

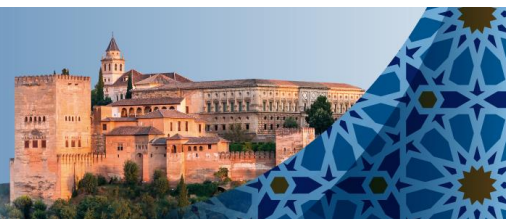
19-21 de Octubre 2022 | Granada

INTERNATIONAL CONFERENCE ON REGIONAL SCIENCE

Challenges, policies and governance of the territories in the post-covid era

Desafíos, políticas y gobernanza de los territorios en la era post-covid

XLVII REUNIÓN DE ESTUDIOS REGIONALES
XIV CONGRESO AACR



RESUMEN AMPLIADO

Título: COMPROMISO DE LOS CIUDADANOS ESPAÑOLES CON LA SOSTENIBILIDAD EN EL CONSUMO DE ALIMENTOS: DIFERENCIAS ENTRE REGIONES ESPAÑOLAS EN FUNCIÓN DE SU ESPECIALIZACIÓN PRODUCTIVA

Autores y e-mail de todos ellos: Francisco J. Mesías (fjmesias@unex.es), Handan Giray (handan.giray@gmail.com), Olda Lami (oldalami.ol@gmail.com) y Federico Martínez-Carrasco (femartin@um.es)

Departamento: Economía

Universidad: Extremadura

Área Temática: *Sostenibilidad, medio ambiente y recursos naturales.*

Resumen: *(mínimo 1500 palabras)*

La sostenibilidad es un concepto complejo aunque cada vez más presente en nuestra sociedad, donde se utiliza de manera generalizada y casi podría decirse que indiscriminada. De hecho, se pueden encontrar referencias a aspectos tan variados como la producción sostenible, el desarrollo sostenible, el consumo sostenible o incluso, los préstamos o la iluminación sostenibles. Esto da una idea de la complicación a la que se enfrentan los consumidores cuanto tienen que interpretar a qué se refiere ese término aplicado a productos de naturaleza tan variada.

A la hora de definir la sostenibilidad una de las referencias obligadas es el “Informe Brundtland”, que fue el primer intento de conjugar desarrollo y sostenibilidad y que define el desarrollo sostenible como “aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades”. De este derivan otras definiciones que pueden ser más comprensivas, por ejemplo “satisfacción de las necesidades actuales de la sociedad sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social”. Aparecen así las tres vertientes básicas de la sostenibilidad: por un lado, la sostenibilidad ambiental (evitar la degradación ambiental) frente a la sostenibilidad económica (crecimiento económico) y la sostenibilidad social (necesidad de ese crecimiento para aliviar la pobreza).

El consumo de alimentos es una de las áreas que más influye en la sostenibilidad -especialmente ambiental- aunque muchos consumidores no son completamente conscientes de la asociación entre su consumo y el impacto ambiental de la producción de alimentos. Por otro lado, la creciente preocupación social por los impactos ambientales causados por la necesidad de producir alimentos para satisfacer la demanda

mundial ha hecho que el interés de los consumidores por la forma en que se producen sus alimentos y los métodos de producción utilizados sea cada vez mayor.

El consumo sostenible de alimentos se referiría así a las pautas de consumo que son compatibles desde el punto de vista económico, social y ambiental en todas las esferas del sistema alimentario, desde la producción, el procesamiento y la distribución de alimentos hasta la compra de alimentos por parte de los consumidores y la eliminación de desechos. Por todo ello, hay una creciente necesidad de que el consumo de los hogares y los ciudadanos españoles y de otros países desarrollados tienda a ser más sostenible, lo que además de deber considerar aspectos como su movilidad o el uso de energía, ha de tener también presente el impacto medioambiental asociado al consumo de alimentos.

En este contexto, la creciente conciencia de los ciudadanos sobre la importancia de que los alimentos que consumen sean más respetuosos con el medio ambiente está motivando cambios en los modelos de consumo y producción del sector agroalimentario, que deben tender hacia sistemas productivos más eficientes en el uso de los recursos naturales y con menos impactos, lo que debe reflejarse en un cambio en los estilos de vida. Cabe recordar que, por ejemplo en España, un ciudadano medio ingirió en 2019 en promedio 758,19 kilos de alimentos y bebidas (con un consumo total que alcanza la cifra de 33.303,08 millones de kg o litros), con un gasto medio en alimentación de 2.567,17€ por persona y año, siendo en su mayor parte (81,1%) consumidos en el hogar.

Esta tendencia ha llevado al crecimiento de una serie de planes de etiquetado de sostenibilidad en la industria alimentaria, con los que se pretende comunicar a los consumidores información relacionada con la sostenibilidad de los alimentos. Entre los instrumentos más populares en este aspecto se encuentran los logotipos, siendo los más conocidos el del comercio justo, el de Rainforest Alliance y otros relacionados con el bienestar animal y la huella de carbono. Sin embargo, la falta de familiaridad de los consumidores con el concepto de sostenibilidad dificulta la evaluación y comparación de los diferentes productos que se ofrecen. Esto hace que las empresas alimentarias estén interesadas en analizar la influencia que tiene en los consumidores el concepto de sostenibilidad, incidiendo no solo en su conocimiento, sino también en el reflejo del mismo en su comportamiento de compra y consumo.

Por otro lado, los cambios demográficos y de estilos de vida, además de estar propiciando una creciente demanda de productos frescos y saludables, o de conveniencia, según las tipologías de los hogares, están generando nuevas tendencias en el consumo de alimentos, con segmentos de la población cada vez más concienciados con el impacto de sus hábitos de consumo y la generación de desperdicios y plásticos, o preocupados la procedencia y el origen de los alimentos.

Por todo ello, el objetivo de este estudio es analizar el nivel de compromiso con la sostenibilidad de los consumidores en España, y su percepción y preferencia hacia alimentos, sistemas de producción y prácticas de consumo más sostenibles y haciendo un análisis de las diferencias regionales en función de la especialización productiva de dos Comunidades Autónomas españolas. Se ha particularizado al análisis de los sistemas de producción de carne y vegetales ya que se ha considerado que podría haber diferencias en las percepciones de los consumidores acerca de la sostenibilidad de los diferentes sistemas productivos, dadas las informaciones negativas que, por ejemplo en el caso de la carne, aparecen sistemáticamente en los medios de información.

Los datos analizados en este artículo se obtuvieron a partir de una encuesta realizada a 324 responsables de compra de dos regiones españolas, Extremadura (162) y la Región de Murcia (162). Así se obtienen unos errores, para una confianza del 95% y una población objetivo infinita a efectos de muestreo, del 5,55%, 7,85% y 7,85%, en el Total Nacional, Murcia y Extremadura respectivamente si se consideran proporciones

medias. Estos tamaños muestrales son en ambas zonas similares a los empleados a nivel regional en el Panel del Consumo Alimentario del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, lo que permite no sólo un análisis comparado de diferencias regionales de gran interés, sino que también posibilitaría el contrastar los resultados de ambos análisis.

La elección de ambas regiones para la realización del estudio se debió a sus similitudes con el conjunto de la población española, además ser regiones de similar tamaño poblacional (algo más de un millón de habitantes), con parecidos niveles de renta y de desarrollo y siendo además ambas importantes zonas de producción agroalimentaria en España, aunque Murcia es una de las zonas más destacadas de producción vegetal mientras que Extremadura es un referente en la producción animal.

La recogida de datos se realizó por medio de un cuestionario diseñado en Google Forms que se distribuyó entre octubre de 2020 y abril de 2021. Los participantes fueron contactados por email utilizando bases de datos creadas por el equipo investigador en trabajos anteriores, por lo que se debe considerar como un muestreo de conveniencia.

El cuestionario diseñado incluía una parte inicial en la que los consumidores tenían que autovalorar su concienciación acerca de la sostenibilidad, su conocimiento de la producción sostenible de alimentos, su disposición a modificar sus hábitos de consumo hacia formas más sostenibles y finalmente su consumo de los mismos.

Además se plantearon preguntas de autovaloración de su nivel de acuerdo (escala likert de 1 a 5) para una serie de afirmaciones acerca de la sostenibilidad en el consumo de alimentos atendiendo a su impacto en distintas fases (producción, distribución, consumo y generación de desechos, etc.), cuantificándose la importancia de distintos segmentos de población, con hábitos de consumo cada vez más sostenibles, y que por ello, formarían parte de nuevos segmentos de consumidores, con mayor disposición a comprar por productos más sostenibles..

Los resultados alcanzados permiten comprobar el alto nivel de conciencia que tiene la práctica totalidad de los consumidores encuestados acerca de los impactos que su consumo de alimentos tiene en el medio ambiente. Por el contrario, son menores su conocimiento de productos considerados sostenibles, su disposición a cambiar sus hábitos de compra.

El análisis de la autovaloración de los consumidores de sus hábitos de consumo, y la importancia que, por tanto, le dan a determinadas prácticas o productos que harían de su consumo más sostenible, lleva a comprobar un alto nivel de compromiso percibido en ámbitos como son: el reciclaje, evitar el desperdicio o la atención que prestan al origen a la hora de comprar alimentos, primando productos locales o nacionales.

También se ha identificado un grupo de ciudadanos con elevada conciencia ecológica en su compra y consumo de alimentos, junto con otro grupo nada sensible a la sostenibilidad y que, casi en su totalidad, no se corresponden con compradores habituales de alimentos sostenibles (AS). No obstante, sí existe una alta coherencia y correspondencia en las percepciones de la importancia que para los mismos tiene un consumo más sostenible –en sus distintas facetas- y el hecho de que finalmente decidan la compra de AS.

El precio de los alimentos, por otra parte, no es en términos agregados una variable especialmente relevante en la decisión final de compra de los consumidores de alimentos, ni a nivel global ni en ninguno de los grupos identificados. Si lo son, por el contrario, el nivel de formación o de renta de los encuestados, con indicios de una mayor sensibilidad entre los hombres responsables de compra y los consumidores con mayores niveles de estudios y renta.

Con respecto al análisis de las diferencias regionales, es reseñable comprobar la inexistencia de diferencias significativas en las autovaloraciones otorgadas a las variables relacionadas con la intención de adquirir productos vegetales (o carne)

procedentes de sistemas de producción (ganaderos) más tradicionales (extensivos), aunque en ambos casos la puntuación otorgada por los consumidores extremeños es ligeramente superior a la de Murcia.

No obstante, sí que se aprecia que los consumidores de cada región consideran que la producción de los alimentos más típicos de la misma (vegetales en el caso de Murcia, carnes en el caso de Extremadura) tiene menos impacto ambiental que la de aquellos que se producen fuera. Estos resultados, que pudieran estar apuntando a diferencias entre los ciudadanos españoles según la especialización productiva de los distintos territorios, abren la puerta a futuras investigaciones que aborden la relación entre los sistemas productivos existentes en cada región y la visión que los ciudadanos tienen acerca de la sostenibilidad de los mismos.

Palabras Clave: *Sostenibilidad, alimentos, consumidor, Murcia, Extremadura*

Clasificación JEL: Q01, Q13, Q18