunicación	3	3,0	9	3,0	33,3
<b>Total</b>	<b>100</b>		<b>296</b>		<b>33,8</b>

Por tipo de usuario, **la mayor tasa de respuesta corresponde a la empresa privada con el 66,7%**, reduciéndose en torno a la mitad en el caso de los usuarios de la universidad (35,4 %), medios de comunicación (33,3%) y administración o empresa pública (33,8 %), alcanzando un **valor reducido en el caso de los agentes sociales (26,0%)**.

Hay que precisar que de estos 100 usuarios que han contestado, **8** han declarado que **no son usuarios de estadísticas del MAGRAMA**, por lo que la **tasa de respuesta global por usuario de estadísticas del MAGRAMA es del 92,0%**.

Cuadro 4.2

Tasa de respuesta de la ESUE 2015 por usuario				
Tipo de usuarios	NO utilizo estadísticas	SI utilizo estadísticas	Encuestas cumplimentadas	Tasa de respuesta
	Nº(3)	Nº(4)	Nº (5)	(%)(4)/(5)
Administración o Empresa Pública	4	47	50	92,1
Empresa Privada	1	9	10	90,0
Agentes Sociales	2	17	16	89,4
Universidad y Centros de Investigación	1	16	17	94,1
Medios de Comunicación	0	3	3	100,0
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>92</b>	<b>100</b>	<b>92,0</b>



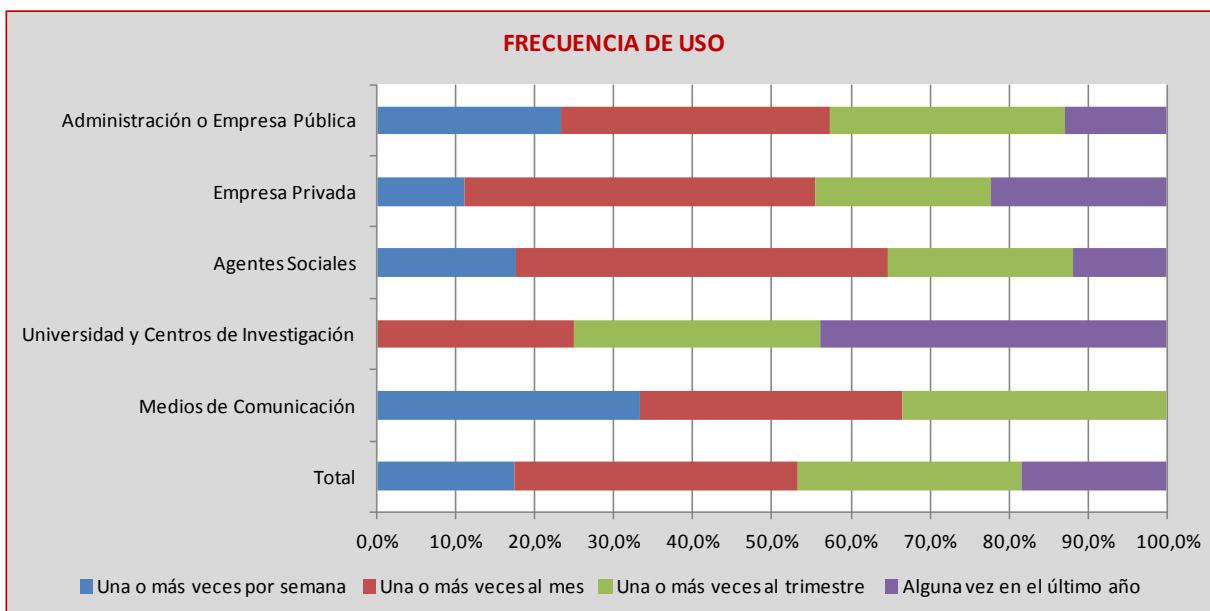
### 3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

#### 3.1 Características generales de los usuarios y el uso de las estadísticas

##### 3.1.1 Frecuencia de uso de las estadísticas del MAGRAMA

Gráfico 1

Frecuencia de uso



En general las estadísticas del MAGRAMA se consultan **con una frecuencia elevada** ya que **más del 50% de los usuarios las consulta al menos una vez al mes** y menos del 20% lo hace tan solo una vez al año.

Entre los encuestados que se declaran usuarios de las estadísticas del MAGRAMA, un total de 92, (cuadro 4.2) el **17,4% consulta las estadísticas al menos una vez a la semana**, el **35,9% al menos una vez al mes**, el 28,3% una o más veces al trimestre y el 18,5% alguna vez en el último año.

Entre los grupos de usuarios, **la mayor frecuencia de uso corresponde a los medios de comunicación y agentes sociales, con una frecuencia de consulta mensual del 66,6% y del 64,7% de los usuarios respectivamente**. En cambio, el uso menos frecuente es el de universidades con un porcentaje muy elevado de consultas anuales (43,8%).

**3.1.2 Referente al tipo de estadísticas consultadas**, se puede ver en el cuadro 5 el número de estadísticas evaluadas por tipo de usuario y el promedio de estadísticas utilizadas.

Cuadro 5 Estadísticas consultadas por cada tipo de usuario

Tipo de usuarios	Nº	Promedio
Administración o Empresa Pública	182	3,9
Empresa Privada	17	1,9
Agentes Sociales	58	3,4
Universidad y Centros de Investigación	41	2,6
Medios de Comunicación	9	3,0
<b>Total</b>	<b>307</b>	<b>3,3</b>

El número total de respuestas obtenidas para valorar los productos es **de 307**, ya que hay que tener en cuenta que un mismo usuario puede valorar varios grupos de estadísticas.

Los usuarios utilizan una media de **3,3 grupos de estadísticas**. Los que utilizan un **mayor número de estadísticas son las administraciones o empresas públicas con 3,9 estadísticas y los agentes sociales con 3,4**. En el extremo opuesto la empresa privada con 1,9 estadísticas.

En el cuadro 6 se puede ver cómo se distribuyen las respuestas según los tipos de estadísticas:

<b>Distribución de las respuestas por estadísticas</b>		
<b>Grupos de estadísticas</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
Encuesta Anual de Superficies y Rendimiento de Cultivos (ESYRCE)	45	14,7
Estadísticas sobre Efectivos de Ganado	27	8,8
Precios Coyunturales de Productos Agrícolas y Ganaderos	36	11,7
Estadísticas Mensuales y Anuales de Precios y Salarios Agrarios	30	9,8
Cuentas Económicas de la Agricultura	31	10,1
Estadísticas de Pesca Marítima	10	3,3
Estadísticas de Acuicultura	11	3,6
Consumo Alimentario en España	27	8,8
Estadísticas Forestales	45	14,7
Estadísticas del Agua	19	6,2
Estadísticas de Calidad y Evaluación Ambiental	11	3,6
Otras estadísticas	15 <sup>2</sup>	4,9
<b>Total</b>	<b>307</b>	<b>100,0</b>

La distribución de las respuestas por tipo de estadísticas permite asegurar una adecuada representatividad para la mayoría de los grupos seleccionados: cinco grupos de estadísticas han sido valoradas por un porcentaje que oscila entre el 10 y el 15% de los usuarios, y sobre otros cuatro han opinado un porcentaje de usuarios situado entre el 5 y el 10%.

Obviamente, en los demás casos en los que el número de respuestas es reducido, los resultados de la encuesta deben ser tomados con las debidas cautelas. En tres casos, hay en torno a 10 respuestas; Estadísticas de Acuicultura y Estadísticas de Calidad y Evaluación Ambiental con 11 respuestas, y Estadísticas de Pesca Marítima con 10 respuestas.

En definitiva, salvando estos casos puntuales, la distribución de las respuestas en la ESUE2015 parece ser una adecuada aproximación a las pautas que siguen los usuarios cualificados, y por tanto dan una validez (siempre con las precauciones correspondientes) a los resultados de la encuesta.

---

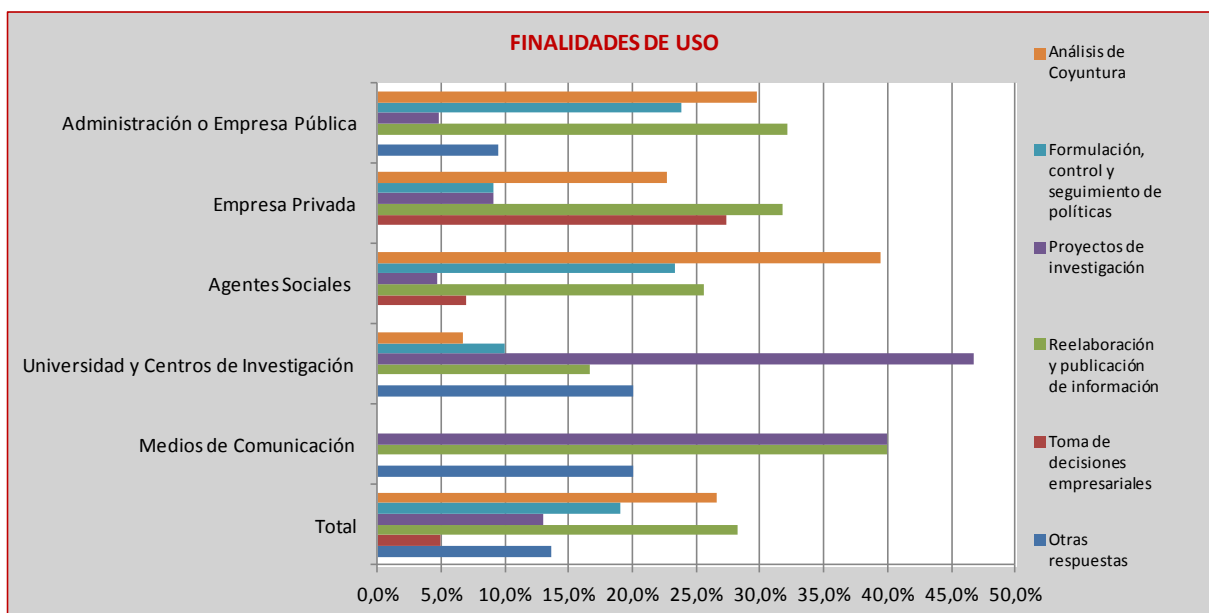
2 De las 15 respuestas obtenidas "Otras estadísticas" destacan: incendios forestales, fertilizantes, avances de superficie y producciones, anuario, encuesta de sacrificio de pollos, residuos, regadíos, encuesta mensual de incubaciones, caza y red contable. ANEXO I

### 3.1.3 Finalidad de la utilización de estadísticas

Se han diferenciado cinco grandes finalidades en la utilización de las estadísticas del MAGRAMA Análisis de Coyuntura; Formulación, control y seguimiento de políticas; Proyectos de investigación; Reelaboración y publicación de información; Toma de decisiones empresariales y con el objeto de recoger todas ellas, se ha añadido la opción de “Otras finalidades”.<sup>3</sup>

Gráfico 2

Finalidad de uso de las estadísticas: porcentaje de usuarios que declaran cada tipo de utilización



Por tipo de utilización, la **principal finalidad es reelaboración y publicación de información** (para el **28,3%** de los usuarios) y le sigue **muy de cerca la utilización para el análisis coyuntural, para el 26,6%**.

Por categorías de usuarios, las diferencias son considerables, predominando “la de investigación” en el mundo universitario y medios de comunicación (cerca del 50% en el primer grupo y el 40% en el segundo) en tanto que la "análisis coyuntural" es el principal uso para los agentes sociales (para el 42,4%) y “la reelaboración y publicación de información” para la administración o empresa pública y empresa privada (entorno al 32 % de los casos).

### 3.2 Valoración de las dimensiones de calidad de los productos

La **evaluación de la calidad de los productos** se ha hecho en base a los siguientes aspectos: relevancia, precisión, oportunidad, coherencia y comparabilidad.

Antes de mostrar los resultados es importante matizar que estos se han obtenido a partir de las respuestas de los usuarios que sí conocen y opinan sobre las estadísticas del MAGRAMA.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> De las 15 respuestas obtenidas “Otras finalidades” destacan: la docencia, contraste de estadísticas propias, análisis y seguimiento de situaciones de emergencia. ANEXO II

<sup>4</sup> De las 307 respuestas obtenidas, un 2,3% de los usuarios ha contestado “no sabe/no contesta” al valorar el aspecto de la relevancia (7 respuestas), el 4,6% en caso de la precisión (14 respuestas), el 4,2% en la oportunidad (13 respuestas), el 7,8% en la coherencia (24 respuestas), el 15,6% en la comparabilidad geográfica (48 respuestas) y un 4,2% en la comparabilidad temporal (13 respuestas).

En general, en lo que respecta a los aspectos de **relevancia, precisión y coherencia** la calidad de los productos ha obtenido una **valoración media-alta** ya que en torno **al 70,0%** de los encuestados han dado una **valoración positiva o muy positiva** sobre estos aspectos, mientras que los aspectos de **oportunidad y comparabilidad** han obtenido peor puntuación siendo **apenas el 60,0% de los encuestados los que han valorado positivamente**.

En cuanto a la valoración individual de cada uno de los aspectos por separado:

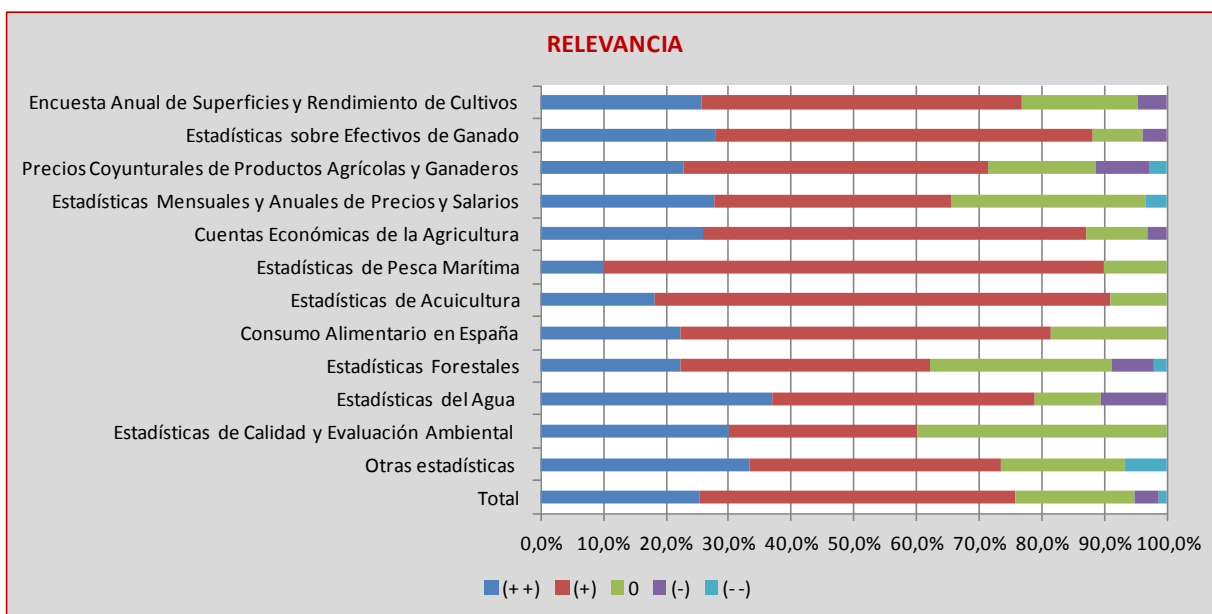
### 3.2.1 Relevancia

Aunque la relevancia tiene varias sub-dimensiones, la que se puede captar mediante preguntas específicas en una encuesta a usuarios, es la que se plantea en la pregunta específica "Indique en qué grado las estadísticas del MAGRAMA satisfacen sus necesidades".

La mayoría de los usuarios tienen una **percepción subjetiva positiva** acerca de la medida en que sus necesidades quedan cubiertas por las estadísticas del MAGRAMA: el **75,7% dan una valoración muy positiva o positiva a esta pregunta**, valoración que además es general para los distintos grupos de estadísticas, con **cinco grupos con más del 80% de respuestas positivas** e incluso dos de ellas **Estadísticas de Acuicultura y Estadísticas de Pesca Marítima con un 90% de las respuestas positivas** (si bien hay que tener en cuenta que estas dos estadísticas tan solo han sido evaluadas por 11 usuarios), mientras que **los Precios Coyunturales de Productos Agrícolas son las peor evaluadas con el 11,4% de las repuestas negativas o muy negativas**.

Gráfico 3

Valoración de la relevancia



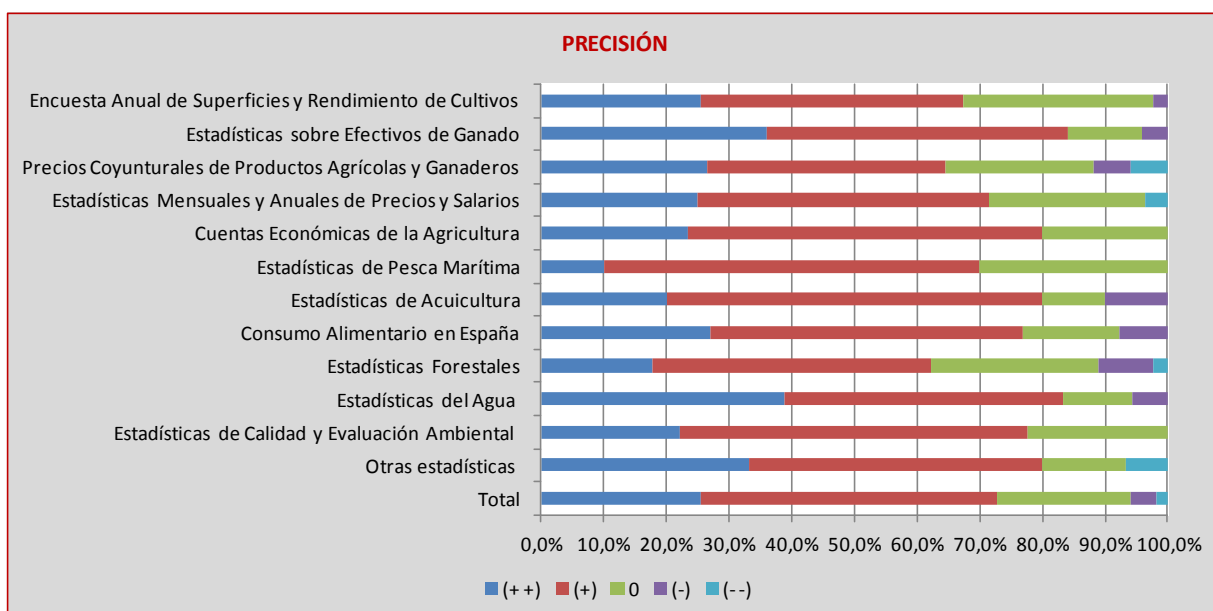
### 3.2.2 Precisión

A través de la pregunta correspondiente del cuestionario "Indique en qué grado considera que las estadísticas del MAGRAMA reflejan la realidad" se trata de obtener información sobre la precisión de las estadísticas, tal y como es percibida por los usuarios.

Las valoraciones positivas o muy positivas sobre esta dimensión de la calidad alcanzan el **72,7% de las opiniones**. Destacan por su valoración positiva, **Estadísticas sobre Efectivos de Ganado con el 84,0%, Estadísticas del Agua con el 83,3%** y estadísticas de acuicultura, cuenta económica de la agricultura y "otras estadísticas" <sup>5</sup> **con el 80,0%** de las valoraciones positivas o muy positivas, por el contrario de nuevo **Precios Coyunturales de Productos Agrícolas y las Estadísticas Forestales son las peor evaluadas con el 11% de respuestas negativas**.

Gráfico 4

Valoración de la precisión: grado en que las estadísticas del MAGRAMA reflejan la realidad.



### 3.2.3 Oportunidad

La pregunta 6 "Valore las estadísticas del MAGRAMA según el lapso del tiempo transcurrido entre la publicación de la información y el periodo al cual se refiere dicha información" refleja la percepción de los usuarios sobre la "oportunidad" de la información.

El porcentaje de **respuestas positivas o muy positivas en esta pregunta se limita al 60,9%** de los encuestados. Pese a este resultado tan ajustado, hay que señalar **que ocho grupos de estadísticas se sitúan por encima de esta cifra**, con respuestas positivas o muy positivas de un 60%-74% de los usuarios.

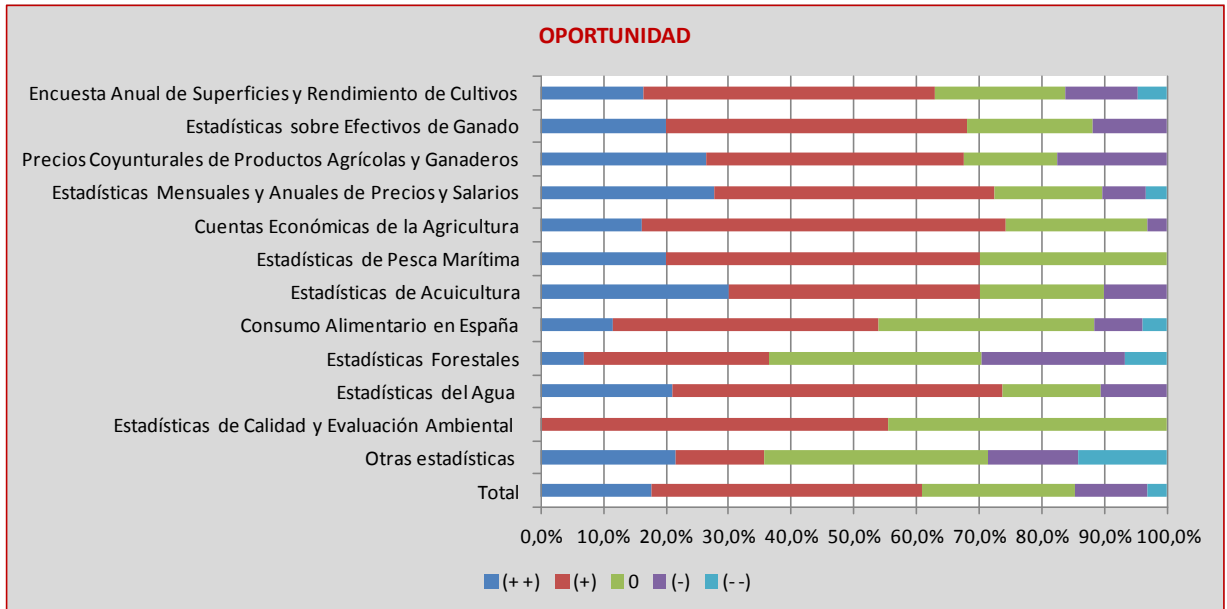
De estos resultados puede deducirse que **la valoración global de la oportunidad se ha visto minorada** debido a que **dos grupos que ha sido valorados negativamente** por un porcentaje significativo de

<sup>5</sup> Incendios forestales, fertilizantes, avances de superficie y producciones, anuario, encuesta de sacrificio de pollos, residuos, regadíos, encuesta mensual de incubaciones, caza y red contable.

usuarios: casi el 30% de los encuestados ha valorado negativamente “otras estadísticas y estadísticas forestales”.

Gráfico 5

Valoración de la oportunidad en la publicación de las estadísticas del MAGRAMA

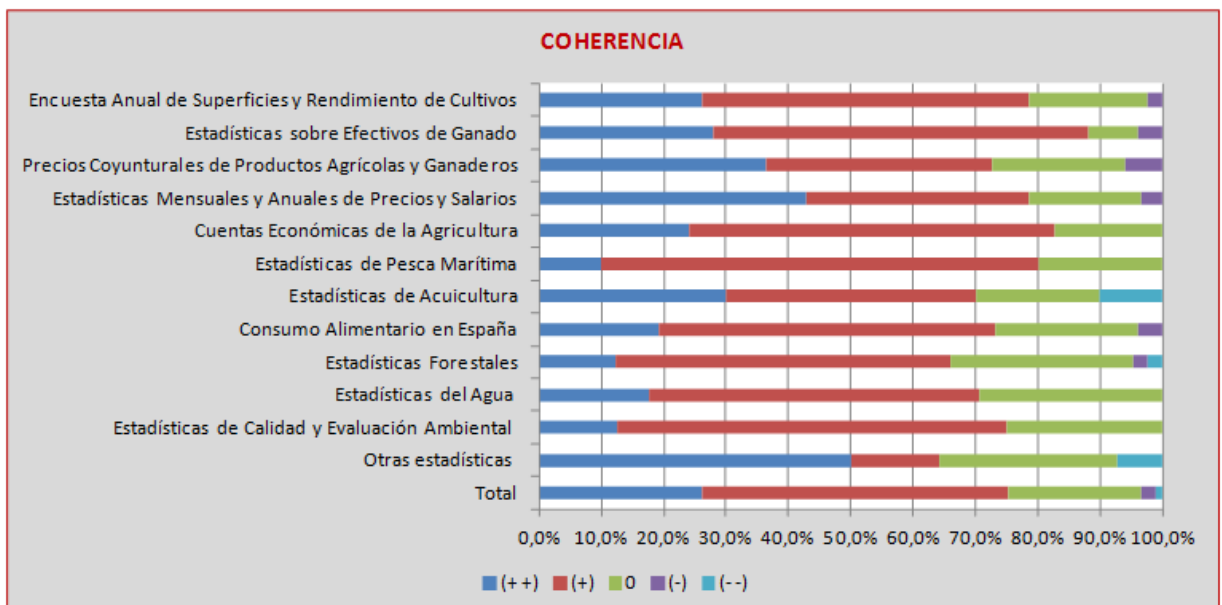


### 3.2.4 Coherencia y comparabilidad

En el caso de la **coherencia**, esta dimensión es **valorada positiva o muy positivamente por el 75, 3% de los usuarios**, donde sobresalen las **Estadísticas sobre Efectivos de Ganado** con un 88,0% de respuestas positivas, Cuenta Económica de la Agricultura con el 82,8 % y de **Pesca Marítima** con un 80,0% y donde las Estadísticas de Acuicultura ha obtenido un 10,0% de las valoraciones negativas.

Gráfico 6.1

Valoración del grado de coherencia de las estadísticas del MAGRAMA

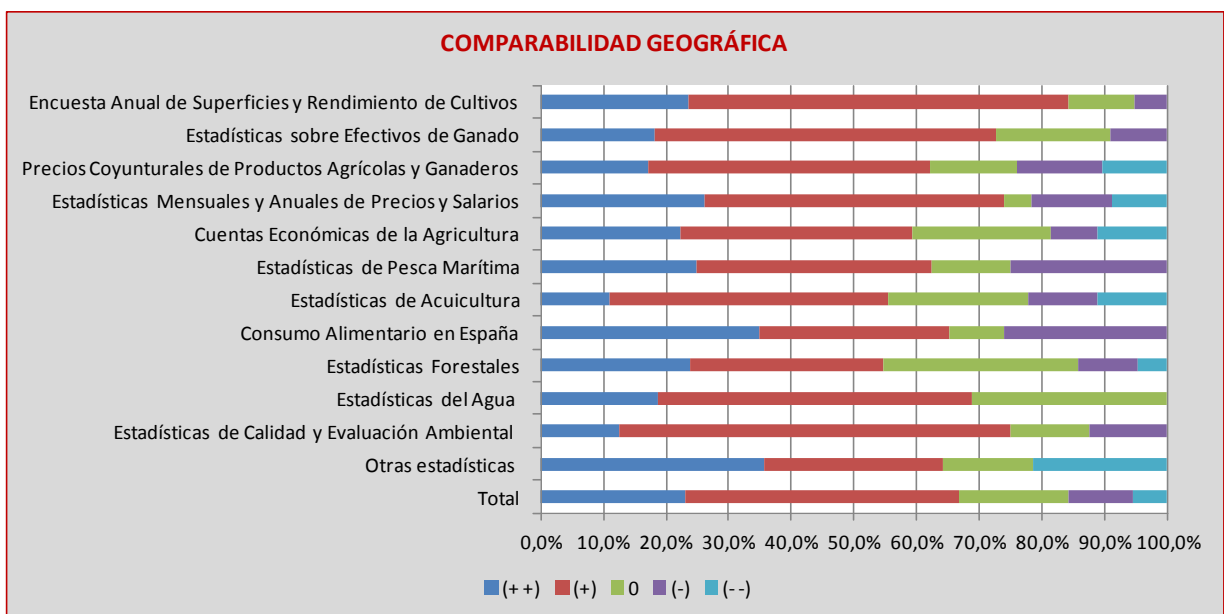


En lo que respecta al grado de comparabilidad de las estadísticas del MAGRAMA, se distingue entre la geográfica y temporal:

La comparabilidad geográfica es **valorada positiva o muy positivamente por el 66,8%** de los usuarios, percepción donde la estadística mejor valorada es la **Encuesta Anual de Superficies y Rendimiento de Cultivos** (con un **84,2% de respuestas positivas**). Pese a que el resultado es bueno hay que seis grupos de estadísticas han obtenido valoraciones negativas o muy negativas en un porcentaje superior al 20,0% de los usuarios resaltándola Estadísticas sobre el Consumo Alimentarios de España con el 26,1 % seguido de las Estadísticas del la Pesca Marítima, con 25,0% y de los Precios Coyunturales de Productos Agrícolas y Ganaderos con el 24,1%.

Grafico 6.2.1

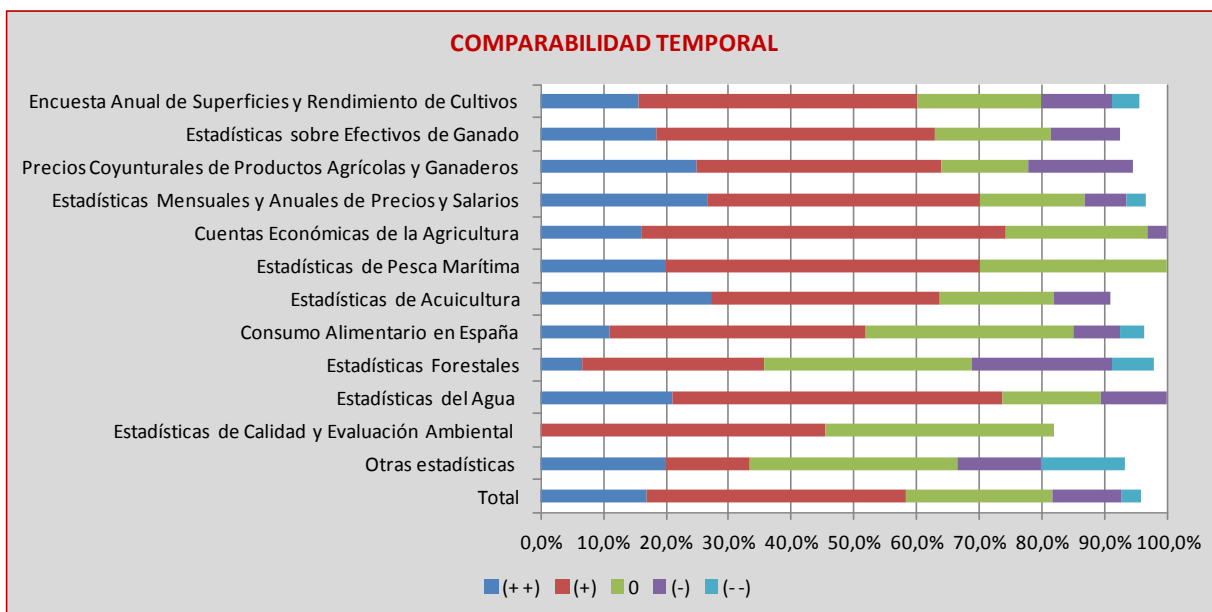
Valoración del grado de comparabilidad geográfica de las estadísticas del MAGRAMA



**En cuanto a la comparabilidad temporal** las valoraciones positivas o muy positivas son inferiores a las anteriores, **apenas un 58,00% de los usuarios ha valorado positivamente**, resaltando las Estadísticas del Agua y Cuentas Económicas de la Agricultura donde este porcentaje se eleva al 74,0% de los usuarios y las Estadísticas del la Pesca Marítima y Estadísticas Mensuales y Anuales de Precios y Salarios, al 70,0%. En cuanto a las valoraciones negativas son las Estadísticas Forestales las que han obtenido un porcentaje más elevado, cerca del 30,0% de los usuarios, seguida de “otras estadísticas” donde el porcentaje es del 25,5%

Gráfico 6.2.2

Valoración del grado de comparabilidad temporal de las estadísticas del MAGRAMA



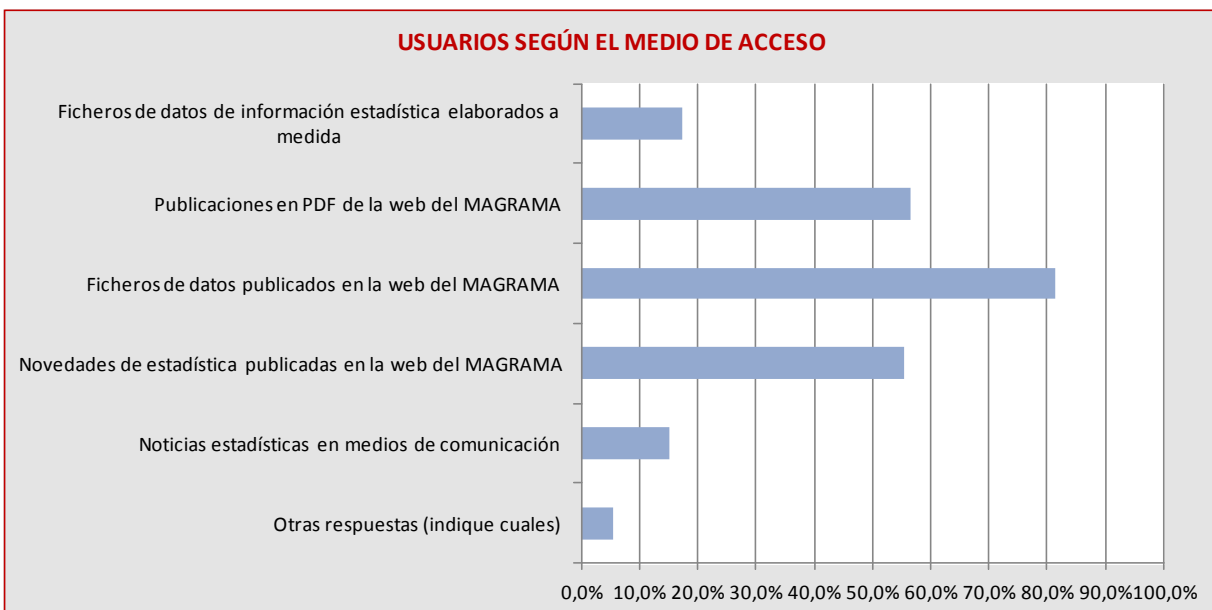
### 3.3 Valoración de la accesibilidad, claridad y otros aspectos de difusión

#### 3.3.1 Medios de acceso a la información del MAGRAMA

La página Web constituye el medio de acceso preponderante para acceder a la información del MAGRAMA (gráfico 7). En concreto destaca la utilización de **“ficheros de datos publicados en la web”** medio utilizado por el **81,5% de los encuestados**.

De las demás formas de acceso a través de la web son también relevantes **“las publicaciones en pdf”** y **“las novedades de estadística”** (un 56,5 % el 55,4% respectivamente) mientras que **“las noticias estadísticas”** y **“los ficheros de datos de información estadística elaborados a medida”** no son muy utilizados por los usuarios (un 15,2% y un 17,4 % respectivamente)

Gráfico 7 Usuarios según el medio de acceso a la información del MAGRAMA





Como media, los usuarios utilizan dos formas de acceso y si se observa la distribución (cuadro 7) cerca el 70,0% utiliza entre dos y tres formas.

Cuadro 7

Número de formas de acceso							
Usuarios	1	2	3	4	5	6	Pro
Administración o Empresa Pública	19,1	38,3	29,8	6,4	6,4	0,0	2,4
Empresa Privada	22,2	33,3	33,3	11,1	0,0	0,0	2,3
Agentes Sociales	17,6	41,2	29,4	11,8	0,0	0,0	2,4
Universidad y Centros de Investigación	37,5	25,0	37,5	0,0	0,0	0,0	2,0
Medios de Comunicación	33,3	33,3	33,3	0,0	0,0	0,0	2,0
Total	22,8	35,9	31,5	6,5	3,3	0,0	2,3

### 3.3.2 Valoración del calendario de difusión

En primer lugar lo que se plantea es saber si los usuarios conocen o no la existencia del calendario. Este aspecto ha salido bien parado puesto que la gran mayoría de los usuarios conoce la existencia del calendario (el 82,6%), alcanzando cifras casi totales en el caso de los usuarios de los medios de comunicación (100% de los usuarios) y de la Administración o Empresa Pública (91,5% de los usuarios). En cambio, para los usuarios que no necesitan hacer un uso tan frecuente de las estadísticas, aspectos como el calendario son menos conocidos, así, el conocimiento alcanza al 62,5% de los investigadores.

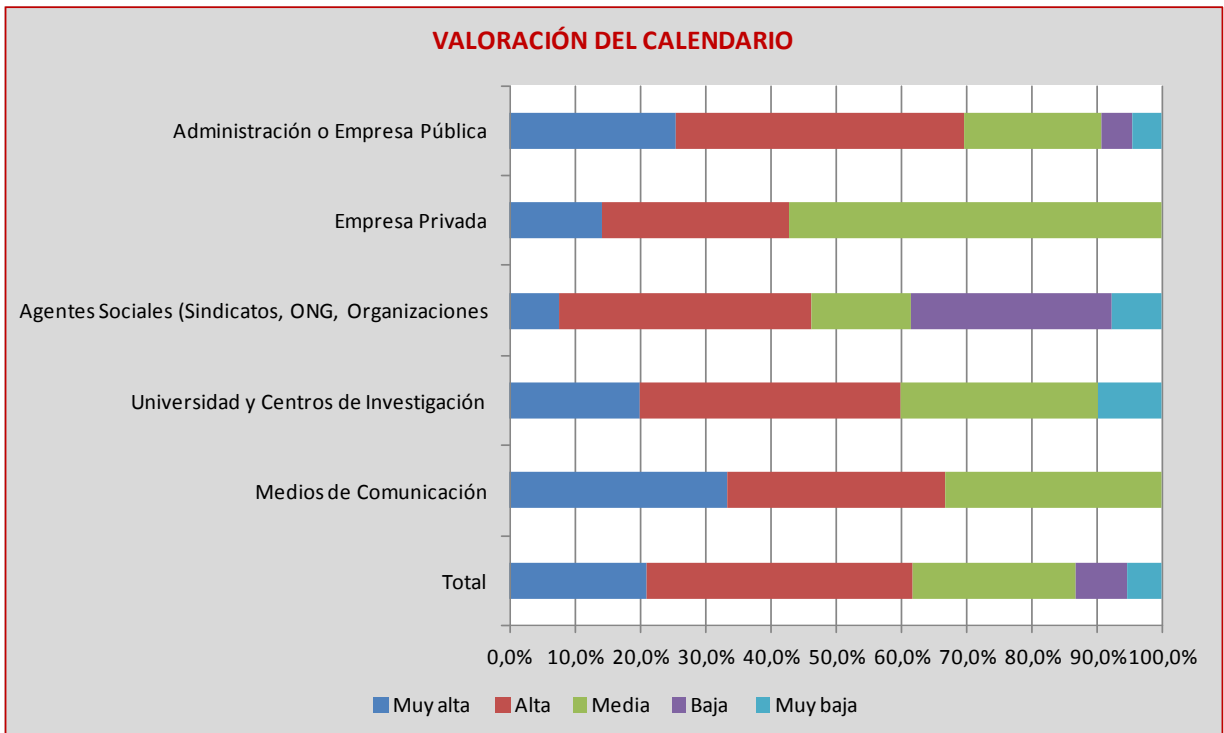
Cuadro 8

Porcentaje de usuarios en la ESUE2015 que conoce la existencia del calendario	
Usuarios	%
Administración o Empresa Pública	91,5
Empresa Privada	77,8
Agentes Sociales	76,5
Universidad y Centros de Investigación	62,5
Medios de Comunicación	100,0
Total	82,6

En términos de valoración entre los que sí lo conocen y opinan, la satisfacción con este instrumento de difusión no es muy alta, ya que el porcentaje de usuarios que opinan que es alta o muy alta se limita a un 61,8%. Valoración positiva que alcanza sus mayores niveles entre los usuarios de administración y empresa pública con un 69,7% y los de medios de comunicación con un 66,7%. Mientras que por parte de los agentes sociales el porcentaje de valoraciones negativas es muy elevado ascendiendo al 38,8% de los usuarios.

Gráfico 8

Valoración del calendario de publicaciones entre los que indican conocerlo



### 3.3.3 Valoración de la página Web

La evaluación de la satisfacción de los usuarios con la página web se hace en base a la valoración de tres características de la misma, **variedad de temas ofrecidos, facilidad de acceso y presentación de tablas estadísticas**. Los resultados obtenidos han variado significativamente en cada aspecto, si bien **la variedad de temas se ha valorado positivamente por el 77,8% de los usuarios, los otros dos aspectos han obtenido una evaluación bastante ajustada, valorándose de manera positiva por menos del 60 % de los usuarios**. Además hay que señalar que aunque las valoraciones globales no son en general negativas en ninguno de los aspectos, si que para algún tipo de usuario alcanzan el 35,3 % de los encuestados en algún de los aspectos.

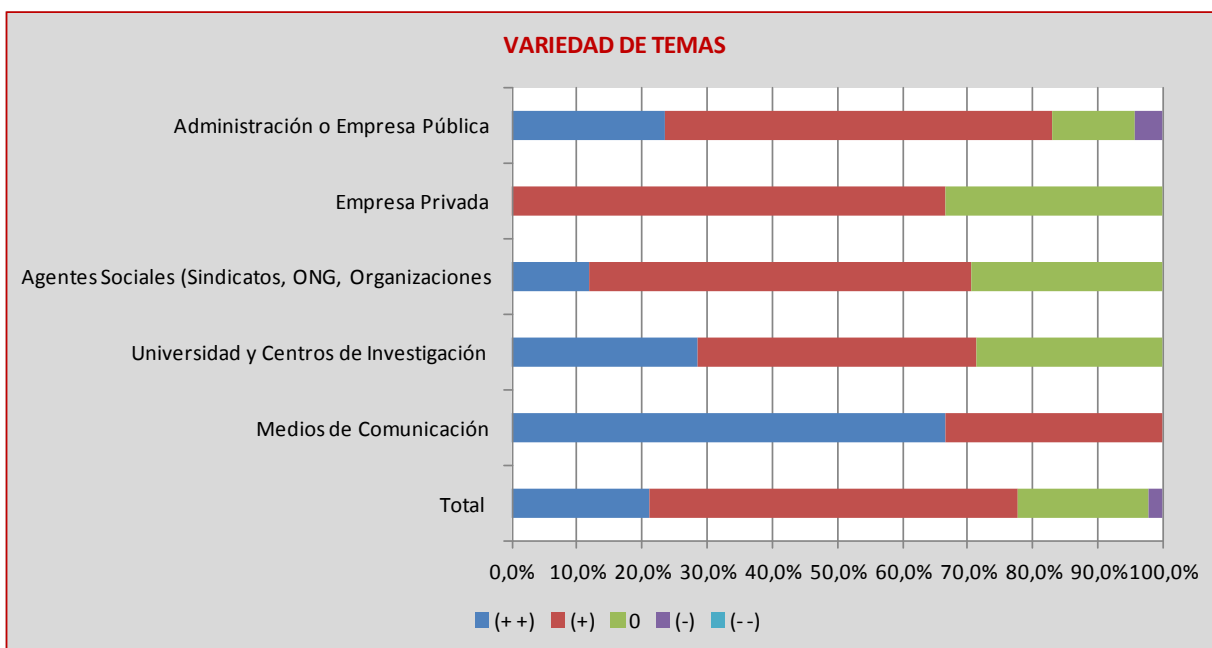
Al igual que en el apartado 3.2 los resultados obtenidos es importante matizar que estos se han obtenido a partir de las respuestas de los usuarios que sí conocen y opinan sobre las estadísticas del MAGRAMA.<sup>6</sup>

En cuanto a la valoración individual, comenzando por **la variedad de los temas ofrecidos, aspecto mejor valorado con un 77,8%** de opiniones favorables o muy favorables, son los usuarios de los medios de comunicación los que más valoran **la variedad** (gráfico 9), con un 100,0% de respuestas positivas o muy positivas y con ninguna valoración negativa.

<sup>6</sup> De las 92 respuestas obtenidas, un 2,2% de los usuarios ha contestado “no sabe/no contesta” al valorar los aspectos de variedad y facilidad de acceso (2 respuestas) y el 3,3% en caso de presentación de tablas estadísticas (3 respuestas).

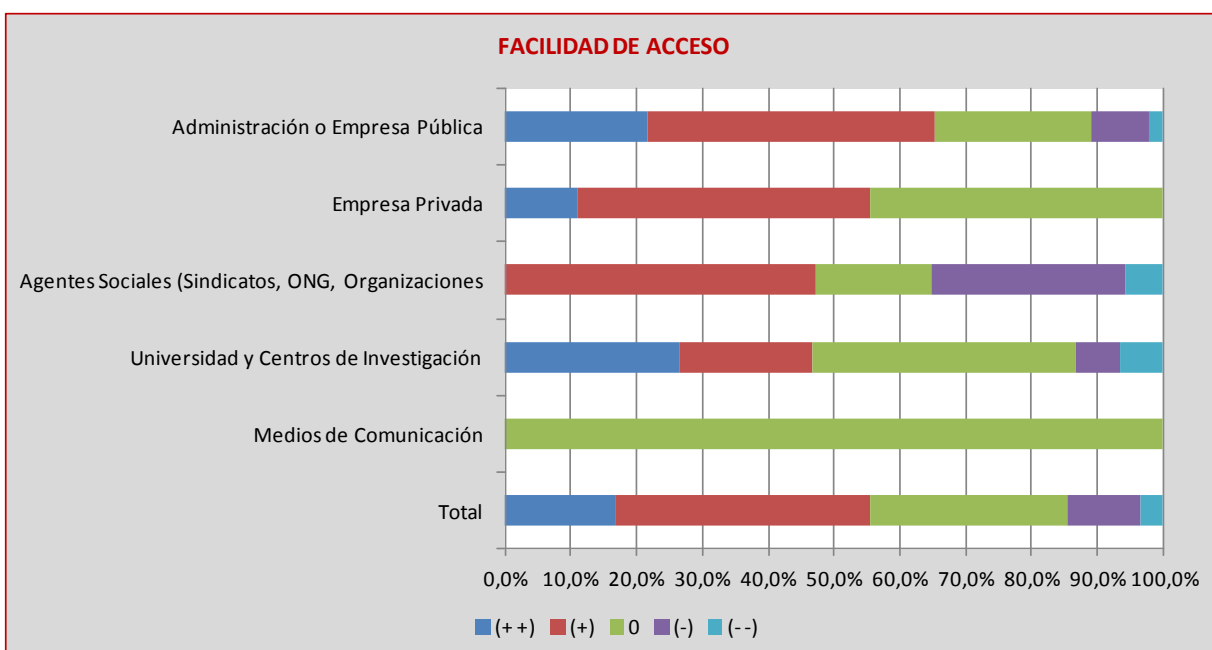
Gráfico 9

Valoración de la página web: a) Variedad de temas ofrecidos



En cuanto a la **facilidad en el acceso** (gráfico 10) con **tan solo el 55,6 %** de valoraciones favorables o muy favorables, son los usuarios de la administración o empresa pública y de empresa privada quienes valoran más positivamente el aspecto (65,3% y 55,6% respectivamente), sin embargo, en el caso de **los agentes sociales un 35,3% ha valorado negativamente** y **el 100% de los usuarios de medios de comunicación de manera indiferente**.

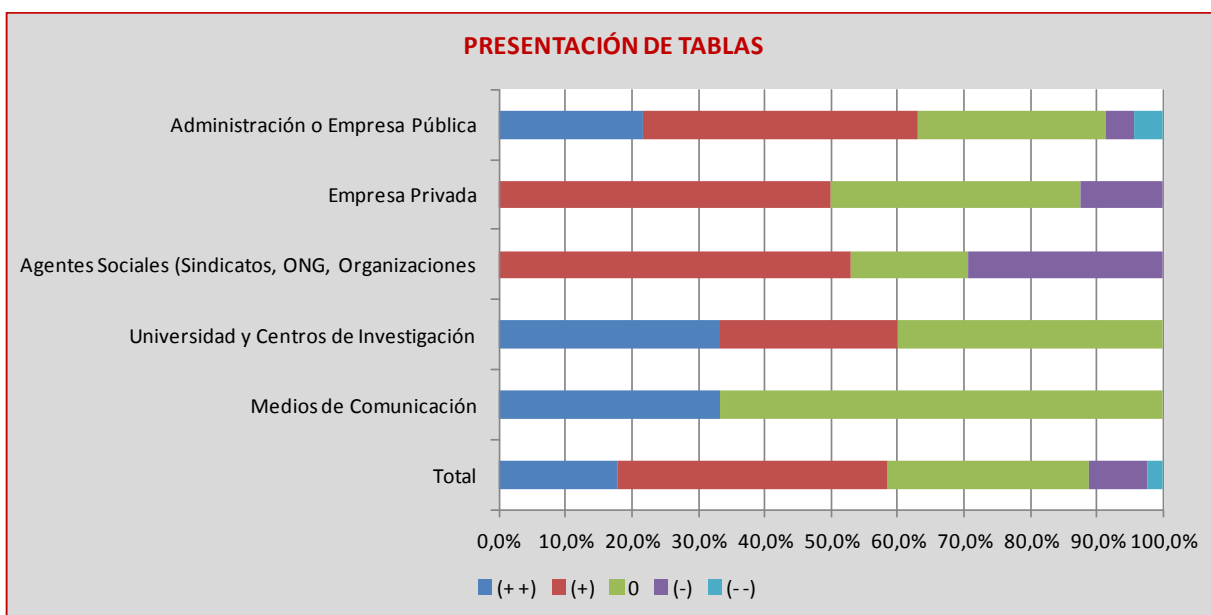
Gráfico 10 Valoración de la página web: b) Facilidad en el acceso a la información



Por último, en cuanto a la **presentación de las tablas estadísticas** (gráfico 11), el porcentaje de valoraciones positivas, de nuevo ha sido modesto, el **58,4 % de los usuarios han valorado positivamente**, estando por encima de la medio los usuario de Administración o Empresa Pública que alcanzan un 63,0% de valoraciones positivas. Al igual que en el caso anterior, **los agentes sociales un 29,4% ha valorado negativamente**.

Gráfico 11

Valoración de la página web: c) Presentación de las tablas estadísticas



### 3.3.4 Valoración de la información complementaria

La información complementaria o "metadatos" (definiciones, clasificaciones, descripciones metodológicas) que se facilita para la interpretación de las estadísticas del MAGRAMA, se investiga en la encuesta preguntando a los usuarios acerca de tres características: Facilidad de obtención, claridad de la exposición y nivel de detalle.

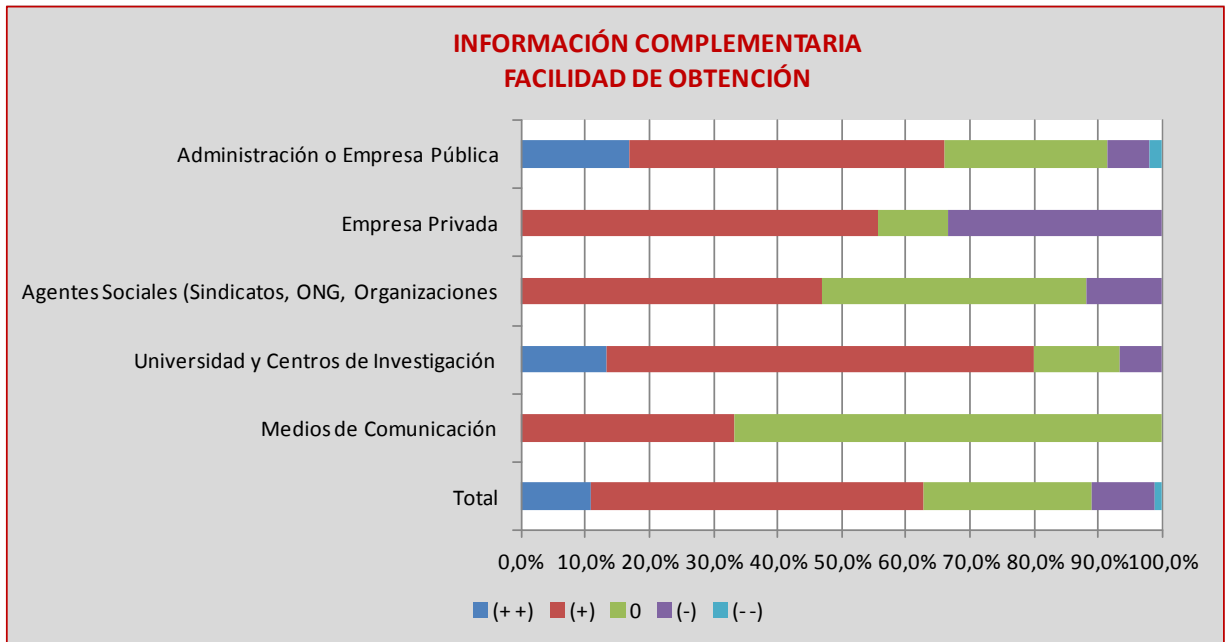
De nuevo, al igual que en el apartado 3.2 y en el apartado 3.3.3, los resultados se han obtenido a partir de las respuestas de los usuarios que sí conocen y opinan sobre las estadísticas del MAGRAMA.<sup>7</sup>

**La valoración global de la información complementaria vuelve a ser moderada** y en este caso en los tres aspectos analizados **no se supera el 63,0% de la repuestas positivas o muy positivas**. De nuevo, como en el caso de la valoración de la página web, pese a que las valoraciones globales no son en general negativas en ninguno de los aspectos, si que para algún tipo de usuario alcanzan el 33,3 % de los encuestados en algún de los aspectos.

<sup>7</sup> De las 92 respuestas obtenidas, un 1,1% de los usuarios ha contestado "no sabe/no contesta", al valorar los aspectos de facilidad de obtención y claridad en la exposición (1 respuesta) y el 2,2% de los usuarios en caso de nivel de detalle (1 respuestas).

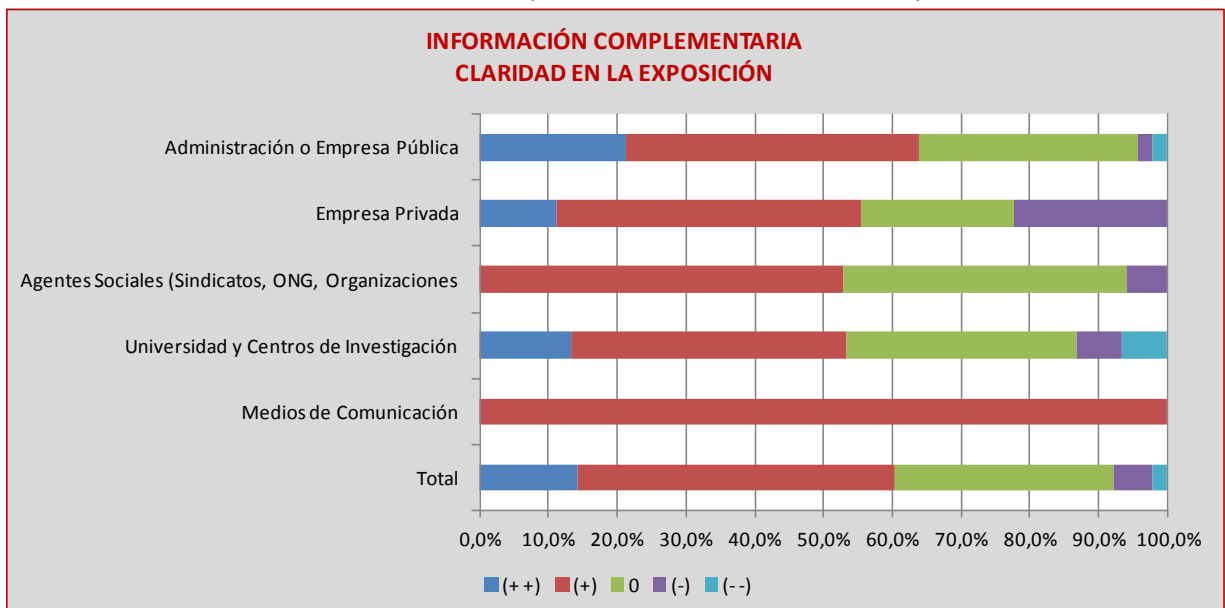
De los tres aspectos el valorado más positivamente es el **de la facilidad de obtención** con un **62,6%** de respuestas positivas o muy positivas (gráfico 12) con un **porcentaje que se eleva por encima de la media** en los colectivos pertenecientes a **universidades hasta el 80,0%**, y en la **administración o empresa pública hasta el 66,9%**, mientras que la empresa privada ha valorado en un 33,3% de manera negativa.

Gráfico 12 Valoración de la información complementaria: a) Facilidad de obtención



En la **claridad en la exposición** (gráfico 13) donde el **60,4%** ha valorado positivamente, destacan las valoraciones positivas de **los medios de comunicación, el 100,0% dan valoraciones positivas o muy positivas**, seguido de administración o empresa pública con el 63,9 % de valoraciones positivas o muy positivas. El resto han valorado positivamente en torno al 50%, sin embargo hay que destacar de nuevo que el 22,2% de los usuarios de empresa privada han dado una valoración negativa.

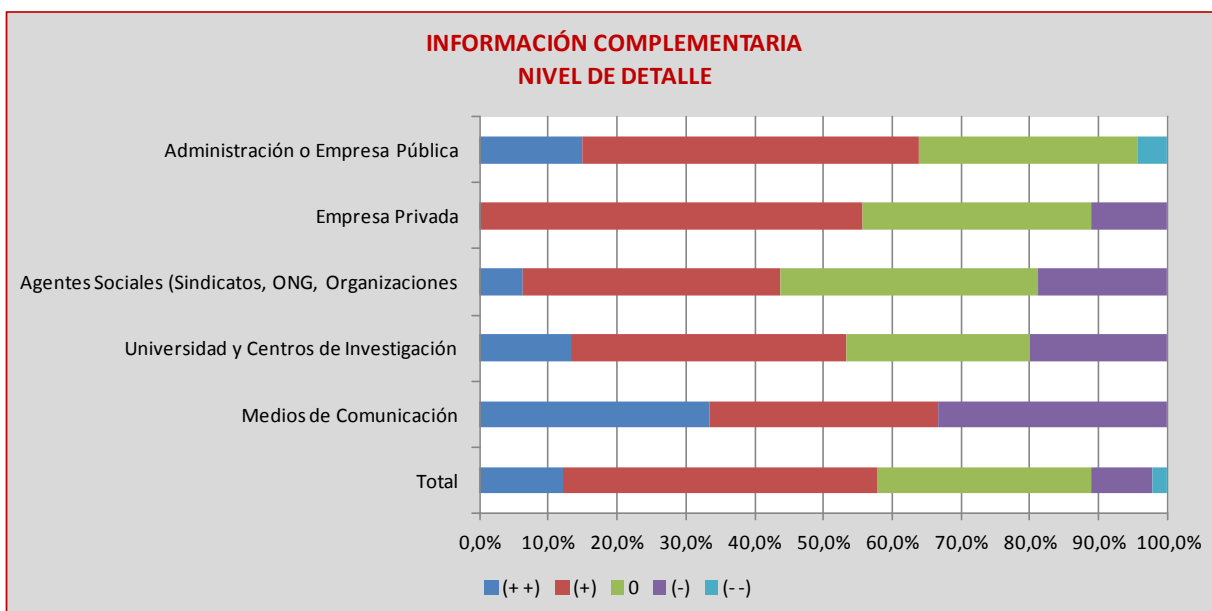
Gráfico 13 Valoración de la información complementaria: b) Claridad en la exposición



Por último en cuanto al **nivel de detalle de la información complementaria**, (gráfico 14) donde **el 57,8% ha valorado positivamente**, los que manifiestan mayor nivel de satisfacción son los medios de comunicación con un 66,7 % (quienes también en un 33,3 % han valorado negativamente este aspecto) y la administración o empresa pública con el 63,8%.

Gráfico 14

Valoración de la información complementaria: c) Nivel de detalle



### 3.4 Valoración global e identificación de necesidades no cubiertas

El cuestionario se cierra con preguntas de evaluación general sobre las estadísticas del MAGRAMA.

#### 3.4.1 Calidad global

En esta pregunta se trata de resumir el grado de satisfacción global de los usuarios con la calidad global de las estadísticas del MAGRAMA.<sup>8</sup>

El **81,1 % de los usuarios** (gráfico 15) **valora la calidad general de la producción del MAGRAMA como alta o muy alta**, siendo especialmente reseñable que **en todos de grupos de usuarios al menos dos terceras partes han valorado positivamente**; destacando **los medios de comunicación con el 100,0% de las valoraciones positivas**, seguido de las universidades para los que el porcentaje es del 93,4%, y administración y empresa pública con el 82,2%.

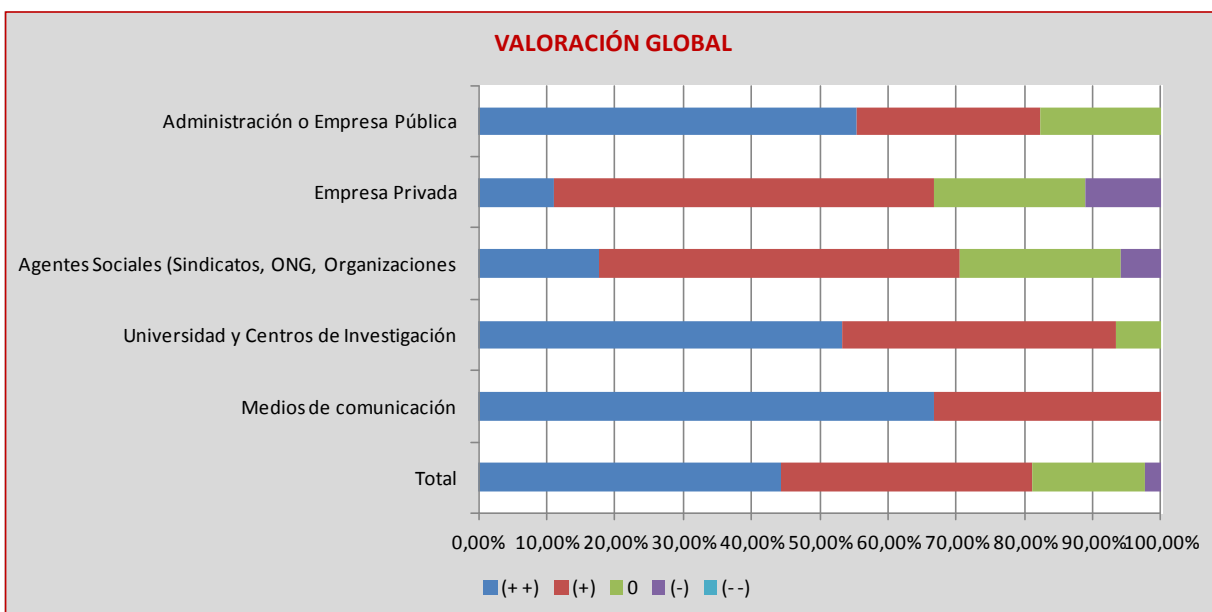
El grupo de usuarios con una **evaluación de la calidad menos positiva ha sido el de empresa privada donde el 11, 1% ha dado valoraciones negativas**.

En la encuesta se da la posibilidad de que el usuario complemente su respuesta "indicando si lo desea algún motivo que la justifique". En el ANEXO III se han incluido las respuestas a esta pregunta.

<sup>8</sup> De las 92 respuestas obtenidas, un 2,2% de los usuarios ha contestado "no sabe/no contesta" (2 respuestas).

Gráfico 15

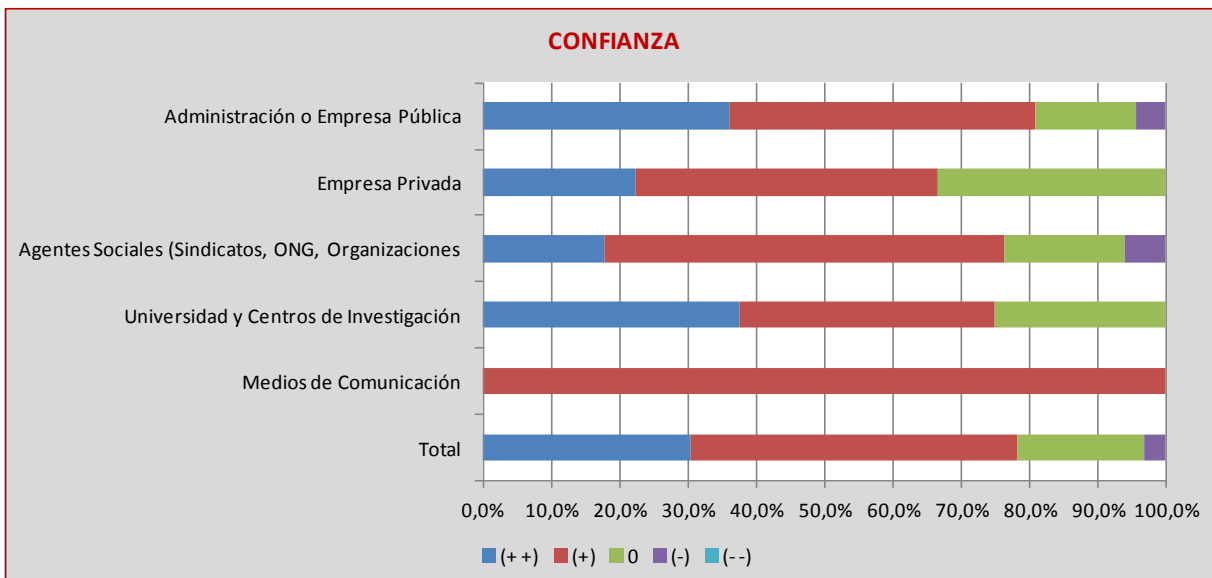
Valoración general de la calidad de las estadísticas del MAGRAMA



### 3.4.2 Confianza

Los resultados de esta pregunta, son muy positivos y el 100% de los usuarios han valorado este aspecto. **El porcentaje de opiniones que expresan confianza en las estadísticas del MAGRAMA alcanza el 78,3%. Solo un 3,3% indica que "tiende a no confiar" o no confía.** Al igual que en el caso anterior en todos los grupos de usuarios, al menos dos terceras partes han valorado positivamente; destacando de nuevo los medios de comunicación con el 100% de las valoraciones positivas y la administración o empresa pública con el 80,8%. Les siguen los usuarios de agentes sociales y mundo universitario con el porcentaje de valoraciones positivas o muy positivas: el 76,3% y 75,0% respectivamente. ANEXO IV

Gráfico 16 Grado de confianza en las estadísticas elaboradas por el MAGRAMA



Como ya se ha señalado, esta pregunta es complementaria de la pregunta del cuestionario en la que se trata de analizar la dimensión de "relevancia" y/o completitud de las estadísticas: en la pregunta 4 se preguntaba al usuario sobre su percepción global del grado en que las estadísticas del MAGRAMA se adaptaban a sus necesidades; en esta pregunta abierta se trata de que el usuario señale explícitamente, cuáles son esas necesidades que considera no cubiertas por la producción actual del MAGRAMA.

**De los 92 usuarios** que han respondido la encuesta, **24 han completado esta pregunta**, de los cuales 4 han contestado que no utilizan las estadísticas del MAGRAMA, lo cual supone una **tasa de respuesta global del 21,7%**.

Cuadro 9

Distribución de las respuestas sobre necesidades no cubiertas por el MAGRAMA por tipo de usuario.

Necesidades no cubiertas por tipo de usuario			
Distribución en % por tipo de usuario	Respuestas totales	Respuestas "No utilizo"	Tasa de respuesta (%)
Administración o Empresa Pública	9	1	17,0
Empresa Privada	2	0	22,2
Agentes Sociales	5	2	17,6
Universidad y Centros de Investigación	6	1	31,2
Medios de Comunicación	2	0	66,7
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>4</b>	<b>21,7</b>

Por tipo de usuarios, como se puede apreciar en el cuadro 9, el grupo que más sugerencias ha realizado ha sido la Administración o Empresa Pública 8, seguido de Universidad e Investigación con 5 sugerencias.

Entre las sugerencias predominan, las que solicitan mayor información sobre estadísticas agrarias, seguidas de las forestales. Anexo 4

#### 4. COMENTARIO FINAL

Los resultados generales sobre el grado de satisfacción de los usuarios con la producción de estadística del MAGRAMA, según la encuesta de 2015, son sin duda positivos:

- **La tasa de repuesta global** ha sido del **33,8%**, cifra **no muy elevada**, sin embargo como ya se ha dicho anteriormente, al ser la primera vez que se hace un estudio de este tipo en el Departamento estos valores podrían considerarse razonables siempre de cara a la obtención de una mayor participación en estudios sucesivos.
- **Las estadísticas se utilizan** principalmente para **la reelaboración y publicación de información y para el análisis coyuntural**, recurriéndose muy poco a ellas para la toma de decisiones empresariales.
- **Las estadísticas más consultadas** son la **Encuesta Anual de Superficie y Rendimiento de Cultivos (ESYRCE)** y **las Estadísticas Forestales** siendo las menos consultadas las Estadísticas de Pesca Marítima, la Estadísticas de Acuicultura y las Estadísticas sobre Calidad y Evaluación Ambiental.



- **El promedio de estadísticas consultadas por usuario** es de **3,3**, siendo menor en el caso de la empresa privada y universidades, lo que podría ser lógico puesto que estos usuarios se especializan mientras que administración pública, agentes sociales y medios de comunicación tiene un campo de actuación más amplio.
- **La frecuencia de uso de las estadísticas** es moderada-elevada, ya que **un 53,3% las utiliza al menos una vez al mes** y el 17,4% las usa una o más veces a la semana, lo que pone de manifiesto que son de utilidad para los usuarios.
- **El calendario es conocido por el 82,6% de los usuarios**, pero las **valoraciones positivas apenas alcanzan el 61,8%** de los usuarios.
- **En cuanto a los medios de acceso, la página web constituye el medio preponderante** para acceder a la información del MAGRAMA. Hay que señalar **que los ficheros de datos publicados en la web son el medio más utilizado por los usuarios, el 81,5%** (aproximadamente el doble con respecto a las demás formas de acceso a través de la web) y que **las noticias estadísticas en medios de comunicación y los ficheros de datos de información estadística elaborados a medida son los menos utilizados por los usuarios** (un 15,2 % y un 17,4 % respectivamente).
- La **página web** ha sido valorada bajo tres criterios, siendo **la variedad de temas ofrecidos el aspecto mejor evaluado** de la web donde el **77,8% de los usuarios ha valorado de manera positiva o muy positiva**. Mientras que los otros dos aspectos (**facilidad de acceso y presentación de tablas**) ha obtenido un simple aprobado.
- **En cuanto a la información complementaria** que se facilita para la interpretación de las estadísticas, **un porcentaje en torno al 60,0% de los usuarios, han valorado positivamente este aspecto**, sobresaliendo la valoración que las universidades hacen sobre la facilidad de obtención donde el 80,0% ha valorado positivamente este aspecto y la valoración que los medios de comunicación hacen de los otros dos aspectos, claridad de la exposición, el 100,0% valora positivamente y nivel de detalle, el 66,7% valora positivamente.
- Para concluir, **la calidad de las estadísticas del MAGRAMA ha obtenido una puntuación alta ya que el 81,1 %, de los usuarios han dado una valoración positiva o muy positiva** a la calidad de las estadísticas y el **78,3% de los usuarios ha manifestado que confía en las estadísticas**. Hay que resaltar que en todos los grupo de estadísticas al menos dos tercios de los usuarios han valorado positivamente y tan solo un 3,3% ha manifestado no confiar en las estadísticas del MAGRAMA:
- En general **los grupos de estadísticas han resultado bien valoradas** ya que entre el **75,0% y el 60,0% de los usuarios han dado respuestas positivas o muy positivas**. Destacan por orden de valoración **la relevancia, precisión y coherencia**, mientras que la oportunidad y la comparabilidad han salido peor paradas y el porcentaje de valoraciones negativas ha en torno al 15,0% de los usuarios en ambos aspectos.

Para finalizar, hay que tener en cuenta que al ser **la primera vez que se realiza en el MAGRAMA una encuesta de estas características** su ejecución ha implicado una serie de dificultades que se deberán tener en cuenta a la hora de realizar estudios futuros y de las que derivan la siguientes sugerencias:

- Probablemente uno de los resultados más ajustado de la encuesta ha sido la tasa de respuesta. Pese a que el cuestionario se ha diseñado de manera que su cumplimentación vía on-line fuera cómoda y sencilla para el usuario, la respuesta obtenida no ha sido la esperada, por lo que se plantea la necesidad de trabajar en la difusión de este tipo de encuestas y en mejorar la implicación de los usuarios.

- Aunque se ha tratado de que el censo sea suficientemente representativo del tipo de usuarios que utiliza las estadísticas del MAGRAMA, en la configuración se observa un elevado porcentaje de usuarios de la administración pública frente a la empresa privada, si bien este comentario ha de matizarse, teniendo en cuenta que las asociaciones empresariales y organizaciones de productores con una amplia presencia en el Departamento están incluida en el grupo de agentes sociales. Esto invita a trabajar en perfeccionar la clasificación de los tipos de usuarios, pudiendo ser más diversificada en lo que se refiere a la categoría de agentes sociales, distinguiendo la parte puramente social de la parte profesional o empresarial y a así lograr una distribución más proporcionada de la muestra.
- Por otra parte, a pesar de que el censo se ha intentado hacer lo más completo posible, configurándose con las aportaciones de todas la unidades productoras de estadísticas del Ministerio junto con las del Gabinete de Prensa, éste se ha visto truncado por no estar todos los usuarios identificados en el momento de realización de la encuesta, lo que plantea la exigencia de que cada unidad responsable de producir estadísticas se asegure de mantener actualizado su directorio de usuarios.
- En cuanto cuestionario, se ha pretendido que su redacción fuera sencilla para así facilitar su cumplimentación, sin embargo hay que continuar avanzando para mejorar la comprensión de las preguntas y repuestas y para racionalizar las preguntas que vayan a ser objeto de respuesta múltiple ya que alargan alargar excesivamente el tiempo de contestación.
- Por último, en lo relativo a las preguntas abiertas, podría ser interesante revisar su redacción de cara a que la opinión de los encuestados pueda abarcar otros aspectos no contemplados actualmente.

## **Referencias**

Agencia Estatal de Evaluación y Calidad (AEVAL) (2006): Guía de orientación para la realización de estudios de análisis de la demanda y de encuestas de satisfacción, Agencia Estatal de Evaluación y Calidad, 2006.

Encuesta de Satisfacción de usuarios del INE 2013(ESU 2013)

Código de Buenas Prácticas de las Estadísticas Europeas

## **ANEXOS**

Respuestas a las preguntas del cuestionario con respuesta abierta

**ANEXO I.** Contestaciones a la pregunta sobre tipo de estadísticas del MAGRAMA utilizadas y que no estaban incluidas en el grupo de estadísticas que se especificaban en el cuestionario

Tipo de usuario	Respuesta
<b>Administración o Empresa Pública</b>	Incendios
	fertilizantes
	Avances de superficies y producciones
	Incendios forestales
<b>Agentes Sociales</b>	ANUARIO
	Avances mensuales de superficies y Producciones Agrícolas
	Sacrificio de pollos.
	Encuestas de sacrificio
	RESIDUOS
<b>Universidad y Centros de Investigación</b>	Encuesta mensual incubaciones
	Caza

**ANEXO II.** Contestaciones a la pregunta sobre otras finalidades para las que utiliza las estadísticas del MAGRAMA

Tipo de usuario	Respuesta
<b>Administración o Empresa Pública</b>	Contraste datos
	Datos para nuestras operaciones
	Consulta
	Elaboración indicadores económicos de flota
	Análisis y seguimiento de situaciones de emergencia
	Elaborar y contrastar nuestras propias estadísticas
	Información general
	Dispositivo BRIF EPRIF Tragsa/Magrama
<b>Universidad y Centros de Investigación</b>	Trabajo Fin de Grado Unileón
	Docencia Universitaria
	Docencia
	Docencia universitaria
	Estudios
	Actividades docentes
<b>Medios de Comunicación</b>	Investigaciones periodísticas

**ANEXO III.** Contestaciones complementarias a la pregunta sobre calidad de la producción estadística. ("Por favor, indique si lo desea algún motivo que justifique su respuesta anterior").CALIDAD

Tipo de usuario	Respuestas
<b>Administración o Empresa Pública</b>	Conocimiento de la situación actual.
	Al final son los datos oficiales así que toca utilizarlas.
	Para tomar decisiones y justificar acciones en el mundo agrario hay que tener conocimiento de la realidad y esta se deduce de unas buenas estadísticas agrarias.
	Conocimiento de datos.
	Las distintas estadísticas de superficies no son coherentes entre sí (hay contradicciones y no reparten el territorio adecuadamente).
	La existencia de unas estadísticas de calidad es imprescindible para poder conocer y analizar la situación del sector agrario y elaborar las políticas en consecuencia.
	Necesitaría mas clasificaciones, separando caladeros
	La utilidad de los datos ofrecidos es muy alta, pero es necesario un mayor esfuerzo en sistemas de aviso.
<b>Empresa Privada</b>	Resultan esenciales las estadísticas que se publican pero (1) en algunos casos se quedan cortas (ej. datos sobre consumo en horeca), (2) en otros casos falta información (panel compra horeca, información de ventas directas) y (3) rupturas históricas.
	Deberían tener más integración en gis y disponer de más detalle a nivel provincial y local.
	Demasiado tarde, se publican los datos con mucho retraso y no sirve para analizar la coyuntura o anticipar una situación, sólo para realizar un análisis a posteriori.
	Es muy adecuada para el sector, para tener conocimiento de series históricas y como se puede comportar en el futuro.
<b>Agentes Sociales</b>	Incubación mensual deseable que salga con menor retraso. Y que incluyan la importación/exportación de pollitos/pollitas para saber el saldo y poder estimar producciones. Consumo alimentario: metodología de extra doméstico no comparable con hogares.
	En muchos casos se trata de la única oficial.
	En general son muy útiles. No obstante, hay aspectos, especialmente en los Avances mensuales de superficies y Producciones Agrícolas, que deberían ser mejorados, ya que los datos que aparecen en ellos son erróneos y suelen estar desfasados.
<b>Universidad y Centros de Investigación</b>	Las estadísticas del MAGRAMA son una fuente indispensable para los trabajos sobre el sector
	Las estadísticas forestales y en especial el Mapa Forestal 1:50.000 y el Inventario Forestal son documentos imprescindibles para los análisis y estudios del medio natural en España, especialmente los desarrollados con enfoques ecológicos
	Entiendo que el Ministerio debiera poner a disposición de los interesados los datos en formato de datos abiertos y enlazados
	Mejor que nada, pero falta aclarar la metodología (m3 a t?). Los ítems del balance de madera varían anualmente de forma extraña: ¿se ha utilizado la misma metodología? ¿Qué es cada ítem? Y salen tarde (a fin de 2015 no tenemos ni el avance de 2014!)
	Son indispensables para conocer los diferentes sectores, su evolución, trascendencia en el contexto socioeconómico y ambiental de España y referencia para la toma de decisiones
<b>Otros</b>	Existe carencia de datos relacionados con el abastecimiento y saneamiento de agua.

**ANEXO IV.** Contestaciones complementarias a la pregunta sobre confianza en las estadísticas del MAGRAMA ("Por favor, indique si lo desea algún motivo que justifique su respuesta anterior").  
CONIFANZA

Usuario	Respuesta
<b>Administración o Empresa Pública</b>	En términos generales los datos estadísticos del sector agrario son bastante coherentes con los distintos registros administrativos existentes dentro y fuera del MAGRAMA.
	Son los datos oficiales.
	Mucha dependencia de datos de fuente de escasa fiabilidad
	Cada vez la información está más depurada y es más acorde a la realidad
	1. Existe disparidad de los datos estadísticos de diferentes fuentes de una misma temática 2. No hay una coherencia con los datos de las CC.AA 3. la periodicidad de los datos es demasiado extensa (excede el año en algunos casos)
<b>Empresa Privada</b>	Creo que son bastante fiables
	Dificultades con la muestra en HORECA. Malas estimaciones de producción de vino hasta el cierre de la cifra final.
	EXISTEN ALGUNAS DISCREPANCIAS CON LAS ESTADISTICAS QUE PUBLICAN LAS CONSEJERIAS DE AGRICULTURA DE VARIAS COMUNIDADES AUTONOMAS
<b>Agentes Sociales</b>	En general son confiables. En consumo alimentario no parecen fiables los datos de consumo en hogares de huevos ecológicos, que sugieren algún problema metodológico...Y dato de consumo extra doméstico no comparable con hogares (cantidad, precios).
	Me interesa más la evolución en el tiempo que el valor absoluto, que en determinadas estadísticas no son especialmente exactas
	Lo mismo que en 16 sobre los Avances... El resto de lo que utilizamos es correcto y sobre las que no utilizamos desconocemos su fiabilidad.
<b>Universidad y Centros de Investigación</b>	Los datos por ejemplo de leñas o productos forestales no madereros parecen responder más a estimaciones de técnicos autonómicos que no a datos reales. Faltaría especificar la metodología (o al menos los criterios en que se basan)
	En general la calidad es muy elevada
	Es muy destacable el trabajo de los últimos 5-8 años en la mejora y actualmente se cuanta con profesionales muy válidos en el conocimiento del sector. Deben ser multiplicados los esfuerzos en personal y presupuesto para esta labor.

**ANEXO V.** Contestaciones a la pregunta: "¿Qué estadísticas le interesarían pero no están disponibles actualmente entre las que MAGRAMA elabora?".NECESIDADES NO CUBIERTAS.

Usuario	Respuesta
<b>Administración o Empresa Pública</b>	Consumo de biomasa agrícola y forestal para energía en España
	Cuentas Económicas de la Selvicultura o Forestales
	Estadísticas sobre inversiones
	Otros productos ganaderos
	Generamos las Estadísticas Forestales Anuales de la Comunidad de Madrid. Ocasionalmente consultamos los datos rellenos dentro del trámite de cumplimentación de la información.
	Precios de la madera y de otros productos forestales
	Jornales de los cultivos Costes de los distintos cultivos y sistemas productivos y Umbral de rentabilidad de las explotaciones
	Más información sobre la industria agroalimentaria, con cierta elaboración y análisis, datos sobre entidades asociativas del sector agroalimentario. Una información ambiental más estructurada y profunda.
Estadísticas de daños y gastos por emergencias.	
<b>Empresa Privada</b>	No lo se
	Panel de compras del canal HORECA y Destilaciones de vino
<b>Agentes Sociales</b>	Incluiría precios de coyunturales de cereales que ahora no aparecen (avena, centeno, etc) y oleaginosas. Estadísticas mensuales sobre existencias de cereales en puertos. Estadísticas mensuales de producción de piensos compuestos.
	Usos agua subterránea
	MENSUAL: Sacrificio de gallinas ponedoras, comercio exterior de huevos/ovoproductos, consumo alimentario extra doméstico (método equivalente a panel de hogares), producción y consumo de ovoproductos. SEMANAL: precio de huevos para industria
	Pago base
<b>Universidad y Centros de Investigación</b>	La madera empleada en bioenergía, tendría que diferenciarse entre leña quemada y astillas/pellets para calderas/plantas de biomasa. ¿En cuántos KWh se traducen?
	Se ha eliminado en el censo agrario la información sobre sistemas de riego que se facilitaba a nivel municipal. Sería importante recuperar esta información.
	El Mapa Forestal de España 1:50.000 de Cubiertas no arboladas para todas las Comunidades Autónomas
	Algunas publicaciones muy interesantes sobre restauración fluvial, sobretodo taludes, en proyectos i+d, escalas de peces, y otras publicaciones del Ministerio, deberían ponerlas en pdf en el portal. En general la información del Ministerio es aceptable
	Mejorar el "circuito de la madera", aspectos de propiedad y aprovechamientos forestales, aspectos económicos de precios y costes de la explotación forestal
	No tengo ni idea
<b>Medios de Comunicación</b>	Contaminación del suelo agrícola;
	Más detalle en incendios forestales. Me gustaría poder consultar todos los avances informativos, en vez de que desaparezcan al publicarse uno nuevo y que concrete más las hectáreas arrasadas por regiones. También, transgénicos, sequía y apicultura.
<b>Otros</b>	Estudio integral del nº de depuradoras y potabilizadoras con sus características básicas Estudio de la red de aducción en alta a los sistemas de abastecimientos Estadísticas globales a nivel nacional del cumplimiento de directivas de agua