

BIOCULTURA

RESUMEN ENCUESTAS MADRID 2022

**Asociación
Vida Sana**

**TODO LO QUE
NECESITAS
ES ECOLÓGICO**

**Madrid IFEMA
3-6 noviembre 2022**



BioCultura
bio

ÍNDICE

| | |
|--|----------------|
| Presentación |2 |
| Análisis de la encuesta a los expositores |3 |
| Preguntas y respuestas de la encuesta a los expositores |4 |
| Análisis de la encuesta a los visitantes |8 |
| Preguntas y respuestas de la encuesta a visitantes |9 |
| Resumen visitantes profesionales asistentes |12 |
| Retos y futuro 2023 |13 |



BIOCULTURA

Madrid 2022

BioCultura vuelve a triunfar con una apuesta firme por la sostenibilidad y el futuro. La crisis está a la orden del día. Las distopías y las guerras son el pan nuestro de cada día. Ya nadie se atreve a cuestionar el calentamiento global. Una alimentación cada vez más contaminada y las enfermedades de la civilización... son una pandemia desastrosa. Frente a ello, la ciudadanía volvió a apostar por BioCultura Madrid y por un futuro agroecológico, sostenible y saludable.

BioCultura lo ha vuelto a hacer. Parecía imposible, pero ha sucedido. A pesar de la crisis, de la falta de expectativas, de las guerras, de la incertidumbre económica y de la situación ambiental cada vez más desoladora, la feria de la alimentación ecológica y del consumo responsable ha vuelto a llenar Ifema de ilusión, alegría, perspectivas, buenas noticias y apuesta por el futuro. Según las cifras de la organización, cerca de 50.000 personas visitaron BioCultura Madrid desde el 3 de noviembre hasta el domingo 6. Han participado 430 expositores con propuestas de ecología, resiliencia e ilusión frente a lo que está por venir. Ríos de personas en los pasillos y buenas vibraciones en los cuatro días. Más de 300 actividades paralelas con una participación de público de llenos absolutos en muchas de las salas.



VALORACIÓN ENCUESTAS REALIZADAS A EXPOSITORES Y A LOS ASISTENTES

En este documento presentamos los resultados y el análisis de la encuesta de satisfacción sobre la participación de los expositores en BioCultura Madrid 2022 y la satisfacción del público asistente durante los 4 días del evento.

El objetivo de esta encuesta ha sido conocer el grado y el tipo de participación del expositor por una parte y la valoración del público asistente a la feria.

BioCultura se sitúa como la feria del estado español que dispone de mayor información directa, mediante encuesta, sobre participación de expositores ecológicos y consumidores concienciados del sector bio.

Las encuestas las han llevado a cabo el equipo de la Asociación Vida Sana, con asesoramiento de Baobab Consultoría (www.baobabconsultoria.com).

El documento consta de 3 apartados. En el primer apartado, se valora la participación del expositor en la feria y en el segundo, la valoración del público asistente y los registros de profesionales asistentes.

ANÁLISIS RESULTADO EXPOSITORES

La oferta expositiva estuvo formada por 430 empresas y organizaciones que participaron en la reciente edición en la capital, lo cual supuso un crecimiento del 7% en el número de expositores comparado con la edición anterior.

Con un 49,3% de los expositores, el sector de mayor representación fue "Alimentación ecológica", seguido de "Moda sostenible" con un 10,4%, y en tercer lugar "Cosmética econatural" y "Bienestar y Salud", ambos con un 10,1% de los expositores registrados.

La valoración global de los mismos fue satisfactoria y el 82,5% de los expositores manifestó su interés en volver a participar en la próxima edición.

VALORACION MEDIA
EXPOSITORES
BIOCULTURA MADRID 2022

7,4/10



EXPOSITORES

participantes en la encuesta de Madrid 2022

La finalidad de este trabajo es analizar e interpretar los resultados de la Encuesta de Satisfacción sobre BioCultura Madrid realizada a los expositores asistentes en la edición de 2022.

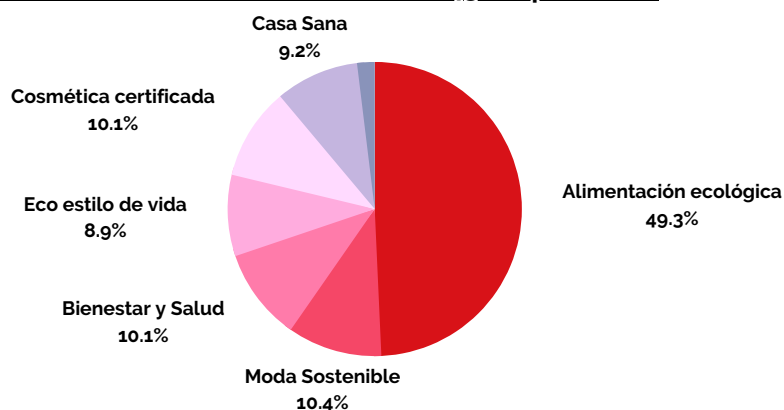
Se pretende definir el perfil predominante del expositor, así como alcanzar una visión global de cómo éste expositor valora la feria y los componentes que la realizan, para detectar tanto sus fortalezas, como las posibles debilidades que se deduzcan de las valoraciones del expositor. A partir del citado análisis, se pretende mostrar la relación posible entre la satisfacción del expositor y las acciones programadas para los siguientes eventos a realizar.

Una vez finalizada la feria de BioCultura Madrid 2022 se ha realizado la encuesta de satisfacción para conocer la opinión del expositor sobre la feria organizada del 3 al 6 de noviembre. Dicha encuesta se ha mandado a los 430 expositores presentes en el evento, de los cuales 170 ha respondido con total independencia.

% EXPOSITORES PARTICIPANTES EN LA ENCUESTA POR SECTORES (170 expositores)



EXPOSITORES ASISTENTES A LA FERIA POR SECTORES (430 expositores)



PREGUNTAS Y RESULTADOS DE LA ENCUESTA A EXPOSITORES

TIPO DE EXPOSITOR

¿Trabajan con grandes superficies?

SI **25,30%**

NO **74,70%**

¿Exportan a otros países?

SI **45,20%**

NO **54,80%**

¿Su empresa radica en Madrid?

SI **22,80%**

NO **77,20%**

¿Hacen venta directa en la feria?

SI **80,70%**

NO **10,30%**

Volumen de negocio que cree haber obtenido en la feria en sus contactos profesionales:

+5.000€ **16,30%**

+10.000€ **3,10%**

otra cantidad **50,40%**

Prefiero no decirlo **30,20%**

SATISFACCIÓN DEL EXPOSITOR

¿Cómo valorarías globalmente Biocultura Madrid 2022?

7,4/10

Satisfacción con el volumen de visitantes en la feria

3,7/5

Satisfacción con el volumen de visitas de consumidores finales a su stand

3,8/5

Satisfacción con el volumen de visitas profesionales a su stand

2,7/5

Retorno de inversión tras su participación en la feria

3,1/5





RECINTO FERIAL

- Valoración de los accesos **3,8/5**
- Valoración de la señalización **3,7/5**
- Valoración de las zonas de descanso **3,8/5**
- Valoración de la iluminación **3,8/5**
- Valoración del estado del pabellón **3,7/5**
- Valore la seguridad **4,0/5**
- Valore la limpieza **4,0/5**
- Valore el reciclaje **3,5/5**
- Trato personal y profesional por parte de la empresa de seguridad **4,1/5**

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

- Campaña previa a la feria **3,9/5**
- Presencia de prensa y repercusión en medios de comunicación **3,5/5**

STAND CONTRATADO

Modalidad de stand contratado

Prefabricado 85%

- Paneles **3,8/5**
- Rotulación **3,8/5**
- Moqueta **3,6/5**
- Cuadro eléctrico **3,6/5**
- Iluminación **3,8/5**
- Señalización **3,6/5**
- Ubicación **3,6/5**
- Valoración global stand prefabricado **3,8/5**

ACTIVIDADES

¿Ha participado en la programación de actividades?

SI - 67%

- Señalización **3,6/5**
- Ubicación **3,6/5**
- Tamaño de salas **3,8/5**
- Equipos de sonido, pantallas, ... **3,8/5**
- Calidad de la sala: iluminación, sillas, climatización... **3,8/5**
- Servicio del personal técnico **4,1/5**
- Valoración Global de las actividades **3,8/5**

MONTAJE Y DESMONTAJE

¿Ha contratado algún servicio extra de **SERVIFEMA?**

NO 73,3%

- Servicios de SERVIFEMA **3,4/5**
- Dispositivo de montaje y desmontaje **3,4/5**

**Volvería a participar
en la edición del 2023**

SI - 82,50%

NO - 17,50%

ANÁLISIS RESULTADO VISITANTES

Si el crecimiento de expositores fue importante, más lo fue en términos de visitantes. Los más de 48.700 asistentes supusieron un crecimiento del 42% respecto a la edición anterior y declararon haber realizado compras de productos y servicios por un importe superior a 6,5 Mill€ a los expositores participantes.

El carácter profesional sigue siendo muy relevante en la feria. BioCultura Madrid se erigió como el principal punto de encuentro para más de 2.860 profesionales multisectoriales suponiendo un crecimiento del 83% respecto al año previo.

Por otro lado, el perfil sociodemográfico de los asistentes es similar a pasadas ediciones. El público femenino supuso el 73% de las visitas mientras que, en términos de edad, la edad media del visitante es de 45 años pues el 60% del público asistente se encuentra en el rango comprendido entre 36-56 años. Aun así, el visitante presenta un perfil cada vez más tecnológico debido a que el 75% de los asistentes conoció las fechas del evento por medios digitales.

El 98,3% de los visitantes encuestados manifiesta que asistirá el año que viene lo que confirma dos cosas, por un lado se mantiene el gran interés en BioCultura y, por otro lado, se consolida la vuelta a una normalidad de las principales ferias de consumo ecológico y responsable.

Valoración feria
(expositores + actividades + visitantes)

7,9/10



PREGUNTAS Y RESULTADOS DE LA ENCUESTA A VISITANTES

Para la realización de la encuesta a los visitantes se han recogido los datos de todas aquellas personas que han adquirido su entrada online, ya sea mediante acreditaciones como adquiriendo las entradas generales, y todas aquellas personas que realizaron el registro para el sorteo de la cesta diaria de la feria, ubicado en el punto de información de acceso al pabellón g.

DATOS GENERALES VISITANTES

Asistencia en BioCultura Madrid 2022:

- visitantes: **48.768**
- profesionales: **2.867**
- periodistas acreditados: **373**

Público que ha respondido a la encuesta: **759**

Registros de visitantes para encuesta: **5.118**

TIPO DE VISITANTE ASISITENTE

| Género | Edad | Cómo es su dieta |
|------------------------|---------------------|------------------------------------|
| femenino 73,8% | 18-35 15,80% | Omnívora 65,30% |
| masculino 25,7% | 36-55 60,20% | Flexi-vegetariana 19,10% |
| otros 0,5% | > 56 23,80% | Ovoláctea vegetariana 3,90% |
| | | Vegetariana 6,50% |
| | | Vegana 5,00% |
| | | Otras 0,30% |

| ¿Conocía las ferias BioCultura antes de asistir este año? | |
|---|---------------|
| SI | 86,40% |
| NO | 13,60% |

CÓMO ASISTE, POR QUÉ ASISTE Y CONSUMO REALIZADO

¿Cómo ha sabido de la feria BioCultura Madrid este año?

| | |
|---|---------------|
| Redes sociales | 32,60% |
| Web de BioCultura | 32,40% |
| Amistades o familiares | 21,40% |
| Tiendas ecológicas, herbolarios, ... | 15,00% |
| Otros | 14,80% |
| Newsletter del EcoMensajero Digital | 10,90% |
| Medios de comunicación | 10,10% |
| Publicidad en la calle o transporte público | 5,70% |

EL 75% DE LOS ASISTENTES, HA CONOCIDO LAS FECHAS DEL EVENTO POR MEDIOS DIGITALES

¿Qué medio de transporte ha utilizado para llegar a la feria?

| | |
|-------------------------------|--------|
| Vehículo particular | 57,40% |
| Metro | 35,20% |
| Bus | 4,50% |
| Bicicleta, patinete, otros... | 2,80% |

¿Con quién ha asistido a la feria?

| | |
|------------|--------|
| En pareja | 29,70% |
| En familia | 27,90% |
| Con amigos | 22,22% |
| Sol@ | 20,80% |

¿Cuánto tiempo estuvo en la feria?

| | |
|------------|--------|
| menos o 2h | 7,30% |
| 3h | 24,50% |
| 4h | 19,50% |
| 5h o más | 48,70% |

¿Ha comprado algún producto o contratado algún servicio en la feria?

| | |
|----|--------|
| SI | 96,80% |
| NO | 3,20% |

¿Por qué razones le gusta acudir a la feria?

| | |
|--|--------|
| Conocer nuevos productos y expositores | 37,07% |
| Poder comprar distinto producto ecológico y sostenible en una misma superficie | 32,92% |
| Charlas y actividades | 18,76% |
| Actividades activistas con entidades no gubernamentales (ONG) | 7,56% |
| Actividades infantiles enfocadas desde la sostenibilidad | 3,70% |

¿Ha encontrado en la feria el tipo de productos que le interesan?

| | |
|----|--------|
| SI | 91,99% |
| NO | 8,01% |

Si ha realizado alguna compra ¿Cuánto ha gastado aproximadamente en al feria?

| | |
|-------------|--------|
| 0€ - 10€ | 4,80% |
| 11€ - 50€ | 24,70% |
| 51€ - 100€ | 38,40% |
| 101€ - 500€ | 29,00% |
| más de 500€ | 3,10% |

ACTIVIDADES DE LA FERIA

¿Ha participado en alguna de las actividades paralelas que se han realizado en la feria?

| | |
|----|--------|
| SI | 31,60% |
| NO | 68,40% |

¿Ha comido en las foodtruck de la feria?

| | |
|----|--------|
| SI | 58,50% |
| NO | 41,50% |

¿Recomendaría asistir a la feria por las actividades paralelas que se realizan?

| | |
|----|--------|
| SI | 82,20% |
| NO | 17,80% |

¿Qué actividades son más de su interés en la feria?

| | |
|-----------------------|--------|
| Charlas y debates | 24,25% |
| Talleres de cocina | 23,28% |
| Profesionales | 20,47% |
| Talleres de cosmética | 15,62% |
| Conciertos | 8,68% |
| Activistas | 7,70% |

Si ha acudido con niñ@s a la feria, ¿Cómo valora las actividades infantiles en Mamaterra?

| | |
|---------------|--------|
| Positivamente | 87,60% |
| Negativamente | 13,40% |

VALORACIÓN MEDIA DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN FERIA

7,7/10

PREGUNTAS GENERALES DE LA FERIA

Valore la ubicación y organización de los stands en la feria por sectores **8,3/10**

Valore la atención por parte del personal trabajador de la feria: **8,5/10**

Valore la atención recibida por parte de los expositores: **8,9/10**

Valore los horarios de la feria: **8,8/10**

Valore la limpieza de la feria en general: **8,6/10**

¿Le parecería bien que BioCultura tuviera una zona de fitness y nutrición saludable?

SI **94,10%**

NO **5,90%**

¿Volverá a asistir a la feria el próximo año?

SI **98,30%**

NO **1,70%**

**LOS VISITANTES
VALORAN
LA FERIA CON UN**

8.6/10

RESUMEN COMENTARIOS

¿Nos quieres dejar un mensaje? (resumen de los 400 comentarios más repetidos de más comentado a menos)

- Muchas felicitaciones por organizar la feria
- Faltaba el stand de ANETO
- Parking de IFEMA demasiado caro
- Más expositores de frutas y verduras
- No estaban las grandes marcas (distribuidores)
- Más ofertas y degustaciones de los expositores
- Más bioconstrucción y energías renovables
- Más yoga, fitness y nutrición ecológica
- Más cosmética ecológica
- Más degustaciones de productos
- Más opciones veganas
- Menos expositores desde la pandemia
- Más moda sostenible y zapatos veganos
- Ampliar horario para cenar
- Más talleres manuales
- Más opciones de productos a granel
- Más concienciación en el reciclaje dentro de la feria
- Muchos expositores no tenían para cobrar con tarjeta
- Faltaban carnes vegetales (tofu, tempeh, seitan...)
- Más espacio para comer, dificultad para sentarse a comer
- Foodtrucks con opciones para diferentes alergias e intolerancias
- Recinto con poco encanto y lejos
- Falta de productos en los stands el domingo
- Faltaba más stands de aceites esenciales
- Mejor numeración de los stands
- Más expositores de terapias
- Productos ecológicos para mascotas

RESULTADOS REGISTRO DE VISITANTES PROFESIONALES

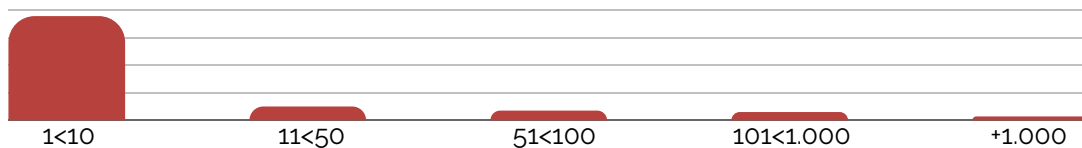
BioCultura es la cita para los profesionales del sector biológico y de aquellos otros profesionales que ven en el universo "eco" una salida de futuro porque quieren invertir y prosperar, sea de forma profesional y/o personal, en un nuevo camino marcado por el respeto medioambiental y la justicia social. Se entabla una relación profesional directa entre distribuidores y operadores y se crean las oportunidades pertinentes de realizar sus transacciones comerciales de una forma sencilla.

En BioCultura, además, esas relaciones perduran a través del tiempo. Porque, afortunadamente, el sector "bio" tiene unas características intrínsecas que le hacen "diferente". Sus gentes creen en lo "bio" más allá de los negocios y, en casi todos los casos, además de ser una vía profesional, lo es también una opción personal de vida. Las empresas, por su parte, disponen de ese escaparate que es BioCultura para ofrecer y atender a sus clientes y recibir a otros nuevos atraídos por el alto nivel de difusión de la feria y de su proyección de futuro. Empresarios, tenderos, prescriptores, importadores, exportadores, cocineros y profesionales de otras muchas artes y disciplinas acuden a BioCultura como el lugar donde seguro encontrarán respuestas y propuestas.

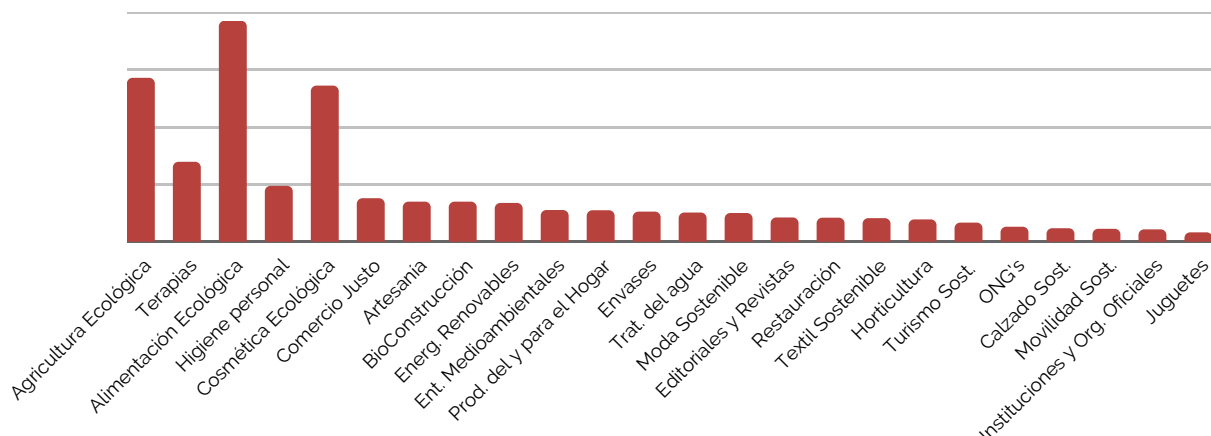
VISITANTES PROFESIONALES ASISTENTES A BIOCULTURA MADRID 2022: 2.867



Nº de trabajadores en la empresa:



Sectores que interesan a los profesionales asistentes a la feria:



BIOCULTURA

MADRID 2022

del 3 al 6 de noviembre

El 2023 se plantea como un año de grandes retos y oportunidades para el sector de consumo ecológico y responsable donde nos encontramos ante dos principales cuestiones a abordar. Por un lado se pretende recuperar la presencia de grandes marcas y desarrollar/ampliar ciertos sectores participantes ofreciendo nuevas soluciones de participación y actividades innovadoras.

Por otro lado, se pretende ampliar el número de visitantes atrayendo a un público más joven que permita disminuir la edad media del participante. Este consumidor, más joven y concienciado, es el que permitirá un desarrollo de las ferias y del sector a medio y largo plazo.



BioCultura
Madrid 2022 

¡Lo hemos vuelto a hacer!
Éxito rotundo de público y energía positiva en Madrid

¡50.000 Gracias!