

El consumidor apuesta (a veces) por la sostenibilidad

La demanda de productos sostenibles sigue creciendo, aunque de manera desigual

► LUCÍA PALENCIA. REDACCIÓN.

La calidad y el origen sostenible de los productos hortofrutícolas continúa siendo la principal preocupación de los europeos a la hora de comprar, seguida muy de cerca, eso sí, por el precio. En general, el consumidor europeo comenzó a cambiar sus hábitos durante la pandemia de COVID-19. Además del auge de la digitalización, otro gran cambio que trajo consigo esta situación fue la cantidad de personas que comenzaron a comprar de forma más consciente. Esto quiere decir que a la hora de consumir se empezó a cambiar los hábitos de compra y gasto, para comprar mejor y no consumir tanto.

Los aspectos relacionados con la sostenibilidad comenzaron a ser relevantes para el consumidor que, con el tiempo, ha comenzado a interesarse por las marcas implicadas socialmente y que contribuyen más a impulsar un consumo responsable. Esta tendencia, aunque leve en periodos prepandémicos, se ha disparado los últimos años. Ahora los consumidores cuentan con más información sobre lo que consumen y la creciente preocupación sobre temas como el cambio climático, los derechos humanos o el impacto en la salud, contribuye a una mayor exigencia a la hora de seleccionar los productos. Según datos de Future Consumer Index, un 51% de los encuestados dejaría de comprar a una marca que hiciera algo social o medioambientalmente inapropiado.

En nuestro país, los datos confirman que esta tendencia no es una moda pasajera; según el informe 'El comprador de productos frescos' elaborado por AECOC ShopperView en colaboración con Meléndez X Frescos, el 79% de los consumidores considera el aspecto como el motivo más importante a la hora de comprar productos como carne, pescados, y frutas y hortalizas frescas. Y el precio ha pasado a ser un factor de gran importancia, ya que la situación económica ha empeorado en la gran mayoría de los hogares. Un 76% de los consumidores españoles tienen en cuenta el costo a la hora de escoger productos frescos, y un 57% confiesa haber reducido el volumen de compra. Según muestra el informe, los hábitos de consumo han cambiado considerablemente (un 77% de la muestra confirma este dato), ya que el porcentaje de personas que priorizan la compra granel o al corte se sitúa en un 33%. Esto quiere decir que nueve de cada diez encuestados compran fruta y verdura a granel. Pese a los altos precios provocados por la inflación, el informe también muestra que los consumidores continúan preocupándose por aspectos como la sostenibilidad. Los datos reflejan que el 32% prioriza la compra de alimentos respetuosos con el medio y un 52% se decanta por productos frescos de proximidad.



Durante la pandemia el consumidor europeo comenzó a cambiar sus hábitos y muchas familias comenzaron a comprar de forma más consciente. / ARCHIVO

En España, el 32% de los consumidores prioriza la compra de alimentos respetuosos con el medio y un 52% se decanta por productos frescos de proximidad

Dentro de la Unión Europea, Alemania es uno de los países que más mira por el consumo sostenible seguido de Francia

■ CRUZANDO FRONTERAS

En cuanto a los hábitos de consumo en otros países, la encuesta sobre la actitud de los europeos hacia las frutas y hortalizas procedentes de Europa, realizada en el marco del Programa CuTE-“Cultivating the Taste of Europe”, recoge que más de la mitad de la población europea consume frutas y hortalizas a diario. Los criterios que siguen a la hora de comprar un producto u otro son, por orden, la calidad (con un 28%), el precio (un 20%), que los productos sean de temporada (un 17%), de origen local, nacional o europeo (un 13%), y que procedan de cultivos al aire libre y sostenibles (un 3%). Que este último porcentaje sea tan bajo puede deberse a que, pese a que la cantidad de consumo es elevada, el desconocimiento sobre los sistemas de producción es generalizado: solo 3 de cada 10 personas saben de dónde proceden los productos que consumen.

En este caso, para obtener datos que permitan observar tendencias, se ha extraído información sobre el consumo de productos ecológicos en los diferentes países analizados.

Dentro de la Unión Europea, Alemania es uno de los países que más mira por el consumo

sostenible. El comercio ecológico ha experimentado en los últimos años un crecimiento exponencial dentro del país germano. Este mercado aumentó sus ventas pasando de 3.460 millones de euros a 3.760 millones, lo que supuso un crecimiento del 8,67%. Según expertos, la pandemia y el confinamiento ayudaron a esta expansión, ya que la población alemana comenzó a cocinar más en casa y, por tanto, la importancia a la hora de seleccionar los productos se hizo más patente. Cada vez más personas de todas las edades deciden comprar alimentos sostenibles, lo que demuestra un apoyo total a la reestructuración de la agricultura y la nutrición en toda la cadena de suministro. El precio de los productos bio, que es uno de los factores que más preocupan a los alemanes, ha llegado a igualarse al de los productos convencionales, ya que la alta demanda y la buena organización del mercado permiten ofrecer fruta y verdura ecológica a precios más baratos.

En Francia se ha dado la misma situación: como consecuencia de las medidas tomadas por la crisis sanitaria, se comenzó a consumir alimentos más saludables, lo que hizo aumentar la compra de productos sostenibles. El sector hortofrutícola comenzó, entonces, a virar para satisfacer la demanda de productos sanos y respetuosos con el medioambiente. Según el ICEX, el mercado de frutas y hortalizas sostenibles creció en Francia un 13,5% durante el primer semestre de 2021. Este crecimiento llegó a situar a Francia en el segundo puesto (detrás de Alemania) en consumo de productos ecológicos, con una cesta media de 178 euros por habitante al año. Algo que no ha ocurrido en Alemania, pero sí en el país galo, es que el consumo sostenible se ha visto gravemente afectado este último año, y es que la producción ecológica, si la tomamos como referencia en el consumo sostenible, que comenzaba a superar a la tradicional en 2021, ahora es demasiado extensa en comparación a la demanda, que se ha ralentizado a causa de la crisis económica. Esta situación aún no está resuelta del todo, y los expertos desconocen si la euforia por lo ecológico volverá a marcar el consumo de los franceses, o quedará en algo temporal.

Tampoco están atravesando un buen momento las producciones sostenibles en Italia. Según datos del CSO Italy, el consumo de frutas y hortalizas ecológicas se mantuvo constante desde el año 2017, pero, al contrario de lo que ocurrió en otros países con la crisis sanitaria, en 2020 se registró una primera caída, que vendría seguida por otra (de un 1%) al siguiente año. Los datos muestran una clara diferencia en el consumo de frutas ecológicas (300.000 toneladas), por un lado, y de hortalizas (38.000 toneladas), por otro. En cuanto a la fruta, el consumo que se registraba desde 2017 ha ido en caída libre estos últimos

años: se ha pasado de un consumo ecológico del 93% en 2017, a una cuota del 89%. Mientras, pese a que las hortalizas ecológicas representan un porcentaje menor sobre el total, han mantenido un crecimiento constante año a año: el consumo ha pasado de 24.000 toneladas a 38.000 toneladas.

La situación en Reino Unido también difiere de la del resto de países en Europa, ya que apenas han comenzado a cambiar los hábitos de consumo hacia los productos sostenibles. Estos constituyen aún una pequeña proporción del mercado global de alimentos en Reino Unido: el año pasado los productos ecológicos representaron el 1,5% de las ventas totales de alimentos y bebidas, según la Soil Association, la Asociación Británica de Productos Ecológicos. Esta tendencia está empezando a cambiar gracias, también, al cambio de hábitos de consumo propiciado por la pandemia. El último año, la venta de productos ecológicos en supermercados aumentó un 4% por sexto año consecutivo y cada vez son más los británicos que buscan la etiqueta de ingredientes ecológicos. El precio es el principal freno al consumo sostenible en Reino Unido, ya que el 72% de los compradores (que en gran mayoría son ocasionales) destacan que los productos son demasiado caros.

Según los datos, el 81% de los consumidores que adquieren este tipo de género gasta en ello menos de 48 euros al año. En general, a la sociedad británica aún le queda camino por recorrer para alcanzar un consumo sostenible a niveles de países como Alemania o Francia, pero las predicciones vaticinan que el interés seguirá creciendo entre los británicos.

LA POSTCOSECHA DEL FUTURO

- Soluciones biotecnológicas para el tratamiento postcosecha de cítricos

- Tratamientos sin residuos formulados con extractos vegetales de grado alimentario

- La alternativa a los fitosanitarios tradicionales: el mejor resultado con menos materias activas

- Tu aliado contra las resistencias