

## UN ESTUDIO TRANSCULTURAL SOBRE EL COMPROMISO DE LOS CONSUMIDORES DE ALIMENTOS CON LA SOSTENIBILIDAD

Lami<sup>1</sup>, O., Mesías<sup>1\*</sup>, F.J., Giray<sup>2</sup>, H. y Martínez-Carrasco<sup>3</sup>, F.

<sup>1</sup>Escuela de Ingenierías Agrarias, Universidad de Extremadura; Avda Adolfo Suárez, s/n. 06007 Badajoz. <sup>2</sup>Department of Agricultural Economics, Faculty of Agriculture, Eskisehir Osmangazi University (ESOGU), 26160 Odunpazarı, Turquía. <sup>3</sup>Departamento de Economía Aplicada, Universidad de Murcia, Facultad de Economía y Empresa. 30100 Murcia, Spain  
\*fjmesias@unex.es

### INTRODUCCIÓN

La creciente preocupación social por los impactos ambientales causados por el incremento de la población mundial y la necesidad de producir alimentos (Florindo *et al.*, 2017) han hecho que aspectos como la sostenibilidad sean un tema emergente en la vida cotidiana de la sociedad actual (Briggeman y Lusk, 2011). Sin embargo la elección, la compra y el consumo de alimentos pueden estar muy influidos por factores extrínsecos (cultura, religión, etc.) e intrínsecos (renta, nivel de desarrollo del país, etc.) (Ares *et al.*, 2015; Bernués *et al.*, 2011; Burnier *et al.*, 2021) de ahí que el principal objetivo de este estudio sea recoger las percepciones y el compromiso transculturales de los consumidores sobre el consumo sostenible de alimentos.

### MATERIAL Y MÉTODOS

Los datos analizados en este trabajo se obtuvieron a partir de una encuesta realizada a 1178 individuos y se llevaron a cabo en tres países: España (324), Turquía (343) y Colombia (511). Los datos se recogieron mediante un cuestionario Google Forms ([www.docs.google.com](http://www.docs.google.com)). El cuestionario consistía en preguntas sobre las razones que les llevan a consumir o no alimentos sostenibles, así como preguntas relativas a sus hábitos, compra y consumo sostenibles.

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En general se los resultados demuestran una elevada concienciación sobre el impacto que el consumo de alimentos tiene sobre el medio ambiente. Cabe destacar que España es el país con un nivel de concienciación ligeramente más alto y también es el país con la economía más avanzada. Sin embargo, el porcentaje de ciudadanos que indicaron conocer y haber consumido alimentos producidos de forma sostenible es significativamente inferior en los tres países.

Curiosamente, las principales razones por las que los españoles no consumen alimentos sostenibles son el precio más elevado, seguido de la falta de accesibilidad, pero este no fue el caso de Turquía y Colombia. Para Turquía, el precio y la falta de accesibilidad son también dos de las principales barreras, siendo la falta de información la más importante, que también es la más relevante en el caso de Colombia. Además, se ha observado que los consumidores colombianos son los que en mayor medida consideran que la producción de carne afecta negativamente a la sostenibilidad –con los españoles situándose en puntuaciones intermedias– y también que las dietas vegetarianas son ambientalmente más sostenibles que aquellas que incluyen alimentos de origen animal, aunque en este caso los consumidores españoles son los que otorgan las menores puntuaciones.

### CONCLUSIÓN

El presente trabajo ha proporcionado una visión transcultural del compromiso de los consumidores con la sostenibilidad, así como de sus percepciones y comportamientos. Cabe destacar los altos índices positivos sobre concienciación, conocimiento y consumo sostenibles, pero sobre todo la alta disposición de los consumidores a cambiar sus hábitos hacia otros más sostenibles, a pesar de sus creencias de que este cambio podría tener sólo un bajo impacto en la sostenibilidad global.

En este estudio se han observado diferencias interculturales entre los países analizados, sin embargo algunos hallazgos parecen ser muy atípicos. Por un lado, el alto consumo de alimentos sostenibles en Turquía, un país en desarrollo, y por otro la insensibilidad a los precios de los consumidores de Colombia y Turquía en comparación con los de España.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ares, G., *et al.* 2015. Food Qual Prefer 40: 304-315.
- Bernués, A., *et al.* 2011. Livest Sci 139(1-2): 44-57.
- Briggeman, B.C., & Lusk, J.L. 2011. Eur Rev Agric Econ 38(1): 1-29.
- Burnier, P.C., *et al.* 2021. Food Qual Prefer, 88: 104075
- Florindo, T.J., *et al.* 2017. J. Clean Prod 147: 119-129.