

## **Agradecimientos**

*En primer lugar, me gustaría agradecer a toda mi familia, por haberme apoyado en todos los momentos que he vivido durante la carrera, ya hayan sido malos o buenos. Y, sobre todo, a mis padres, José Luis Vega y Cristina Vázquez, quienes me han ayudado y dado ánimos para esforzarme cada día más y repetirme que todo esfuerzo tiene su recompensa.*

*También, agradecer a todos mis amigos, tanto los que llevan conmigo desde que era más pequeña hasta lo que conocí durante mis años en la carrera, quienes de una forma u otra me han ayudado a seguir adelante y a quienes espero conservar durante mucho tiempo más, ya que han sido un gran apoyo estos años.*

*A mi abuela Mari, quien me llamaba día sí y día también para ver cómo me iba todo y me deseaba suerte en todos mis exámenes.*

*Por último, agradecer a mi tutora, Isabel, por haberme ayudado cuando más perdida estaba realizando este trabajo y haberme guiado para que todo saliera bien.*

*Gracias por haber estado ahí en todo momento.*

## Resumen

Este estudio trata sobre las nuevas tendencias en el cuidado de la salud en la población española durante los últimos tres años, en respuesta a la pandemia del COVID-19. Se ha realizado esta investigación mediante la revisión de informes del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de los últimos años, junto con la consulta de bibliografía relevante.

El enfoque de esta investigación es descriptivo y se llevó a cabo mediante una encuesta en línea para recopilar los datos necesarios para su análisis. El cuestionario fue diseñado para analizar los cambios en los patrones alimenticios que han surgido en la población debido al COVID-19, transcurridos ya tres años desde el inicio de la pandemia. En lo que respecta a las preguntas sobre los factores que influyen en el comportamiento y el consumo de alimentos convencionales y ecológicos, los participantes proporcionaron respuestas utilizando una escala de Likert de 5 puntos.

La población de la muestra corresponde a personas mayores de 18 años que han vivido la experiencia de la pandemia del COVID-19 en España y consumen o no productos alimenticios ecológicos. La muestra consistió en 73 participantes y se emplearon tablas de estadísticas descriptivas en el software *SPSS Statistics* para analizar la información recopilada.

El objetivo principal es examinar la evolución de las tendencias de consumo en la población española en relación al cuidado de la salud, específicamente en términos de incentivar un mayor consumo de productos alimenticios ecológicos. Además, se busca comprender el impacto que la pandemia del COVID-19 ha tenido en el consumo de este tipo de alimentos.

El resultado obtenido concluyó que los participantes consideran que los productos alimenticios ecológicos tienen un precio mucho más elevado en comparación con los productos convencionales, por lo que, a pesar de resultar beneficiosos para la salud y el medio ambiente, la pandemia no ha supuesto un estímulo para consumir productos orgánicos.

**Palabras clave:** productos alimenticios ecológicos, pandemia, COVID-19.

## **Abstract**

This study deals with new trends in health care in the Spanish population during the last three years, in response to the COVID-19 pandemic. This research has been carried out by reviewing reports from the Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of the last years, together with the consultation of relevant bibliography.

The approach of this research is descriptive and was conducted using an online survey to collect the necessary data for analysis. The questionnaire was designed to analyze the changes in dietary patterns that have emerged in the population due to COVID-19, three years after the beginning of the pandemic. Regarding the questions on factors influencing behavior and consumption of conventional and organic foods, participants provided responses using a 5-point Likert scale.

The sample population corresponded to people over 18 years of age who had experienced the COVID-19 pandemic in Spain and either consumed or did not consume organic food products. The sample consisted of 73 participants and descriptive statistical tables in SPSS Statistics software were used to analyze the information collected.

The main objective is to examine the evolution of consumption trends in the Spanish population in relation to health care, specifically in terms of encouraging greater consumption of organic food products. In addition, it seeks to understand the impact that the COVID-19 pandemic has had on the consumption of this type of food.

The result obtained concluded that participants consider that organic food products have a much higher price compared to conventional products, so that, despite being beneficial to health and the environment, the pandemic has not been a stimulus to consume organic products.

**Keywords:** organic food products, pandemic, COVID-19.

# ÍNDICE

<b>1. Introducción</b>	<b>7</b>
<b>2. Objetivos de la investigación</b>	<b>8</b>
<b>3. Fundamentos teóricos</b>	<b>9</b>
3.1. La producción ecológica	9
3.2. Evolución de la producción ecológica en España	10
3.3. Normativa y certificación de los productos ecológicos	13
3.3.1. <i>Productos sujetos a la normativa sobre producción ecológica de la UE</i>	13
3.3.2. <i>Normativa de la producción ecológica</i>	14
3.3.3. <i>Certificación de los productos ecológicos</i>	14
3.4. Beneficios y ventajas de los productos ecológicos para la salud y el medio ambiente	15
3.4.1. <i>Beneficios de los productos ecológicos para la salud</i>	15
3.4.2. <i>Beneficios de los productos ecológicos en el medio ambiente</i>	15
3.5. Demanda y consumo de productos alimenticios ecológicos	16
3.5.1. <i>Evolución y tendencia del consumo de productos ecológicos en España en 2020</i>	16
3.5.2. <i>Categorías de productos alimenticios ecológicos</i>	19
3.5.3. <i>Comparativa entre España y los principales países consumidores de productos ecológicos</i>	25
3.6. El impacto de la pandemia en la demanda y producción de alimentos ecológicos	27
<b>4. Metodología empleada</b>	<b>29</b>
4.1. Diseño de la investigación	29
4.2. Población y muestra	29
4.3. Técnicas y herramientas de recolección de datos	29
4.3.1. <i>Técnica de recolección de datos</i>	29
4.3.2. <i>Herramienta de recolección de datos</i>	29
4.4. Análisis de datos	30
<b>5. Resultados y análisis</b>	<b>30</b>
5.1. Características sociodemográficas de los consumidores de productos ecológicos	30
5.2. Hábitos de consumo y compra de productos alimenticios	31

5.3. Percepción de los consumidores sobre los productos ecológicos	41
<b>6. <i>Discusión y conclusiones</i></b>	<b>53</b>
6.1. Interpretaciones de los resultados	53
6.2. Conclusiones del estudio	54
<b>7. <i>Referencias bibliográficas</i></b>	<b>56</b>
<b>8. <i>Anexos</i></b>	<b>59</b>
8.1. Cuestionario utilizado en la recolección de datos	59
8.2. Tablas y gráficos de resultados	61

## 1. Introducción

El cuidado de la salud ha sido imprescindible para la conservación y el mantenimiento de la vida durante toda la historia. A lo largo de ella, distintas culturas, desde la griega hasta las tradiciones judeocristianas, les han dado prevalencia a diferentes formas acerca de cuidarse a sí mismos. En cuanto a la cultura griega, consideraba no solo el cuidado del cuerpo, sino también del alma. Y, por otro lado, en la tradición judeocristiana prevalecía el cuidado del espíritu (Blázquez, 2022).

Actualmente, existe una mayor preocupación por el cuidado individual de la salud al contrario que en épocas anteriores, lo cual se ha convertido en un estilo de vida entre una gran parte de la población.

Tras investigaciones realizadas con anterioridad, se ha demostrado cómo los consumidores suelen relacionar los productos alimenticios ecológicos con la felicidad y el placer (Apaolaza et al., 2018). Al decidir comprar estos productos, los consumidores consideran los beneficios que les aportan tanto a nivel físico como mental. Es importante tener en cuenta que existen dos tipos de consumidores: aquellos que valoran la importancia de tener una alimentación saludable y aquellos que no le dan tanta relevancia a este aspecto (Laguna, 2020).

Por otro lado, los productores están optando por reducir la producción de productos estándar para producir más productos orgánicos debido a la alta demanda. Por ello, la Comisión Europea desarrolló el “Plan de Acción para el Desarrollo de la Producción Ecológica de la UE”, que se publicó en abril de 2021. En él se establecen tres grandes ejes de actuación:

- “Eje 1: Alimentos y productos ecológicos para todos; estimular la demanda y garantizar la confianza de los consumidores.
- Eje 2: Estimular la conversión a producción ecológica y consolidar todos los eslabones de la cadena de valor.
- Eje 3: Predicar con el ejemplo mediante el aumento de la contribución de la agricultura ecológica a la sostenibilidad.”

Según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2021), España ha logrado posicionarse en el ranking mundial de los principales productores ecológicos mundiales, donde ha conseguido especializarse e internacionalizarse competitivamente en productos como el Aceite de Oliva, el Vino, los Cereales, las Hortalizas, la Acuicultura, etc.

El año de la pandemia, a pesar de ser un año tan negativo en cuanto al marco socioeconómico general, el consumo, la producción y el comercio exterior de productos orgánicos de España siguieron con una trayectoria ascendente. Esto es debido a la influencia que tuvo el confinamiento obligatorio durante la pandemia que hizo que, a raíz de evitar la propagación de este virus, se impulsaran conductas alimentarias y estilos de vida más saludables (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021).

## **2. Objetivos de la investigación**

Esta investigación tiene como objetivo general analizar cómo han ido evolucionando las tendencias de consumo entre la población española en cuanto al cuidado de la salud, siendo este un estímulo para consumir en mayor medida productos alimenticios ecológicos. De esta forma, también se pretende conocer cómo ha influido la pandemia del COVID-19 en el consumo de este tipo de alimentos.

Por otro lado, el estudio se centrará en distintos objetivos específicos para profundizar más en la investigación. Los objetivos son estudiar la evolución en el consumo de productos alimenticios ecológicos en España en los últimos años para identificar si estos han aumentado a lo largo del tiempo y comprobar así que se encuentran en una tendencia ascendente.

Otro de los objetivos es comparar el consumo de productos alimenticios ecológicos en España en relación con otros países del mundo, para analizar la situación de España mundialmente respecto a la agricultura ecológica.

También, determinar distintas categorías de productos alimenticios ecológicos, donde cabe destacar productos integrados en la dieta mediterránea, considerada una dieta muy seguida por los españoles.

Por último, evaluar los cambios en los hábitos alimenticios generados por el COVID-19 en la población, habiendo transcurrido ya tres años desde el inicio de la pandemia, para estudiar si ha supuesto un estímulo en el consumo de productos alimenticios ecológicos.

### 3. Fundamentos teóricos

#### 3.1. La producción ecológica

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación define la producción agrícola como:

“La producción ecológica, también llamada biológica u orgánica, es un sistema de gestión y producción agroalimentaria que combina las mejores prácticas ambientales junto con un elevado nivel de biodiversidad y de preservación de los recursos naturales, así como la aplicación de normas exigentes sobre bienestar animal, con la finalidad de obtener una producción conforme a las preferencias de determinados consumidores por los productos obtenidos a partir de sustancias y procesos naturales.”

Este método de producción tiene como objetivos utilizar sustancias y procesos naturales para obtener alimentos, por ello su impacto medioambiental es limitado al promover:

- un uso sostenible de la energía y los recursos naturales
- la preservación de la diversidad biológica
- el mantenimiento de los balances ecológicos regionales
- el aumento de la productividad del suelo
- la preservación de la calidad del agua

Asimismo, se persigue cuidar del bienestar animal y que se respeten los hábitos de conducta de estos.

Por otro lado, los productos ecológicos deben llevar impresos en sus envases el logotipo de la UE para que los consumidores puedan distinguir los productos ecológicos y estos puedan ser comercializados por toda la Unión Europea, además de llevar un código numérico de la entidad de control, su marca propia y términos específicos de la producción ecológica (Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural, 2023).

#### Ilustración 1.

*Logotipo ecológico de la UE*



*Fuente:* Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural, 2023

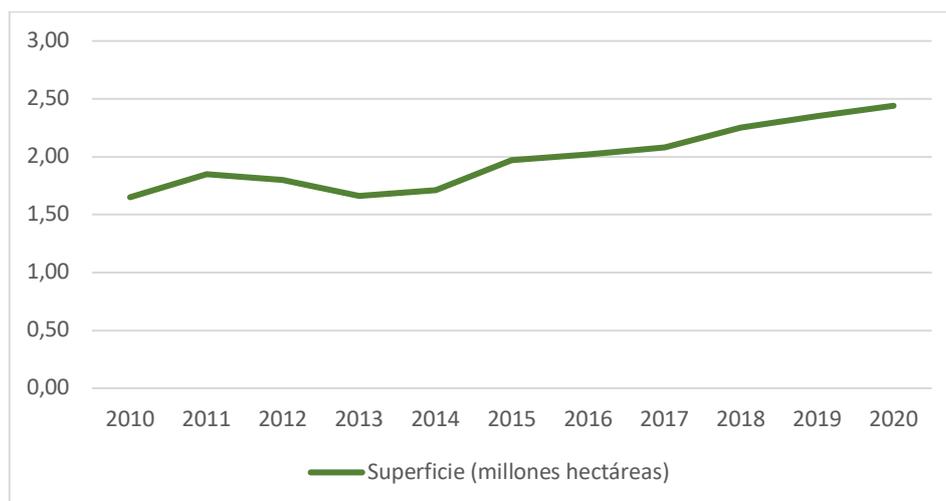
### **3.2. Evolución de la producción ecológica en España**

En la década de los 60 se comienza a tener conciencia de los efectos nocivos del modelo agrícola productivista sobre el medio ambiente y sus derivaciones sobre la salud humana. Por primera vez, se reconoce que los recursos pueden ser finitos y que el comportamiento humano puede afectarlos negativamente. Esta posibilidad se manifestó y se hizo evidente en la década siguiente, la década de 1980, cuando se publicaron los primeros trabajos científicos relacionados con la agroecología y el término “Agricultura Ecológica” fue ampliamente aceptado en España como una alternativa viable a la agricultura convencional. La Administración del Estado, que previamente había ignorado y desestimado el movimiento, estableció las primeras normas que lo regían (Quijano y Santiago, 2012).

El movimiento ecológico comenzó a ganar fuerza en la sociedad durante la década de 1990, y aparecen contextos sociales, políticos y normativos donde la agricultura orgánica está explícitamente presente. Como resultado, se crearon una serie de operadores de certificación y se dispuso de fondos para el funcionamiento de órganos administrativos específicos para la promoción y regulación de estas conductas. En estos momentos, la Política Agraria Común (PAC), que incluye entre sus objetivos fundamentales la consecución de una agricultura y un medio ambiente sostenibles, proporciona los principios de la práctica ecológica u orgánica en la producción de alimentos con su acomodo, mejor defensa y apoyo (Quijano y Santiago, 2012).

Desde entonces, la producción ecológica en España ha experimentado un crecimiento constante en las últimas décadas, con un aumento en la superficie de cultivo ecológico, el número de operadores y la producción de alimentos ecológicos. En la actualidad, España es uno de los principales productores de alimentos ecológicos en Europa. Según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España, la superficie destinada a la producción ecológica en España aumentó de 1,65 millones de hectáreas en 2010 a 2,44 millones de hectáreas en 2020, lo que representa un aumento del 47,9%, como se puede observar en la Figura 1. Además, el número de operadores ecológicos registrados también ha aumentado, pasando de 27,877 en 2010 a 53.325 en 2020, lo que representa un aumento del 91,3%.

**Figura 1. Evolución de la superficie ecológica en España<sup>1</sup>**



*Fuente: MAPA, 2021*

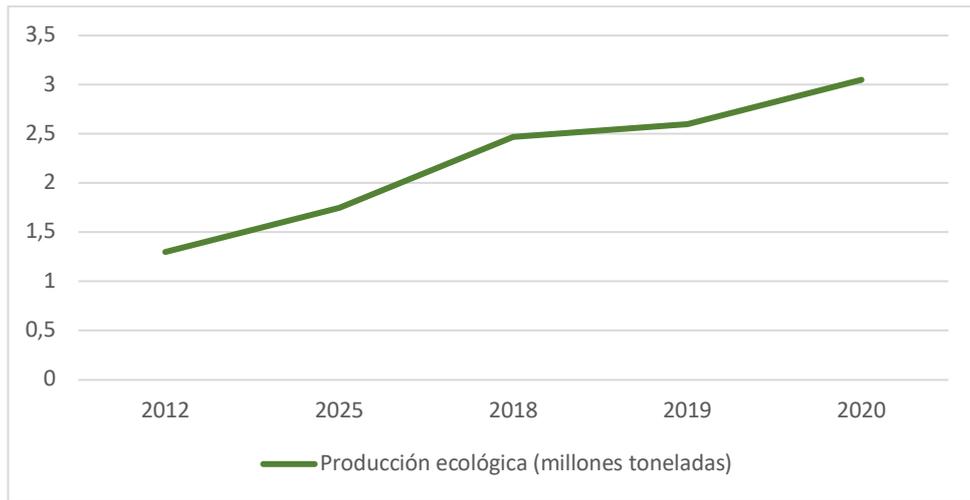
En la Figura 2 podemos observar que durante el período comprendido entre 2012 y 2020, ha tenido lugar un proceso de aumento constante y notable de la producción ecológica en España. Dicho aumento se ve reflejado tanto en términos de volumen (un incremento del 134,62%) como en términos de valor (un aumento del 96,69%), y ha sido evidente en todas las principales categorías de alimentos ecológicos, aunque ha sido más pronunciado en los productos de origen vegetal que en los de origen animal.

**Figura 2. Evolución de la producción ecológica en España<sup>2</sup>**

---

<sup>1</sup> Nota. El gráfico representa la evolución de la superficie ecológica en España desde 2010 hasta 2020. Tomado de "Análisis de la caracterización y proyección de la producción ecológica en España en 2020", por Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021, [https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef\\_tcm30-583131.PDF](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef_tcm30-583131.PDF)

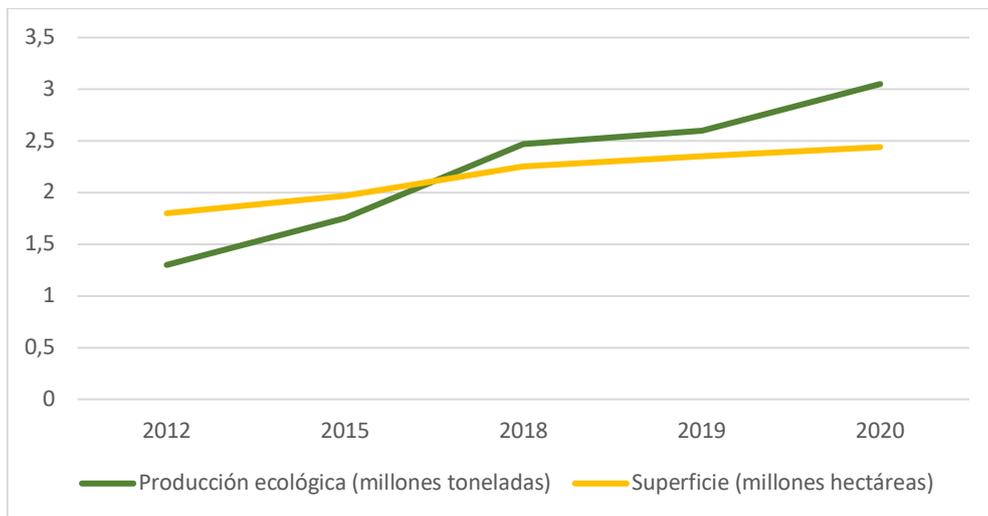
<sup>2</sup> Nota. El gráfico representa la evolución de la producción ecológica en España desde 2012 hasta 2020. Tomado de "Análisis de la caracterización y proyección de la producción ecológica en España en 2020", por Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021, [https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef\\_tcm30-583131.PDF](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef_tcm30-583131.PDF)



*Fuente: MAPA, 2021*

Asimismo, se puede apreciar en la Figura 3 que durante el periodo de 2012 a 2020, el aumento de la producción ecológica ha superado el crecimiento de la superficie ecológica. Este fenómeno sugiere que ha habido un notable incremento en el rendimiento productivo estimado por hectárea ecológica.

**Figura 3.** Comparación de las evoluciones de producción y superficie ecológicas<sup>3</sup>



*Fuente: MAPA, 2021*

<sup>3</sup> Nota. El gráfico representa la comparación de las evoluciones de producción y superficie ecológicas en España desde 2012 hasta 2020. Tomado de "Análisis de la caracterización y proyección de la producción ecológica en España en 2020", por Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021, [https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef\\_tcm30-583131.PDF](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef_tcm30-583131.PDF)

En conclusión, la producción ecológica española ha crecido en las últimas décadas constantemente, considerando a España, actualmente, como uno de los principales productos de alimentos ecológicos en Europa.

Al igual que la producción ecológica, la superficie ecológica también ha sufrido un aumento significativo desde el año 2010, aunque comparándolas entre las dos, la producción ecológica ha crecido en mayor medida.

### **3.3. Normativa y certificación de los productos ecológicos**

#### **3.3.1. Productos sujetos a la normativa sobre producción ecológica de la UE**

La Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural (2023) señala que las regulaciones de la Unión Europea en relación con la agricultura ecológica se extienden a los productos agrícolas, entre ellos la acuicultura y la levadura. Estos requisitos cubren todas las etapas del proceso productivo, desde la siembra hasta la transformación de alimentos. Debido a esto, se establecen medidas específicas que se aplican a diversos productos.

Entre los productos que se rigen por las normas de la Unión Europea sobre agricultura ecológica se encuentran las semillas y materiales de reproducción, como esquejes y rizomas, los cuales se utilizan para producir plantas o cultivos. También se incluyen los productos agrícolas sin procesar o vivos, los piensos y los productos agrícolas procesados destinados al consumo humano.

Por otro lado, el Anexo I del Reglamento (UE) 2018/848 incluye una lista de productos recientemente incorporados al ámbito de aplicación de la normativa de agricultura ecológica, los cuales están estrechamente relacionados con la actividad agrícola. Algunos de estos productos son sales, corchos naturales, aceites esenciales, algodón, lana sin cardar o peinar, y cera de abejas.

El reglamento de la Unión Europea en relación con la producción ecológica contempla la exclusión de productos de la pesca y de la caza de animales salvajes. Sin embargo, se establecen ciertas condiciones de hábitat natural para la recolección de plantas silvestres. Además, se aplican normas específicas para la producción vegetal, la ganadería, los alimentos transformados y el vino, la levadura, la acuicultura y otros productos (Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural, 2023).

### **3.3.2. Normativa de la producción ecológica**

Según la Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural (2023), el cumplimiento de las normas de la agricultura ecológica es fundamental en la producción ecológica, ya que estas regulaciones se rigen por principios generales y específicos con el propósito de fomentar la protección del medio ambiente, la conservación de la biodiversidad europea y el refuerzo de la confianza de los consumidores en los productos ecológicos. Estas normas regulan todos los aspectos de la producción orgánica y se basan en ciertas ideas fundamentales clave que son la prohibición del uso de organismos modificados genéticamente (OMG) y de radiaciones ionizantes, así como la limitación del uso de fertilizantes artificiales, herbicidas y plaguicidas.

En consecuencia, los productores que optan por la producción ecológica deben utilizar enfoques diferentes para mantener la fertilidad del suelo y la salud de los animales y las plantas. Para lograr esto, se utilizan prácticas como la rotación de cultivos, el cultivo de plantas de fijación de nitrógeno y otros cultivos de abonos verdes para restaurar la fertilidad del suelo, la prohibición del uso de fertilizantes minerales nitrogenados y la elección de variedades y razas resistentes, junto con técnicas para fomentar el control natural de plagas para reducir el impacto de las malas hierbas y de los parásitos. También, se fortalecen las defensas inmunológicas naturales de los animales y se evita el sobrepastoreo para proteger su salud y bienestar (Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural, 2023).

### **3.3.3. Certificación de los productos ecológicos**

El Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad Valenciana (2023) señala que la certificación ecológica implica que los productos han sido elaborados o producidos de acuerdo a los estándares de la agricultura orgánica y han sido sometidos a un control exhaustivo durante todo el proceso de producción, envasado y comercialización.

Al menos una vez al año, todos los operadores que trabajan en la producción ecológica son inspeccionados y el control abarca todas las etapas, desde la producción primaria hasta la distribución y venta al consumidor final, incluyendo actividades como el etiquetado, la publicidad, la importación, la exportación y la subcontratación.

Cualquier operador que produzca, prepare o distribuya productos de origen agrícola, incluyendo la acuicultura y la apicultura, está obligado a notificar su actividad a la autoridad competente en su Comunidad Autónoma y someter su empresa al régimen de control establecido por la normativa correspondiente.

### **3.4. Beneficios y ventajas de los productos ecológicos para la salud y el medio ambiente**

#### **3.4.1. Beneficios de los productos ecológicos para la salud**

El auge de la tecnología en nuestra sociedad ha generado diversas ventajas, pero también ha impactado en nuestro modo de vida, dando lugar a preocupantes problemas de salud como la obesidad, principalmente en la población joven. La obesidad en niños y jóvenes es un desafío importante para la salud pública y ha sido clasificada como una de las epidemias más significativas del siglo XXI debido a su aumento en las últimas décadas (Santander et al., 2021).

El estilo de vida actual junto con el aumento de la oferta de alimentos procesados ha cambiado nuestros hábitos alimentarios. Las dietas tradicionales han sido reemplazadas por dietas más densas en energía, que contienen mayores cantidades de grasas animales, azúcares añadidos y un mayor contenido de carbohidratos, grasas y sodio. Los patrones alimentarios que seguimos durante la adolescencia suelen tener un impacto duradero en nuestra salud y pueden continuar a lo largo de toda nuestra vida. Por esta razón, es esencial abordar los hábitos alimentarios durante la adolescencia para influir positivamente en la conducta alimentaria y mejorar la salud en el futuro (Santander et al., 2021).

Según Quijano y Santiago (2012) cada vez es más común el consumo de alimentos orgánicos debido a la percepción de producto saludable. En general, parece evidente que la calidad de los productos orgánicos es superior a la de los convencionales. Los alimentos orgánicos están sujetos a menos riesgos durante su producción y son más naturales y seguros.

Por otro lado, los alimentos orgánicos tienen un aporte nutricional más completo que los convencionales y siempre tienen un efecto positivo en el organismo. Además, contribuyen a mejorar las defensas humanas y la resistencia ante enfermedades gracias a su contenido nutricional equilibrado (Quijano y Santiago, 2012).

#### **3.4.2. Beneficios de los productos ecológicos en el medio ambiente**

Según Laguna (2020), el factor ambiental puede ser visto como uno de los más cruciales, lo que lleva a muchos compradores a optar por consumir productos ecológicos. La producción ecológica se caracteriza por el uso de métodos que no dañan ni a las personas ni al medio ambiente, promoviendo técnicas que respetan la naturaleza y contribuyen a preservar la biodiversidad, los países agrícolas, el suelo y el agua.

Cuando se usan técnicas agrícolas convencionales, se suele recurrir a una gran cantidad de fertilizantes y herbicidas químicos, lo que a su vez disminuye la diversidad. En cambio, las prácticas ecológicas protegen la biodiversidad al no utilizar productos contaminantes. Otras prácticas en la agricultura ecológica incluyen el uso de técnicas que incrementan el contenido de materia orgánica del suelo, lo que mejora la capacidad de retención del agua, disminuye la necesidad de riego y reduce el riesgo de sequía. Algunos de estos métodos añaden valor al producto, lo que explica en parte por qué los productos ecológicos tienen precios más elevados que los tradicionales (Laguna, 2020).

### **3.5. Demanda y consumo de productos alimenticios ecológicos**

#### **3.5.1. Evolución y tendencia del consumo de productos ecológicos en España en 2020**

Es importante tener en cuenta que cuando se mencionan los alimentos ecológicos, se hace referencia exclusivamente a aquellos que han sido comercializados como tales y que han pasado por estrictos procesos de certificación. Solo estos productos cumplen con las normativas y especificaciones técnicas que regulan la producción ecológica (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021).

Durante el año 2020, como se puede observar en la Figura 3, se registró un aumento significativo en el consumo de productos ecológicos, tanto en alimentos como en bebidas, en España, alcanzando los 2.528 millones de euros, un aumento del 7,0% en comparación con el año anterior. Esto ha permitido que los ratios de consumo per cápita y el porcentaje sobre el consumo total de alimentos sean similares a los que se ven en muchos de los principales mercados mundiales de productos ecológicos.

**Figura 3.** *Evolución del gasto en productos ecológicos (millones euros/año)<sup>4</sup>*

---

<sup>4</sup> Nota. El gráfico representa la evolución del gasto en productos ecológicos en España desde 2012 hasta 2020 en millones de euros al año. Adaptado de "Análisis de la caracterización y proyección de la producción ecológica en España en 2020", por Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021, [https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef\\_tcm30-583131.PDF](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef_tcm30-583131.PDF)

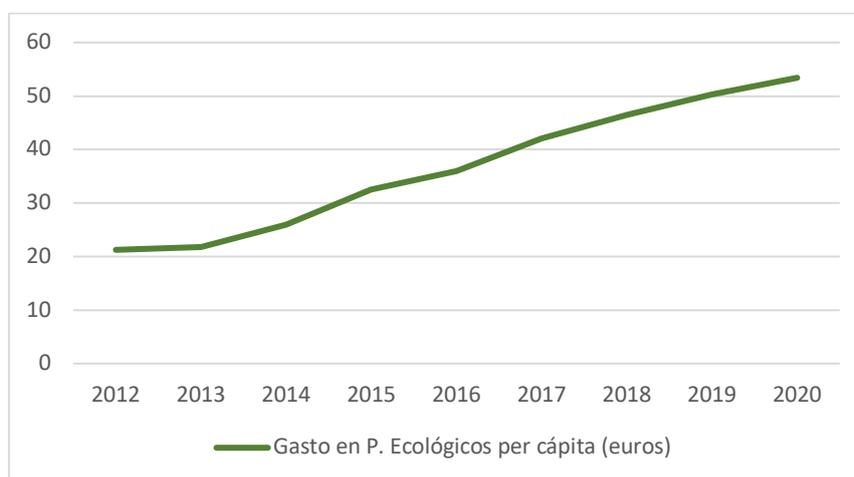


Fuente: MAPA, 2021

Por otro lado, en el año 2020, el gasto per cápita en España en productos ecológicos fue de 53,41 euros por habitante y por año, lo que representa un aumento del 6,10% con respecto a 2019 y un aumento del 151,33% con respecto a 2012. Esta evolución del gasto en productos ecológicos se puede observar en la Figura 4.

Los resultados sitúan al mercado ecológico español en el grupo de países con mayor penetración de alimentos y bebidas ecológicos en la cesta de la compra.

**Figura 4.** Evolución del gasto en Productos Ecológicos per cápita (euros)<sup>5</sup>



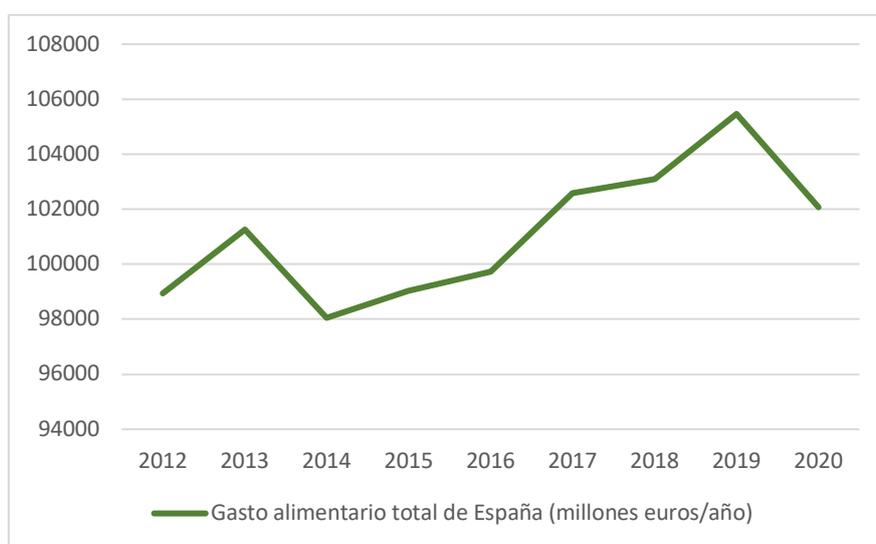
Fuente: MAPA, 2021

<sup>5</sup> Nota. El gráfico representa la evolución del gasto en productos ecológicos per cápita desde 2012 hasta 2020 en euros. Tomado de "Análisis de la caracterización y proyección de la producción ecológica en España en 2020", por Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021, [https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef\\_tcm30-583131.PDF](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef_tcm30-583131.PDF)

En cuanto al gasto total en alimentos de los hogares españoles, que fue alrededor de 102.082 millones de euros en el año 2020, es interesante conocer qué porcentaje corresponde al consumo de productos ecológicos. En concreto, este porcentaje sería del 2,48%.

En la Figura 5 se puede contemplar cómo ha evolucionado este gasto en alimentos, donde podemos ver un “pico” en el año 2019, siendo el gasto alimentario total de 105.466 millones de euros al año y cómo disminuyó a partir de este en un 3,21%, siendo en 2020 de 102.083 millones de euros al año.

**Figura 5.** Evolución del gasto alimentario total de España (millones euros/año)<sup>6</sup>



*Fuente: MAPA, 2021*

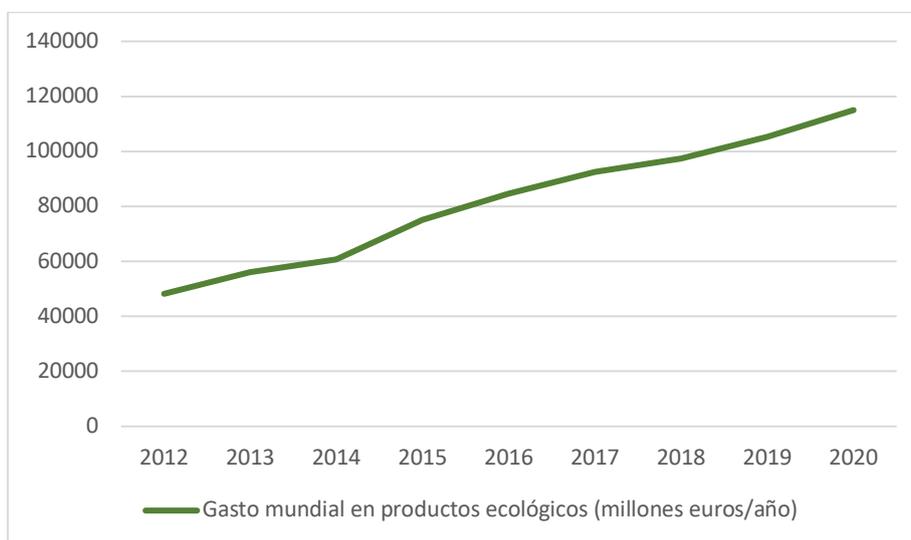
Durante el periodo comprendido entre 2012 y 2020, el consumo de productos orgánicos en España experimentó un aumento del 154%, mientras que el consumo total de alimentos en el país solo se incrementó un 3,6%. Esta diferencia entre ambos porcentajes permite evaluar la rapidez con la que se ha implementado el consumo de productos orgánicos entre los españoles.

Este proceso de implementación del consumo de productos orgánicos entre los españoles es parecido al que se ha observado en todo el mundo. Mientras que en España el consumo de productos ecológicos aumentó un 154% entre 2012 y 2020, a nivel mundial, como

<sup>6</sup> Nota. El gráfico representa la evolución del gasto alimentario total de España desde 2012 hasta 2020 en millones de euros al año. Tomado de “Análisis de la caracterización y proyección de la producción ecológica en España en 2020”, por Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021, [https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef\\_tcm30-583131.PDF](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef_tcm30-583131.PDF)

se puede observar en la Figura 6, el incremento fue del 139% en el mismo periodo. Como resultado, el consumo de productos orgánicos en España ha alcanzado una cuota de mercado mundial de alrededor del 2,20% en el año 2020.

**Figura 6.** Evolución del gasto mundial en productos ecológicos (millones euros/año)<sup>7</sup>



*Fuente: MAPA, 2021*

En conclusión, el gasto en productos ecológicos aumentó considerablemente en España entre los años 2012 y 2020, en mayor medida que el gasto mundial en productos ecológicos durante el mismo período. El gasto per cápita también aumentó, situando a España como uno de los mercados ecológicos con las tasas más altas de consumo de alimentos y bebidas ecológicas.

En cuanto al gasto alimentario total, este disminuyó notoriamente en el año 2020, año en que ocurrió la pandemia del COVID-19.

### **3.5.2. Categorías de productos alimenticios ecológicos**

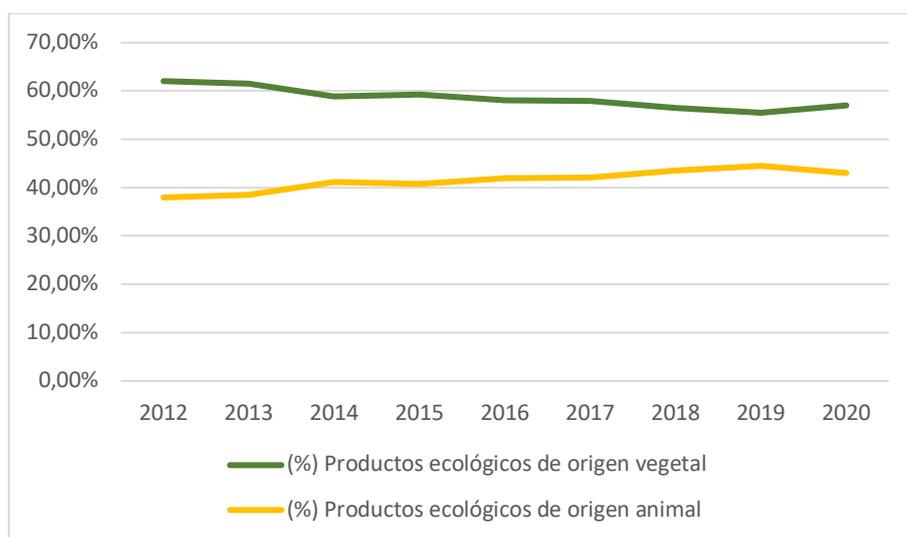
En el mercado español de productos ecológicos en 2020, el gasto en productos ecológicos de origen vegetal representó el 57% de la cesta orgánica, lo que supone un incremento respecto al 55,5% que representaba en 2019. Este aumento indica que los

<sup>7</sup> Nota. El gráfico representa la evolución del gasto mundial en productos ecológicos desde 2012 hasta 2020 en millones de euros al año. Tomado de "Análisis de la caracterización y proyección de la producción ecológica en España en 2020", por Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021, [https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef\\_tcm30-583131.PDF](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef_tcm30-583131.PDF)

productos orgánicos de origen vegetal tienen un peso cada vez mayor en la elección de los consumidores de productos ecológicos.

Por otro lado, el gasto en productos ecológicos de origen animal representó el 43% de la cesta orgánica, lo que supone un descenso respecto al 44,5% del año 2019. Por lo tanto, este descenso, al contrario que ocurre con los productos ecológicos de origen vegetal, indica que estos tipo de productos tienen menor peso en cuanto a la elección de los consumidores de productos ecológicos. Esta evolución en la producción ecológica tanto de origen vegetal como de origen animal se puede observar en la Figura 7.

**Figura 7.** Evolución de la producción ecológica de origen vegetal y origen animal (%)<sup>8</sup>



*Fuente: MAPA, 2021*

Durante la última década, se ha registrado una disminución gradual en el peso específico de los productos orgánicos de origen vegetal en la cesta de la compra, a favor de los productos de origen animal. No obstante, es posible que debido al impacto causado por la pandemia del COVID-19, en el año 2020 se haya revertido esta tendencia, recuperando los productos ecológicos de origen vegetal cierto grado de peso específico.

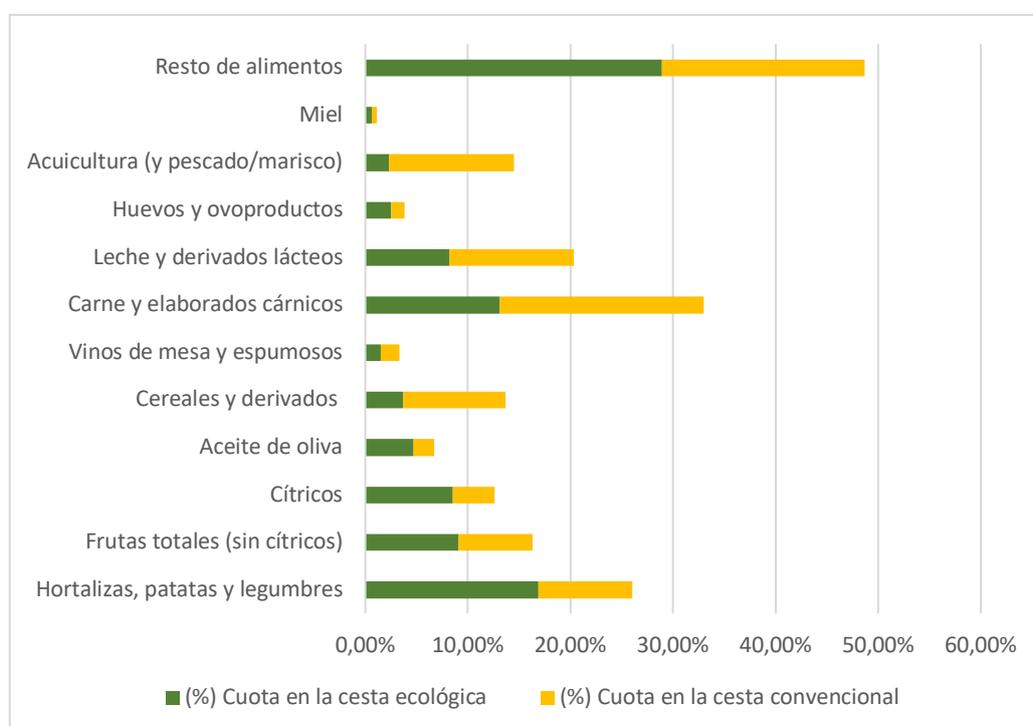
En la Figura 8 se pueden contemplar los productos ecológicos de origen vegetal más consumidos en España entre los que se encuentran las frutas frescas, que representan el

<sup>8</sup> Nota. El gráfico representa la evolución de la producción ecológica de origen vegetal y origen animal desde 2012 hasta 2020 en porcentajes. Tomado de "Análisis de la caracterización y proyección de la producción ecológica en España en 2020", por Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021, [https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef\\_tcm30-583131.PDF](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef_tcm30-583131.PDF)

15,5% de la cuota de la cesta de la compra ecológica; las hortalizas frescas y las patatas, que suponen el 13,9%; los cereales, el pan, las galletas y la bollería, que representan el 6,6%; el aceite, que supone el 4,4%; y los vinos, que representan el 2,2%.

A su vez, los productos orgánicos más consumidos en España de origen animal incluyen las carnes y derivados cárnicos, que representan el 15,0% de la cuota de la compra orgánica; la leche y los derivados lácteos, que suponen el 7,5%; los huevos y los ovoproductos, que representan el 2,2%; el pescado, el marisco y sus conservas, que suponen el 4,2%; y la miel y sus derivados, que representan el 1,2%.

**Figura 8.** Comparación entre la cuota en la cesta ecológica y la cuota en la cesta convencional<sup>9</sup>



Fuente: MAPA, 2021

En definitiva, el mercado español de productos ecológicos en 2020 mostró un aumento en el gasto en productos ecológicos de origen vegetal y una disminución en el gasto en productos ecológicos de origen animal. Este cambio sugiere que los consumidores están

<sup>9</sup> Nota. El gráfico representa la comparación entre la cuota en la cesta ecológica y la cuota en la cesta convencional en porcentajes. Tomado de "Análisis de la caracterización y proyección de la producción ecológica en España en 2020", por Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021, [https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef\\_tcm30-583131.PDF](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef_tcm30-583131.PDF)

optando cada vez más por alimentos vegetales ecológicos debido a su mayor conciencia sobre la salud y la sostenibilidad.

Si bien durante la última década se ha registrado una disminución en el consumo de productos ecológicos de origen vegetal, la tendencia se ha revertido en el año 2020 debido al impacto causado por la pandemia del COVID-19. Las frutas (15,5% de cuota en la cesta de la compra ecológica) y hortalizas frescas y las patatas (13,9%) son los productos orgánicos de origen vegetal más consumidos en España, mientras que las carnes y derivados cárnicos (15% de cuota en la cesta de la compra ecológica) son los productos orgánicos de origen animal más consumidos.

La dieta española se ha caracterizado siempre por seguir la dieta mediterránea, reconocida por ser uno de los patrones de alimentación más beneficiosos para la salud en todo el mundo, ya que se ha relacionado con una esperanza de vida mayor y con su capacidad para prevenir enfermedades crónicas (Rico, 2021). Es por ello por lo que, para concretar en algunas categorías de productos alimenticios ecológicos, se ha optado por escoger productos muy integrados en la dieta de la población objeto de estudio, es decir, en la dieta mediterránea. Algunos de ellos son las frutas, el aceite de oliva, los huevos y el vino.

### **3.5.2.1. Frutas frescas**

El consumo de frutas frescas se ha establecido como un distintivo característico de la dieta mediterránea. Sin embargo, esta demanda también se ha expandido a numerosos países, lo que indica que son alimentos esenciales en la alimentación de las personas (Martín, 2011).

Las frutas son uno de los alimentos más saludables, compuestas por propiedades nutritivas como vitaminas, minerales y fibra (Añaños et al., 2023).

En España, las frutas frescas representan un 24,9% del volumen total de productos ecológicos durante el año 2021, posicionándose en primer lugar como el producto ecológico de mayor consumo en España. En este país, se encuentra una de las áreas de cultivo más extensa de Europa. Concretamente, en la región de Murcia se establece uno de los principales centros de producción de frutas y verduras orgánicas del continente europeo.

Respecto a los consumidores de frutas y verduras orgánicas, existen patrones significativos en términos de valores y comportamientos. La compra de alimentos ecológicos se considera un símbolo de confianza en comparación con los productos provenientes de cadenas globales de producción y distribución. Además, se observan patrones de

comportamiento derivados de una conciencia ecológica cada vez más extendida en la sociedad. Esta conciencia se refleja no solo en la preferencia por productos ecológicos, sino también en actitudes orientadas hacia la conservación y protección del medio ambiente (Pérez-Flores et al. 2020).

### **3.5.2.2. Aceite de oliva**

El aceite de oliva es uno de los alimentos más usados e importante en la dieta mediterránea, considerándose como “oro líquido”. Además, uno de los países a nivel mundial que dedica una importante superficie al olivar ecológico es España (Vega-Zamora et al., 2016). En 2019, este contaba con una superficie de 209,3 en miles de hectáreas, estando por encima Italia (242,7 miles de hectáreas) seguido de Túnez (241,2 miles de hectáreas) (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021).

Según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2021), en 2019, la Unión Europea importó alrededor de 33.621 toneladas de aceite de oliva ecológico de países que no pertenecen a la comunidad europea, como Turquía y Túnez, entre otros. En el año 2018, estas importaciones alcanzaron las 30.125 toneladas.

El consumo de este alimento se consideraba en 2019 que iba a paso lento y no tenía una alta demanda en la sociedad española (Yangui et al., 2019). Sin embargo, en 2021, este representa un 4,4% de cuota en la cesta de la compra ecológica, siendo uno de los alimentos ecológicos de origen vegetal más consumidos en España.

Las principales producciones de aceite de oliva son el aceite de oliva virgen extra (AOVE), con una producción de 8,65 toneladas, y el aceite de oliva virgen (AOV), con una producción de 44,4 toneladas (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021).

### **3.5.2.3. Huevos**

Según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2021), durante los años 2020 y 2019, se han registrado incrementos significativos en la cantidad de animales de granja, especialmente en la producción de leche, huevos, carne de ave y acuicultura. A pesar de ello, la producción ganadera ecológica en España aún no ha alcanzado el mismo nivel estructural que la producción ecológica de origen vegetal. Una posible barrera para el desarrollo de esta producción ganadera ecológica podría ser la escasa disponibilidad de piensos ecológicos en España, que posiblemente represente menos del 0,3% de la producción total de piensos convencionales.

Los huevos son considerados un alimento idóneo para una nutrición adecuada debido a los distintos nutrientes con los que cuentan, sobre todo los que provienen de gallinas criadas en el campo (Veintimilla et al., 2022). En España, estos representan el 2,2% de la cuota en la cesta de la compra ecológica, junto con los ovoproductos.

Las principales producciones de huevos y derivados son los huevos de consumo, con una producción de 14,54 millones de docenas, y los de destino industrial, con una producción de 0,76 millones de docenas (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021).

#### **3.5.2.4. Vinos**

La industria vinícola se encuentra estrechamente vinculada a la tierra, lo cual genera una conciencia especial sobre la necesidad de preservar el entorno y conservar los recursos naturales de los cuales depende. Esta industria es consciente de que sólo podrá mantener la calidad de sus productos si es respetuoso con el medio ambiente. De este modo, la práctica de la viticultura ha evolucionado en los últimos años con el objetivo de lograr un equilibrio entre la protección necesaria de los cultivos y la conservación de la biodiversidad. España destaca a nivel mundial, ocupando el primer lugar en cuanto a superficie de viñedos ecológicos, representando más del 30% del total mundial (Federación Española del Vino, s.f.).

El consumo de vinos en España representa el 2,2% de cuota en la cesta de la compra ecológica. Las principales producciones de vino y mostos son los vinos tintos, con una producción de 189.200 toneladas, y los vinos blancos, con una producción de 155.100 toneladas (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021).

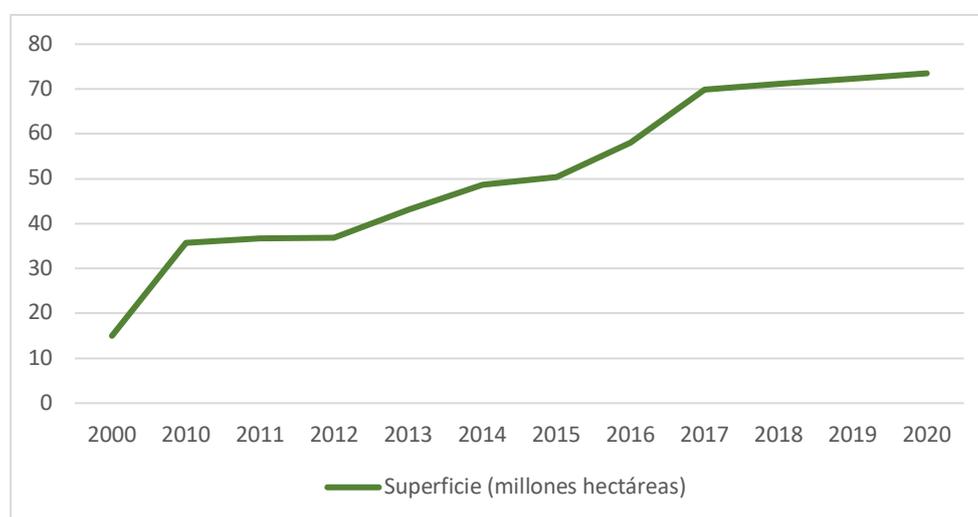
Según Sarabia (2020), los posibles consumidores de vino ecológico se pueden dividir en dos grupos: uno conformado por aquellos que son pro-ecológicos, pero no muestran un fuerte deseo de comprar, y otro grupo más numeroso y apático con una baja intención de compra. A pesar de esto, estos consumidores viven en un país con una larga tradición en la producción de vino, incluyendo una oferta considerable de vino ecológico, pero con un consumo bajo del mismo. Esta situación puede ser atribuida al hecho de que aquellos con una actitud positiva hacia el vino ecológico enfrentan dificultades para cambiar sus hábitos de compra y también se ve afectada por el uso ineficiente de estrategias de marketing.

En el mercado español, resulta complicado encontrar vinos ecológicos disponibles en los estantes de los supermercados. Además, es bastante probable que los consumidores no perciban los beneficios reales de optar por consumir vino ecológico en relación con los vinos convencionales (Sarabia, 2020).

### 3.5.3. Comparativa entre España y los principales países consumidores de productos ecológicos

Es probable que en 2020 la superficie global de agricultura ecológica haya alcanzado aproximadamente los 73,5 millones de hectáreas, lo que representa un aumento del 1,5% en comparación con 2019. En el año 2000 la superficie ecológica en todo el mundo no superaba los 14 millones de hectáreas, lo que significa que en 20 años esta superficie se ha multiplicado por más de cinco, lo cual se puede observar en la Figura 9. Este crecimiento destaca el proceso de desarrollo intenso y continuo que ha experimentado la producción ecológica mundialmente, especialmente en países desarrollados.

**Figura 9.** Evolución de la superficie ecológica implantada en el mundo<sup>10</sup>



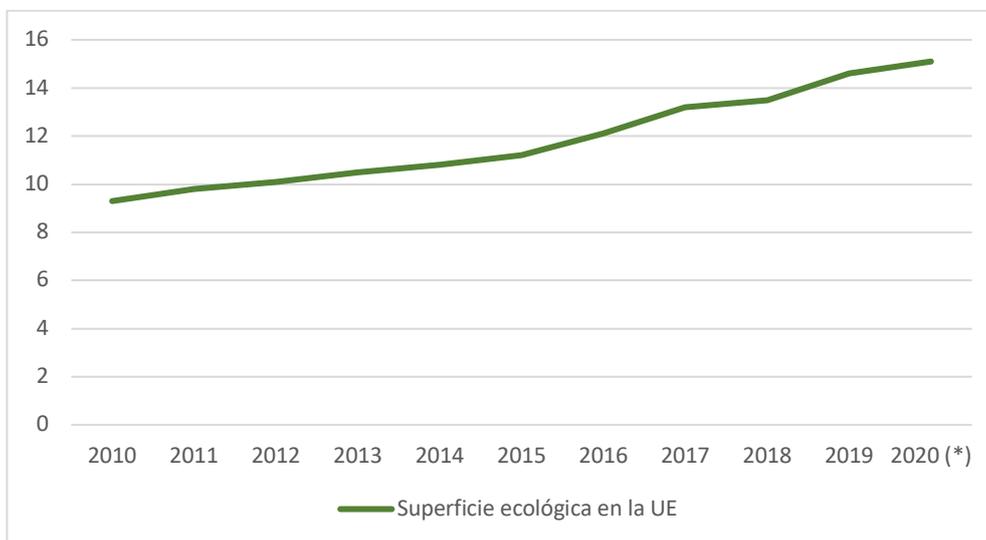
*Fuente: MAPA, 2021*

Por otro lado, en la Unión Europea, el desarrollo de la producción y consumo de productos ecológicos también ha sido considerable. En el año 2020, la superficie dedicada a la agricultura ecológica habría alcanzado alrededor de 15,1 millones de hectáreas, lo que representa un aumento del 3,5% en comparación al año 2019. Esto se puede observar en la Figura 10, donde se ve el gran aumento de la superficie ecológica desde 2010 hasta 2020.

<sup>10</sup> Nota. El gráfico representa la evolución de la superficie ecológica en el mundo en millones de hectáreas desde 2010 hasta 2020, incluyendo el año 2000. (\*) Los datos de 2020 corresponden a estimaciones provisionales. Tomado de "Análisis de la caracterización y proyección de la producción ecológica en España en 2020", por Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021, [https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef\\_tcm30-583131.PDF](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef_tcm30-583131.PDF)

De otro modo, en ese mismo año, la Unión Europea contaría con cerca de 360.000 productores agrarios ecológicos, esto supone un aumento del 4,6% en comparación con 2019.

**Figura 10.** Evolución de la superficie ecológica en la Unión Europea<sup>11</sup>



*Fuente: MAPA, 2021*

Según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2021), en España, el gasto individual en productos ecológicos sigue siendo inferior en comparación con otros mercados destacados. El gasto per cápita en España se sitúa en torno a los 53,41 euros, mientras que en países como Suiza, Dinamarca, Suecia, Austria, Francia, Alemania, Estados Unidos, Canadá, Noruega e Italia registran cifras más elevadas. En concreto, estos países presentan gastos per cápita de 313 euros, 312 euros, 231 euros, 205 euros, 136 euros, 132 euros, 125 euros, 84 euros, 79 euros y 58 euros, respectivamente.

Sin embargo, España se sitúa como el cuarto país con mayor volumen de exportación de productos ecológicos a nivel mundial, siendo superado únicamente por Estados Unidos, Italia y Países Bajos. Las exportaciones españolas representaron aproximadamente el 7,63% del total de intercambios internacionales de productos ecológicos en 2019, los cuales alcanzaron un valor superior a los 15.260 millones de euros en dicho año (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021).

<sup>11</sup> Nota. El gráfico representa la evolución de la superficie ecológica en la Unión Europea en millones de hectáreas desde 2010 hasta 2020. (\*) Los datos de 2020 corresponden a estimaciones provisionales. Tomado de "Análisis de la caracterización y proyección de la producción ecológica en España en 2020", por Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021, [https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef\\_tcm30-583131.PDF](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef_tcm30-583131.PDF)

En resumen, la superficie ecológica ha experimentado un gran crecimiento a nivel mundial. Este incremento se ha podido observar en comparación con el año 2000, donde se ve reflejado el aumento en la conciencia sobre la importancia de prácticas agrícolas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. En cuanto a la Unión Europea, también se ha visto un crecimiento significativo en cuanto a la superficie destinada a la producción ecológica. Además de un aumento en el número de productos agrarios ecológicos, por lo que se puede destacar que la Unión Europea se encuentra comprometida con la agricultura orgánica.

Por otro lado, respecto al gasto en productos ecológicos, España todavía se encuentra por detrás de otros países que destinan una mayor proporción de su presupuesto a este tipo de alimentos. Sin embargo, entra dentro de los cinco primeros países con mayor volumen de exportación de productos ecológicos en el mundo, situándose en cuarta posición.

### **3.6. El impacto de la pandemia en la demanda y producción de alimentos ecológicos**

Es importante considerar cómo la pandemia ha cuestionado los patrones de alimentación de los consumidores. Según la Academia Española de Nutrición y Dietética, es importante tener en cuenta que la alimentación por sí sola no previene ni reduce el riesgo de contagio o cura la infección por coronavirus o cualquier otro virus. Actualmente, no existe un tratamiento nutricional específico para combatir el COVID-19 (Ramos-Padilla, 2021).

Se han realizado varios estudios que reconocen el impacto del confinamiento obligatorio implementado en diferentes países del mundo para prevenir la propagación del virus. Estos estudios señalan que dicho confinamiento ha influido en los comportamientos alimentarios y, en general, en el estilo de vida de las personas (Moncada Miranda et al., 2020). En el sector de la alimentación, los consumidores reaccionaron almacenando alimentos de larga duración, incrementando la preparación y consumo de comidas caseras, reduciendo el gasto en productos alimenticios especializados, experimentando momentos de pánico y consumo excesivo de alimentos, mostrando interés en la seguridad y calidad de los alimentos, y manifestando trastornos alimentarios (Inanç-Güney & Sangün, 2021).

Un estudio realizado en España sobre los patrones alimentarios durante la pandemia (Pérez-Rodrigo et al., 2020) reveló que se observó una reducción en el consumo de aperitivos y bebidas alcohólicas, mientras que hubo un aumento en el consumo de verduras, frutas y pescado en la muestra analizada (Álvarez-Bermúdez & Meza-Peña, 2022).

Según Inanç-Güney & Sangün (2021), la pandemia de COVID-19 no se limita únicamente a una crisis de salud, sino que es un desastre que impacta sobre las estructuras

socioeconómicas y los comportamientos sociales a nivel mundial, tanto a nivel individual como a gran escala.

Las políticas vigentes en Europa tienen como objetivo establecer un sistema alimentario sostenible, siendo uno de los principales objetivos el pacto verde europeo y su estrategia de la granja a la mesa. En ese sentido, se promueve de manera destacada la agricultura ecológica como el método para producir alimentos de calidad con un impacto ambiental reducido. Por ello, la Comisión Europea ha fijado la meta de destinar al menos el 25% de todas las tierras agrícolas de la Unión Europea a la agricultura ecológica (Sábada-Díaz de Rada, 2022).

Según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2021), como resultado de los efectos extraordinariamente negativos de la pandemia de COVID-19 en el ámbito de la salud, la economía y lo social de una parte importante de las naciones del mundo, es probable que el año 2020 sea recordado como el más complejo y desfavorable que una buena parte de la humanidad ha experimentado en lo que va de siglo y en la segunda mitad del siglo anterior. Esto ha provocado graves retrocesos en muchas economías del mundo, incluida España.

Es cierto que una parte importante de los Sistemas Agroalimentarios han demostrado su alto potencial de resiliencia en un marco socioeconómico y sanitario general tan grave y perjudicial; en particular el sistema agroalimentario español, que, a pesar de una coyuntura global tan compleja, ha sido capaz de mantener una alta capacidad productiva y de comercialización, en general, contribuyendo también de forma significativa a la reducción de los efectos de la pandemia.

Esta capacidad de resiliencia ha sido de gran importancia en la producción ecológica española, ya que, en el año 2020, a pesar de un contexto socioeconómico generalmente negativo, la producción, consumo y comercio exterior de productos ecológicos españoles mantuvieron su tendencia de crecimiento y se consolidaron como una opción alimenticia significativa para muchos consumidores en España.

Cada vez es más evidente la importancia de fortalecer la seguridad de los sistemas de abastecimiento alimentario para la población, como se ha puesto de manifiesto durante la pandemia de COVID-19. Promover y respaldar la producción de alimentos locales y el comercio cercano no solo es una opción más sostenible desde el punto de vista ambiental, sino que se ha demostrado como algo fundamental en tiempos de crisis. Por ello, es crucial lograr que todo el sector, desde los productores hasta la cadena de distribución, sea más sólido y garantice un suministro estable de alimentos de calidad en todo momento (Sábada-Díaz de Rada, 2022).

## **4. Metodología empleada**

### **4.1. Diseño de la investigación**

La investigación objeto de estudio se trata de una investigación descriptiva a través de una encuesta *online* para recopilar los datos necesarios para su análisis.

El cuestionario fue diseñado para analizar los cambios en los hábitos alimenticios generados por el COVID-19 en la población, transcurridos ya tres años desde el inicio de la pandemia. Este estaba formado por 22 preguntas divididas en 3 partes. La primera parte, conformada por 6 preguntas relacionadas con las características sociodemográficas de la muestra. La segunda parte contenía 6 preguntas acerca del nivel de preocupaciones en cuanto a factores que afectan al comportamiento de compra y consumo de alimentos. Y, por último, la tercera parte, estaba compuesta por 10 preguntas relacionadas con los factores que afectan al consumo de alimentos ecológicos en condiciones de pandemia.

En cuanto a las preguntas relacionadas con los factores que afectan al comportamiento y consumo de alimentos tanto convencionales como ecológicos, los participantes respondieron conforme a una escala de Likert de 5 puntos.

### **4.2. Población y muestra**

La población corresponde a personas mayores de 18 años que han vivido la experiencia de la pandemia de COVID-19 en España y consumen o no productos alimenticios ecológicos.

La muestra fue de 73 participantes, quienes asintieron a realizar el cuestionario de manera *online*.

### **4.3. Técnicas y herramientas de recolección de datos**

#### **4.3.1. Técnica de recolección de datos**

La técnica utilizada para el estudio es una encuesta, la cual se considera la más adecuada debido a la naturaleza del estudio. El sistema seguido para hacer llegar la encuesta a las personas encuestadas ha sido mediante la difusión de este en redes sociales.

#### **4.3.2. Herramienta de recolección de datos**

La herramienta para la recolección de los datos es un cuestionario (Ver anexo).

#### 4.4. Análisis de datos

Se elaboró un cuestionario, el cual fue enviado a través de redes sociales como *WhatsApp* e *Instagram* a la muestra seleccionada. Por último, se realizaron tablas de estadísticas descriptivas en el software *SPSS Statistics* para analizar la información obtenida.

### 5. Resultados y análisis

#### 5.1. Características sociodemográficas de los consumidores de productos ecológicos

En la Tabla 1 aparecen las características sociodemográficas de la muestra estudiada, donde el 65,8% de participantes fue de género femenino y el 34,2% de género masculino. En cuanto a la edad, el 46,6% tenía entre 18 y 24 años, y el 53,5% tenía más de 25 años. Con relación al tamaño de la familia de los participantes, un 65,8% conviven con entre 3 y 4 personas, mientras que en menor medida se encuentran las familias de entre 1 y 2 personas (15,1%) y las de más de 4 personas (19,2%). Por otro lado, en cuanto a los ingresos mensuales, el 38,9% contaba con ingresos menores a 1500 euros, mientras que un 37,5% contaba con ingresos de entre 1500 y 3000 euros, siendo con los que mayores ingresos contaban un 23,6% de los participantes, con unos ingresos mayores a 3000 euros. Con relación a la actividad que ocupaban los participantes, en su mayoría se encuentran los que trabajan actualmente (50%) y los que se encuentran estudiando (41,7%); y, en menor medida, los desempleados, retirados, pensionistas e incapacitados (8,4%). Por último, en cuanto al estado civil, un 55,6% se encuentra soltero; un 37,5% casado; y divorciado, separado o viudo un 7%.

**Tabla 1.** Características sociodemográficas de la muestra

	N	%		N	%
<b>Género</b>			<b>Actividad</b>		
<b>Femenino</b>	48	65.8%	Desempleado	2	2.7%
<b>Masculino</b>	25	34.2%	Estudiante	30	41.1%
<b>Edad</b>			Retirado/Pensionista/Incapacitado	4	5.5%
<b>&gt;54</b>	14	19.2%	Trabajo actualmente	37	50.7%
<b>18-24</b>	34	46.6%	<b>Estado civil</b>		
<b>25-34</b>	4	5.5%	Casado	28	38.4%
<b>35-44</b>	3	4.1%	Divorciado	3	4.1%
<b>45-54</b>	18	24.7%	Separado	1	1.4%

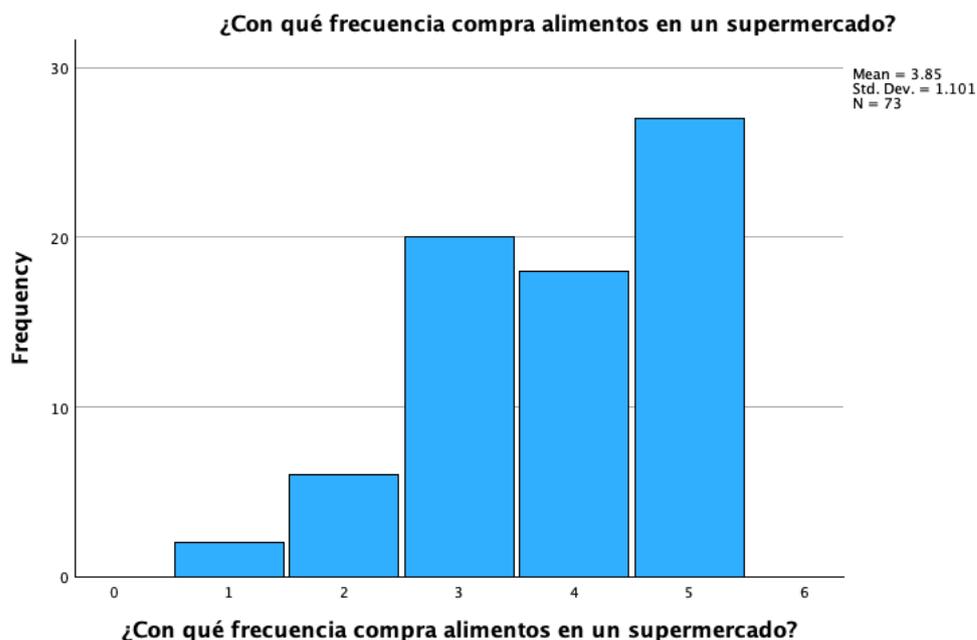
<b>Tamaño de la familia</b>				Soltero	40	54.8%
>4	14	19.2%		Viudo	1	1.4%
1-2	11	15.1%				
3-4	48	65.8%				
<b>Ingresos mensuales</b>						
>4500	6	8.2%				
0-1500	28	38.4%				
1501-3000	28	38.4%				
3001-4500	11	15.1%				

## 5.2. Hábitos de consumo y compra de productos alimenticios

Para conocer más acerca de la muestra estudiada, se realizaron varias preguntas en cuanto a sus hábitos de consumo y compra de productos alimenticios actualmente y durante la pandemia.

En cuanto a la pregunta: “¿Con qué frecuencia compra alimentos en un supermercado?”, en la Figura 11 se ve cómo en su mayoría los participantes eligieron la opción 5, la cual era “Siempre”, es decir, iban todos los días a comprar al supermercado; siendo la opción menos elegida la 1, “Nunca”.

**Figura 11.**



Por otro lado, en la Tabla 2 se puede comprobar que, en su mayoría, las personas con unos ingresos mensuales más altos de 1500 euros elegían la opción 5, mientras que las personas con ingresos mensuales menores a 1500 euros elegían la opción 3, "A veces".

**Tabla 2.**

**Ingresos mensuales \* ¿Con qué frecuencia compra alimentos en un supermercado?**  
**Crosstabulation**

Count

		¿Con qué frecuencia compra alimentos en un supermercado?					Total
		1	2	3	4	5	
Ingresos mensuales	>4500	0	0	1	3	2	6
	0-1500	1	1	12	5	9	28
	1501-3000	0	5	6	6	11	28
	3001-4500	1	0	1	4	5	11
Total		2	6	20	18	27	73

Mientras que en la Tabla 3, las personas que se encuentran trabajando actualmente son las que suelen ir todos los días al supermercado y, al contrario que estas, los estudiantes son los que no van tan frecuentemente.

**Tabla 3.**

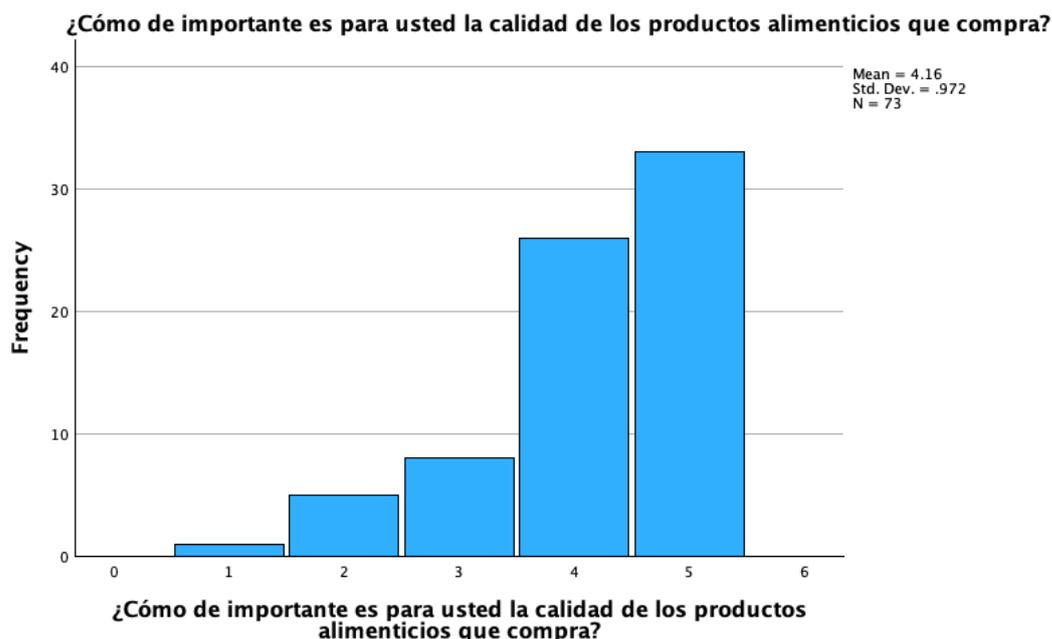
**Actividad \* ¿Con qué frecuencia compra alimentos en un supermercado?**  
**Crosstabulation**

Count

		¿Con qué frecuencia compra alimentos en un supermercado?					Total
		1	2	3	4	5	
Actividad	Desempleado	0	0	1	0	1	2
	Estudiante	0	4	11	7	8	30
	Retirado / Pensionista / Incapacitado	1	0	1	1	1	4
	Trabaja actualmente	1	2	7	10	17	37
	Total	2	6	20	18	27	73

La siguiente pregunta que se realizó fue: “¿Cómo de importante es para usted la calidad de los productos alimenticios que compra?”, donde en la Figura 12 se puede observar que la opción 5 fue la más elegida entre los participantes, por lo que se podría decir que para la muestra la calidad de los productos alimenticios que compran es extremadamente importante.

**Figura 12.**



En la Tabla 4 se puede ver cómo las personas, sin importar sus ingresos mensuales, piensan que la calidad de los productos alimenticios que compran es muy importante o extremadamente importante.

**Tabla 4.**

**Ingresos mensuales \* ¿Cómo de importante es para usted la calidad de los productos alimenticios que compra? Crosstabulation**

Count

		¿Cómo de importante es para usted la calidad de los productos alimenticios que compra?					Total
		1	2	3	4	5	
Ingresos mensuales	>4500	0	0	0	3	3	6
	0-1500	1	2	4	8	13	28
	1501-3000	0	3	4	11	10	28

	3001-4500	0	0	0	4	7	11
Total		1	5	8	26	33	73

Al igual que en la Tabla 4, en la Tabla 5 también se comprueba que la actividad que ocupan no influye en la importancia en cuanto a la calidad de los alimentos.

**Tabla 5.**

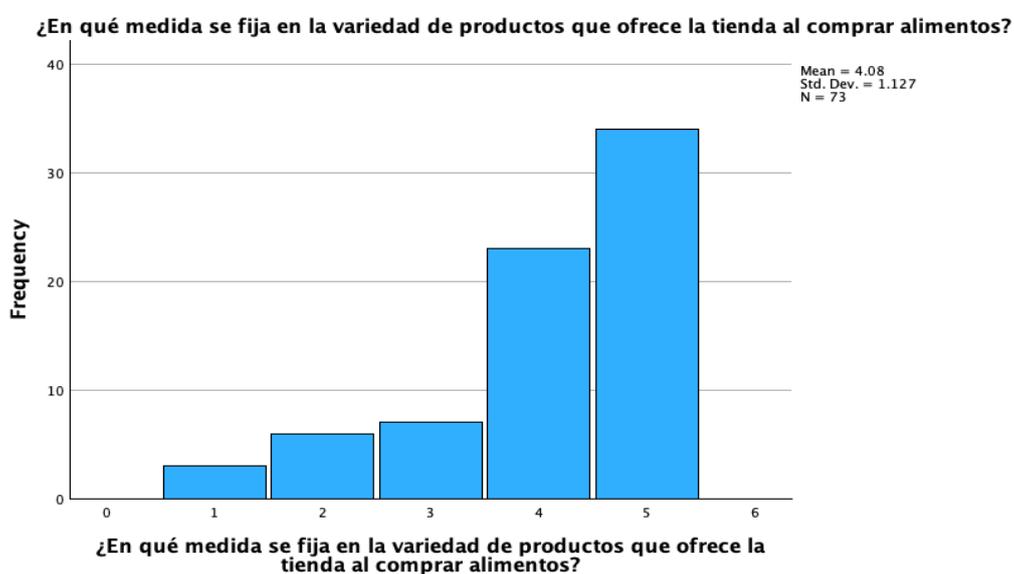
**Actividad \* ¿Cómo de importante es para usted la calidad de los productos alimenticios que compra? Crosstabulation**

Count

		¿Cómo de importante es para usted la calidad de los productos alimenticios que compra?					Total
		1	2	3	4	5	
Actividad	Desempleado	0	0	0	1	1	2
	Estudiante	0	3	7	13	7	30
	Retirado / Pensionista / Incapacitado	0	0	0	1	3	4
	Trabaja actualmente	1	2	1	11	22	37
	Total	1	5	8	26	33	73

En cuanto a la pregunta: “¿En qué medida se fija en la variedad de productos que ofrece la tienda al comprar alimentos?”, al igual que las preguntas anteriores, los participantes escogieron la opción 5, “Mucho”.

**Figura 13.**



Como se puede observar en las Tablas 6 y 7, ni los ingresos mensuales, ni la actividad que ocupan influyen en la medida en que se fijan si la tienda ofrece variedad de productos.

**Tabla 6.**

**Ingresos mensuales \* ¿En qué medida se fija en la variedad de productos que ofrece la tienda al comprar alimentos? Crosstabulation**

Count

		¿En qué medida se fija en la variedad de productos que ofrece la tienda al comprar alimentos?					Total
		1	2	3	4	5	
Ingresos mensuales	>4500	0	0	1	1	4	6
	0-1500	1	3	3	8	13	28
	1501-3000	2	2	2	13	9	28
	3001-4500	0	1	1	1	8	11
Total		3	6	7	23	34	73

**Tabla 7.**

**Actividad \* ¿En qué medida se fija en la variedad de productos que ofrece la tienda al comprar alimentos? Crosstabulation**

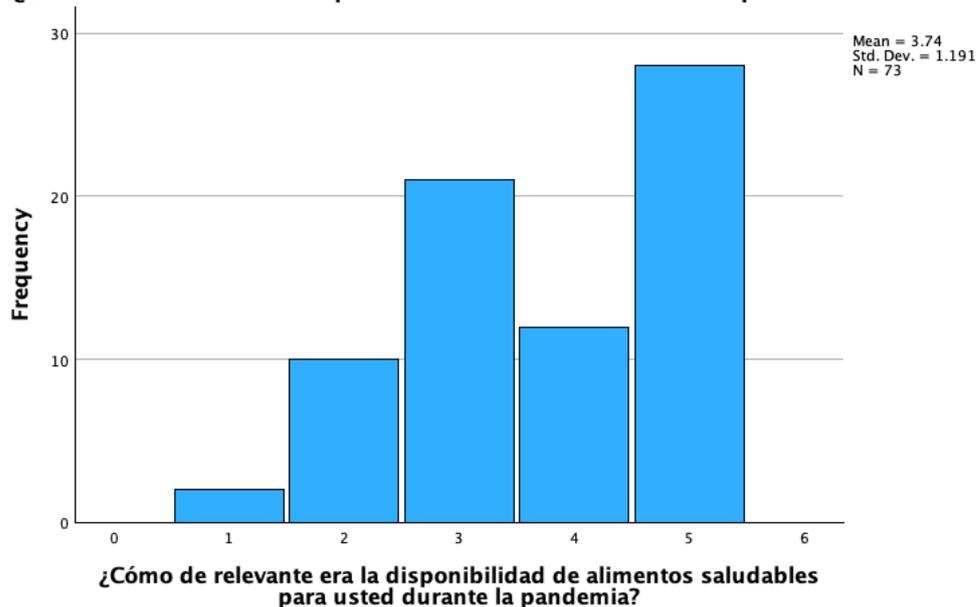
Count

		¿En qué medida se fija en la variedad de productos que ofrece la tienda al comprar alimentos?					Total
		1	2	3	4	5	
Actividad	Desempleado	0	0	1	0	1	2
	Estudiante	0	5	3	13	9	30
	Retirado / Pensionista / Incapacitado	0	1	0	1	2	4
	Trabaja actualmente	3	0	3	9	22	37
Total		3	6	7	23	34	73

En la siguiente pregunta: “¿Cómo de relevante era la disponibilidad de alimentos saludables para usted durante la pandemia?”, también se eligió en su mayoría la opción 5, considerándose “Muy relevante”.

**Figura 14.**

**¿Cómo de relevante era la disponibilidad de alimentos saludables para usted durante la pandemia?**



En la Tabla 8 se puede observar que los ingresos mensuales no influyen en cuanto a la relevancia en la disponibilidad de alimentos saludables durante la pandemia, considerándose “Muy relevante” en todos los casos.

**Tabla 8.**

**Ingresos mensuales \* ¿Cómo de relevante era la disponibilidad de alimentos saludables para usted durante la pandemia? Crosstabulation**

Count

		¿Cómo de relevante era la disponibilidad de alimentos saludables para usted durante la pandemia?					Total
		1	2	3	4	5	
Ingresos mensuales	>4500	0	0	0	0	6	6
	0-1500	1	4	7	7	9	28
	1501-3000	1	6	8	3	10	28
	3001-4500	0	0	6	2	3	11
Total		2	10	21	12	28	73

Sin embargo, en la Tabla 9 se puede apreciar cómo para las personas que se encuentran trabajando actualmente es más relevante la disponibilidad de este tipo de alimentos que para los estudiantes, quienes la mayoría lo consideran “Relevante”, pero no lo suficiente.

**Tabla 9.**

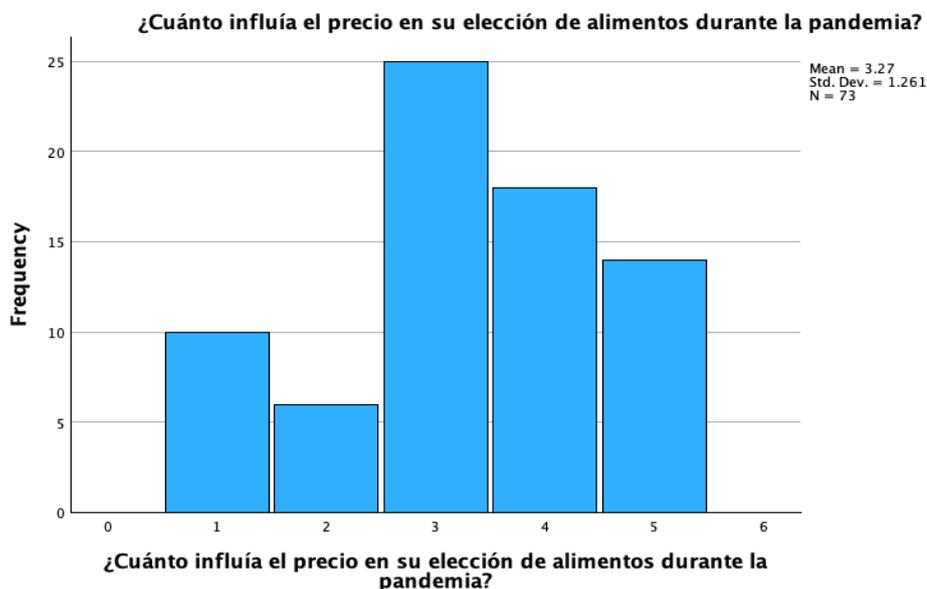
**Actividad \* ¿Cómo de relevante era la disponibilidad de alimentos saludables para usted durante la pandemia? Crosstabulation**

Count

		¿Cómo de relevante era la disponibilidad de alimentos saludables para usted durante la pandemia?					
		1	2	3	4	5	Total
Actividad	Desempleado	0	0	1	1	0	2
	Estudiante	0	7	11	5	7	30
	Retirado / Pensionista / Incapacitado	0	0	0	2	2	4
	Trabaja actualmente	2	3	9	4	19	37
	Total	2	10	21	12	28	73

El precio es un factor que suele influir bastante en cuanto a la elección de alimentos. Sin embargo, cuando se preguntó en el cuestionario: “¿Cuánto influía el precio en su elección de alimentos durante la pandemia?”, este resultó ser que no influía lo suficiente, siendo la opción con mayor puntuación la 3, “Tenía cierta influencia”.

**Figura 15.**



En cuanto a los ingresos mensuales, se puede ver en la Tabla 10 que las personas con ingresos menores a 1500 euros sí consideraban que el precio tenía bastante influencia a la hora de escoger alimentos durante la pandemia. Sin embargo, para las personas con mayores ingresos este factor no tenía una gran influencia.

**Tabla 10.**

**Ingresos mensuales \* ¿Cuánto influía el precio en su elección de alimentos durante la pandemia? Crosstabulation**

Count

		¿Cuánto influía el precio en su elección de alimentos durante la pandemia?					Total
		1	2	3	4	5	
Ingresos mensuales	>4500	1	1	3	0	1	6
	0-1500	2	2	7	9	8	28
	1501-3000	5	2	11	7	3	28
	3001-4500	2	1	4	2	2	11
Total		10	6	25	18	14	73

Por otro lado, el precio no influía en la ocupación de los participantes a la hora de elegir los alimentos durante la pandemia, como se puede observar en la Tabla 11.

**Tabla 11.**

**Actividad \* ¿Cuánto influía el precio en su elección de alimentos durante la pandemia? Crosstabulation**

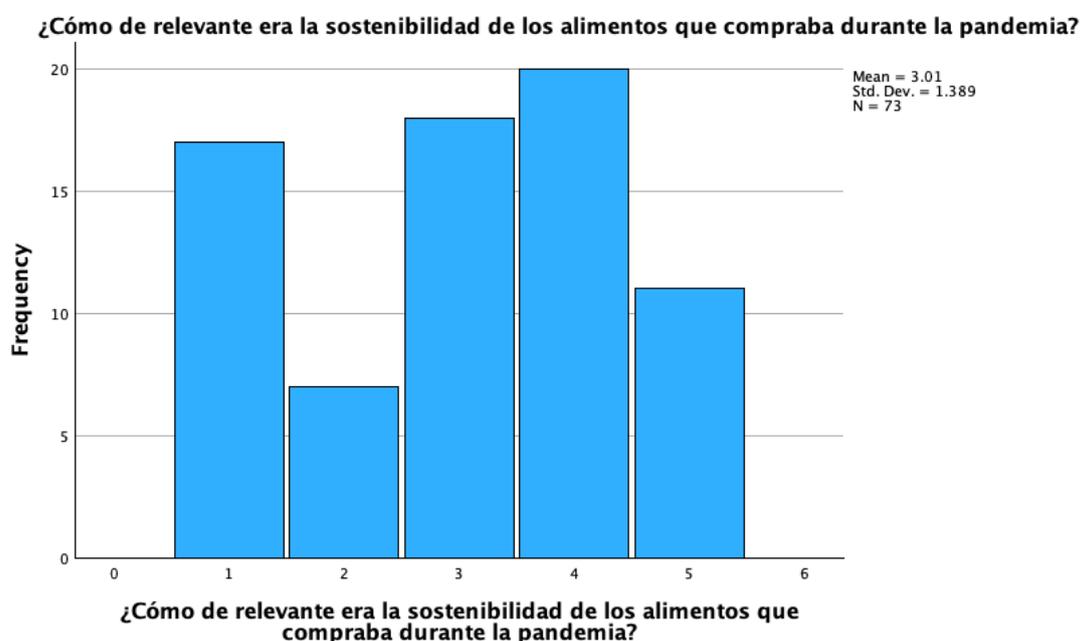
Count

		¿Cuánto influía el precio en su elección de alimentos durante la pandemia?					Total
		1	2	3	4	5	
Actividad	Desempleado	0	0	1	0	1	2
	Estudiante	1	2	13	9	5	30
	Retirado	0	0	2	1	1	4
	Pensionista	0	0	0	0	0	0
	Incapacitado	0	0	0	0	0	0

Trabaja actualmente	9	4	9	8	7	37
Total	10	6	25	18	14	73

Por último, en este apartado se realizó la siguiente pregunta: “¿Cómo de relevante era la sostenibilidad de los alimentos que compraba durante la pandemia?”. Las respuestas a esta pregunta resultaron ser bastante dispersas, ya que en su mayoría salió la opción 4, pero fue seguida de la opción 3 y 1, siendo la opción 1 “No era relevante”. Esto se puede ver en la Figura 16.

**Figura 16.**



En la Tabla 12 se puede observar que los ingresos mensuales tienen una gran influencia en cuanto a la relevancia en la sostenibilidad de los alimentos durante la pandemia, ya que para las personas con ingresos menores a 1500 euros esto no era relevante. Mientras que las personas con ingresos mayores a 1500 euros lo consideraban bastante relevante.

**Tabla 12.**

**Ingresos mensuales \* ¿Cómo de relevante era la sostenibilidad de los alimentos que compraba durante la pandemia? Crosstabulation**

Count

		¿Cómo de relevante era la sostenibilidad de los alimentos que compraba durante la pandemia?					Total
		1	2	3	4	5	
Ingresos mensuales	>4500	1	0	2	2	1	6
	0-1500	10	4	3	6	5	28
	1501-3000	6	3	7	9	3	28
	3001-4500	0	0	6	3	2	11
Total		17	7	18	20	11	73

En relación con la actividad que ocupan, también se observa en la Tabla 13 una gran desigualdad de opiniones en cuanto a los estudiantes y a las personas que trabajan actualmente. Siendo para los estudiantes nada relevante y para los trabajadores bastante relevante la sostenibilidad de los alimentos durante la pandemia.

**Tabla 13.**

**Actividad \* ¿Cómo de relevante era la sostenibilidad de los alimentos que compraba durante la pandemia? Crosstabulation**

Count

		¿Cómo de relevante era la sostenibilidad de los alimentos que compraba durante la pandemia?					Total
		1	2	3	4	5	
Actividad	Desempleado	0	0	0	1	1	2
	Estudiante	10	5	6	6	3	30
	Retirado / Pensionista / Incapacitado	0	0	1	2	1	4
	Trabaja actualmente	7	2	11	11	6	37
	Total		17	7	18	20	11

En resumen, en cuanto a la calidad de los alimentos y la variedad de productos que ofrecen las tiendas, los ingresos mensuales y la actividad que ocupan los participantes del

cuestionario no influían en la importancia de estos factores, considerándose muy importantes. Por otro lado, los estudiantes y personas con ingresos menores a 1500 euros no le daban tanta importancia a la disponibilidad de alimentos saludables durante la pandemia ni a la sostenibilidad de alimentos que compraban durante esa etapa, mientras que las personas con ingresos más altos y que se encuentran trabajando actualmente sí consideraban que era muy relevante este tipo de alimentos, es decir, alimentos saludables y sostenibles durante la pandemia.

Por último, el precio, el cual es un factor que tiene una gran relevancia en cuanto a la elección de alimentos en un supermercado. Para las personas con mayores ingresos este factor no influía en gran medida, sin embargo, para las personas con ingresos más bajos a 1500 euros sí tenía bastante influencia a la hora de elegir productos alimenticios en un supermercado.

Con estos resultados, se puede observar cómo en cuanto a los alimentos saludables y sostenibles influye en cierta medida el precio, ya que suelen ser más caros que los convencionales y, por ello, las personas con recursos más bajos no les dieron tanta importancia a estos alimentos durante la pandemia.

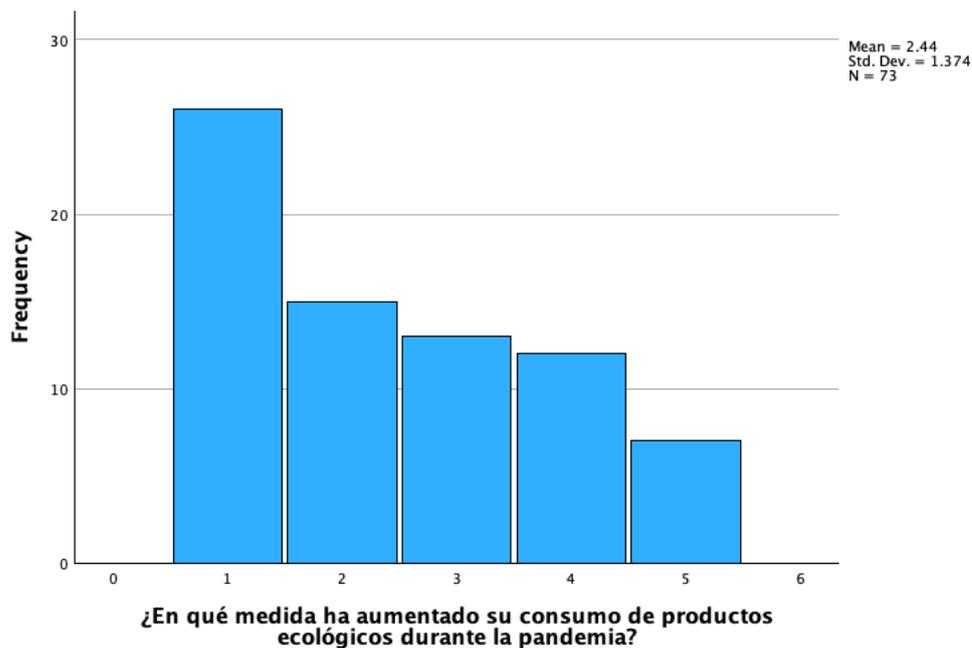
### **5.3. Percepción de los consumidores sobre los productos ecológicos**

Según Yangui et. al (2019), la transición hacia un comportamiento ecológico ocurre progresivamente, y su velocidad está determinada por una combinación de factores internos, como el perfil sociodemográfico y psicológico del consumidor, y factores externos, como las influencias sociales y políticas, económicas y legales del entorno, los estímulos de marketing y los factores situacionales.

En cuanto a la muestra, se realizaron 11 preguntas en relación a la percepción de los consumidores sobre los productos ecológicos para determinar si este tipo de alimento resultaba relevante en condiciones de pandemia, debido al aumento en la preocupación por la salud de la población ocasionado por el COVID-19.

En primer lugar, se realizó la pregunta: “¿En qué medida ha aumentado su consumo de productos ecológicos durante la pandemia?”. Los participantes respondieron en su mayoría la opción 1, “No ha aumentado”.

#### **Figura 17.**



Como se puede observar en la Tabla 14, en cuanto a los ingresos mensuales, para las personas con ingresos menores a 3000 euros su consumo de productos ecológicos durante la pandemia no había aumentado, sin embargo, para las personas con ingresos mayores a 3000 euros, este consumo habría aumentado en cierta medida.

**Tabla 14.**

**Ingresos mensuales \* ¿En qué medida ha aumentado su consumo de productos ecológicos durante la pandemia? Crosstabulation**

Count

		¿En qué medida ha aumentado su consumo de productos ecológicos durante la pandemia?					Total
		1	2	3	4	5	
Ingresos mensuales	>4500	0	2	2	0	2	6
	0-1500	14	4	5	4	1	28
	1501-3000	10	6	5	4	3	28
	3001-4500	2	3	1	4	1	11
Total		26	15	13	12	7	73

Por otro lado, en cuanto a la actividad que ocupan los participantes, en la Tabla 15 se puede ver cómo tanto estudiantes como trabajadores, en su mayoría, no aumentaron el consumo de productos ecológicos durante la pandemia.

**Tabla 15.**

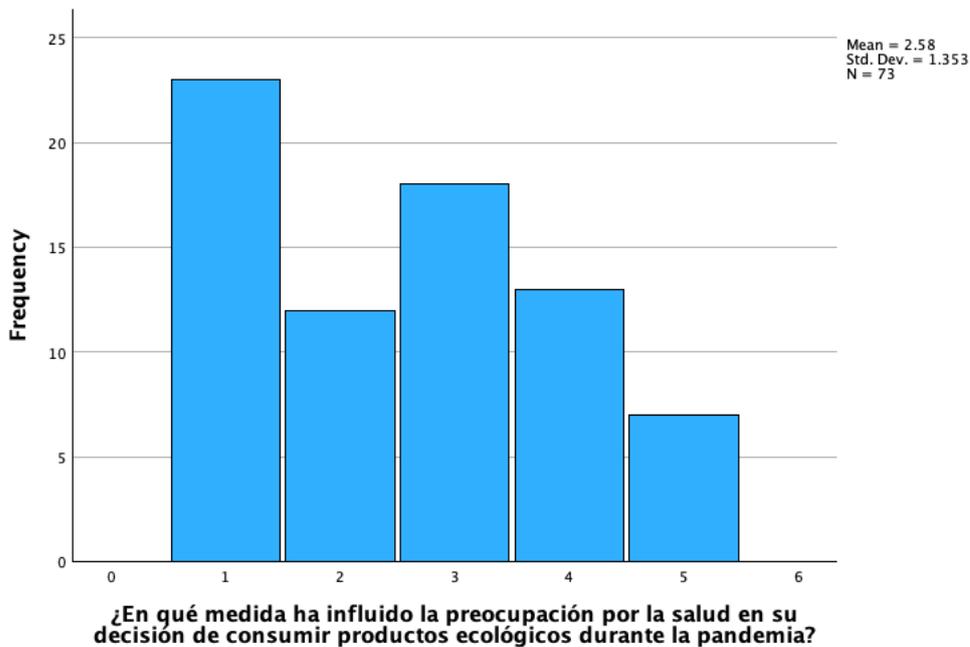
**Actividad \* ¿En qué medida ha aumentado su consumo de productos ecológicos durante la pandemia? Crosstabulation**

Count

		¿En qué medida ha aumentado su consumo de productos ecológicos durante la pandemia?					Total
		1	2	3	4	5	
Actividad	Desempleado	0	2	0	0	0	2
	Estudiante	12	6	4	7	1	30
	Retirado / Pensionista / Incapacitado	2	0	0	1	1	4
	Trabaja actualmente	12	7	9	4	5	37
Total	26	15	13	12	7	73	

La siguiente pregunta: “¿En qué medida ha influido la preocupación por la salud en su decisión de consumir productos ecológicos durante la pandemia?”, se muestra en la Figura 18. En esta se observa que, al igual que la anterior pregunta, los participantes piensan que esto no ha influido a la hora de consumir productos ecológicos durante la pandemia o ha influido en cierta medida.

**Figura 18.**



En la Tabla 16 y 17 se puede observar cómo no existía una gran preocupación por la salud a la hora de consumir productos ecológicos durante la pandemia, ni por parte de las

personas con mayor poder adquisitivo ni, al contrario, personas con menor poder adquisitivo. Al igual que la ocupación de los participantes tampoco influye en sus decisiones de consumir este tipo de producto.

**Tabla 16.**

**Ingresos mensuales \* ¿En qué medida ha influido la preocupación por la salud en su decisión de consumir productos ecológicos durante la pandemia? Crosstabulation**

Count

		¿En qué medida ha influido la preocupación por la salud en su decisión de consumir productos ecológicos durante la pandemia?					Total
		1	2	3	4	5	
Ingresos mensuales	>4500	1	1	3	0	1	6
	0-1500	11	3	8	4	2	28
	1501-3000	9	5	6	6	2	28
	3001-4500	2	3	1	3	2	11
<b>Total</b>		<b>23</b>	<b>12</b>	<b>18</b>	<b>13</b>	<b>7</b>	<b>73</b>

**Tabla 17.**

**Actividad \* ¿En qué medida ha influido la preocupación por la salud en su decisión de consumir productos ecológicos durante la pandemia? Crosstabulation**

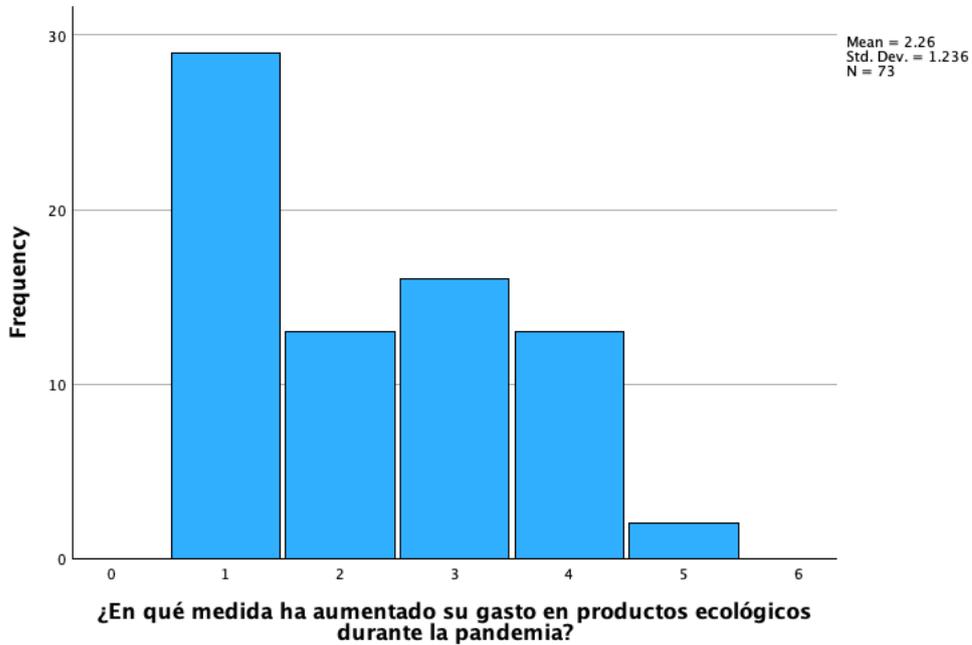
Count

		¿En qué medida ha influido la preocupación por la salud en su decisión de consumir productos ecológicos durante la pandemia?					Total
		1	2	3	4	5	
Actividad	Desempleado	1	1	0	0	0	2
	Estudiante	9	4	10	5	2	30
	Retirado / Pensionista / Incapacitado	2	0	0	1	1	4
	Trabaja actualmente	11	7	8	7	4	37
	<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>12</b>	<b>18</b>	<b>13</b>	<b>7</b>	<b>73</b>

Tras la pregunta anterior se continuó con: “¿En qué medida ha aumentado su gasto en productos ecológicos durante la pandemia?”. En esta los participantes también escogieron

la opción 1, “No ha aumentado”, del mismo modo que en las preguntas anteriores. Esto se observa en la Figura 19.

**Figura 19.**



Igualmente, en la Tabla 18 y 19, ni los ingresos mensuales ni la actividad que ocupan los participantes influyó en el gasto en productos ecológicos durante la pandemia, el cual no aumentó.

**Tabla 18.**

**Ingresos mensuales \* ¿En qué medida ha aumentado su gasto en productos ecológicos durante la pandemia? Crosstabulation**

Count

		¿En qué medida ha aumentado su gasto en productos ecológicos durante la pandemia?					Total
		1	2	3	4	5	
Ingresos mensuales	>4500	4	1	1	0	0	6
	0-1500	12	4	7	4	1	28
	1501-3000	11	5	7	5	0	28

3001-4500	2	3	1	4	1	11
Total	29	13	16	13	2	73

**Tabla 19.**

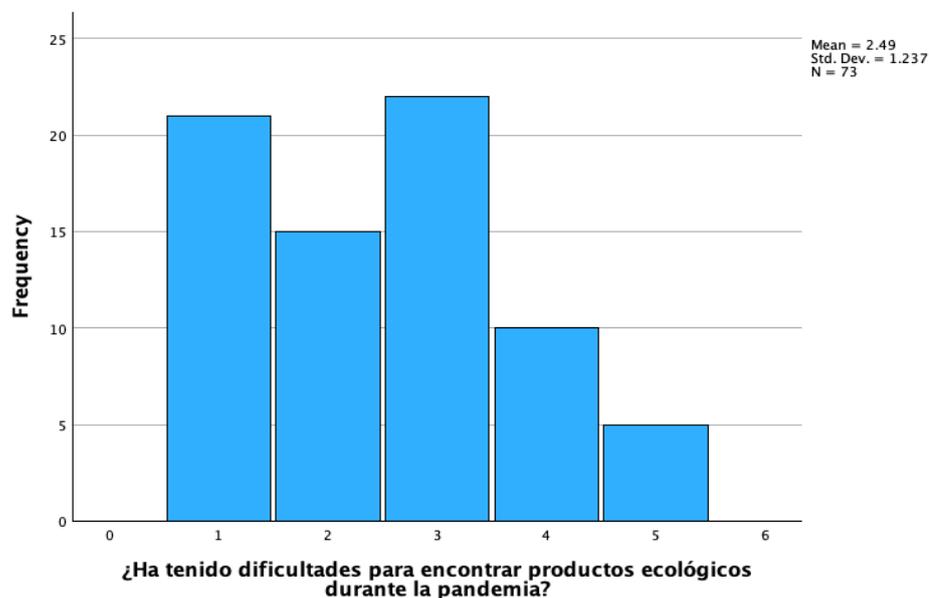
**Actividad \* ¿En qué medida ha aumentado su gasto en productos ecológicos durante la pandemia? Crosstabulation**

Count

		¿En qué medida ha aumentado su gasto en productos ecológicos durante la pandemia?					Total
		1	2	3	4	5	
Actividad	Desempleado	1	0	0	1	0	2
	Estudiante	12	6	7	4	1	30
	Retirado / Pensionista / Incapacitado	2	0	1	1	0	4
	Trabaja actualmente	14	7	8	7	1	37
Total	29	13	16	13	2	73	

Luego, en la pregunta acerca de si han tenido dificultades para encontrar productos ecológicos durante la pandemia, se observa en la Figura 20 que escogieron mayoritariamente las opciones 3, "Algunas dificultades", y 1, "Ninguna dificultad".

**Figura 20.**



En la Tabla 20 y 21, al igual que en la pregunta anterior, ni los ingresos mensuales ni la actividad que ocupan los participantes influye en si tuvieron alguna dificultad para encontrar productos ecológicos durante la pandemia.

**Tabla 20.**

**Ingresos mensuales \* ¿Ha tenido dificultades para encontrar productos ecológicos durante la pandemia? Crosstabulation**

Count

		¿Ha tenido dificultades para encontrar productos ecológicos durante la pandemia?					Total
		1	2	3	4	5	
Ingresos mensuales	>4500	3	2	0	1	0	6
	0-1500	7	4	11	3	3	28
	1501-3000	8	5	10	3	2	28
	3001-4500	3	4	1	3	0	11
<b>Total</b>		<b>21</b>	<b>15</b>	<b>22</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>73</b>

**Tabla 21.**

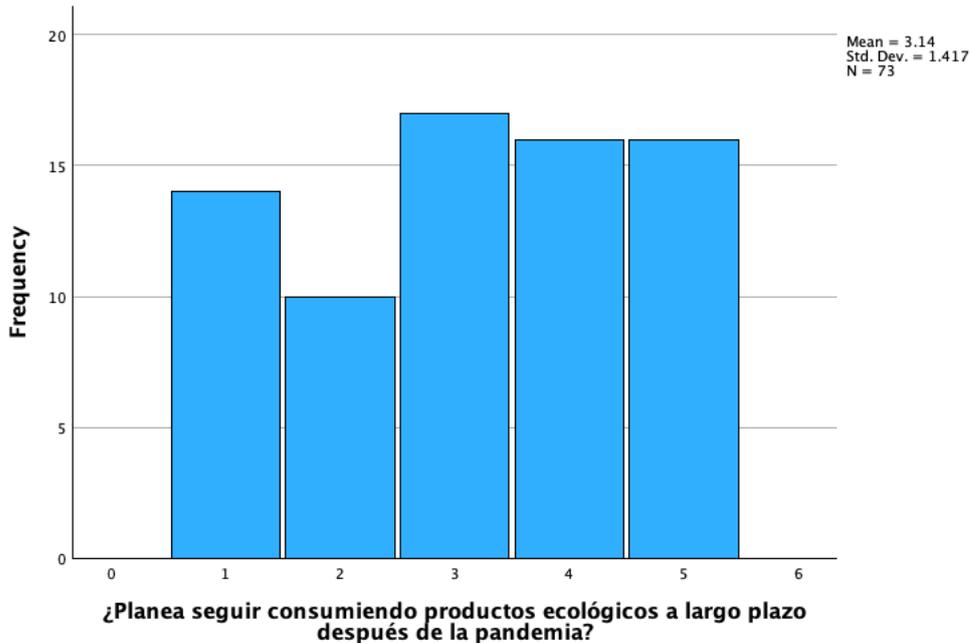
**Actividad \* ¿Ha tenido dificultades para encontrar productos ecológicos durante la pandemia? Crosstabulation**

Count

		¿Ha tenido dificultades para encontrar productos ecológicos durante la pandemia?					Total
		1	2	3	4	5	
Actividad	Desempleado	1	0	1	0	0	2
	Estudiante	5	9	9	4	3	30
	Retirado / Pensionista / Incapacitado	3	0	1	0	0	4
	Trabaja actualmente	12	6	11	6	2	37
<b>Total</b>		<b>21</b>	<b>15</b>	<b>22</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>73</b>

Por otro lado, se les preguntó si planeaban seguir consumiendo productos ecológicos a largo plazo después de la pandemia. Esta pregunta obtuvo respuestas variadas, aunque, en general, como se puede ver en la Figura 21, se podría decir que consumirán en una medida moderada.

**Figura 21.**



En cuanto a los ingresos mensuales, como se observa en la Tabla 22, las personas con unos ingresos mayores a 1500 euros sí planean seguir consumiendo productos ecológicos a largo plazo, mientras que las personas con ingresos menores a 1500 euros no consumirán o consumirán en una medida moderada.

**Tabla 22.**

**Ingresos mensuales \* ¿Planea seguir consumiendo productos ecológicos a largo plazo después de la pandemia? Crosstabulation**

Count

		¿Planea seguir consumiendo productos ecológicos a largo plazo después de la pandemia?					Total
		1	2	3	4	5	
Ingresos mensuales	>4500	0	1	1	0	4	6
	0-1500	8	3	8	5	4	28
	1501-3000	5	5	7	8	3	28

3001-4500	1	1	1	3	5	11
Total	14	10	17	16	16	73

En la Tabla 23 se observa que los resultados, tanto de los estudiantes como de las personas que se encuentran trabajando actualmente, son más dispersos, por lo que se no puede obtener una conclusión clara.

**Tabla 23.**

**Actividad \* ¿Planea seguir consumiendo productos ecológicos a largo plazo después de la pandemia? Crosstabulation**

Count

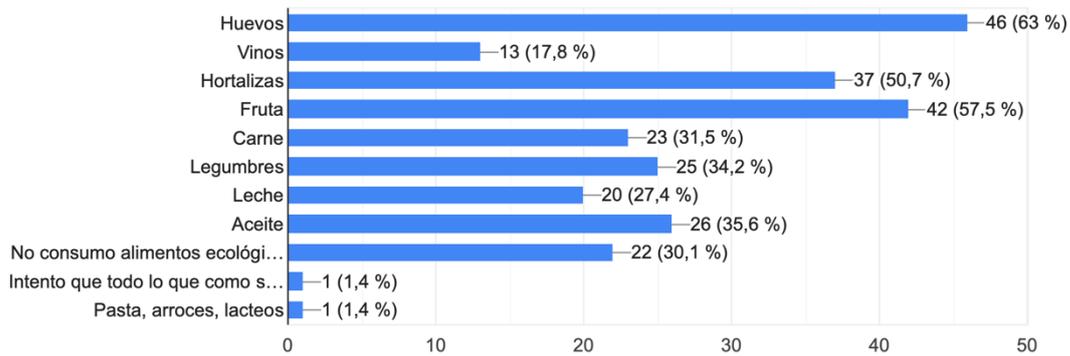
		¿Planea seguir consumiendo productos ecológicos a largo plazo después de la pandemia?					Total
		1	2	3	4	5	
Actividad	Desempleado	0	1	1	0	0	2
	Estudiante	7	6	3	7	7	30
	Retirado / Pensionista / Incapacitado	1	0	1	2	0	4
	Trabaja actualmente	6	3	12	7	9	37
	Total	14	10	17	16	16	73

Además, se plantearon distintos tipos de alimentos ecológicos los cuales los participantes debían escoger en función de si los consumían en pandemia y los continuaban consumiendo a día de hoy. Los resultados se pueden observar en la Figura 22 donde, mayormente, se consumen huevos, frutas y hortalizas ecológicas. Sin embargo, un 30,1% de los que participaron en el cuestionario no consumen alimentos ecológicos.

**Figura 22.**

Indique los alimentos ecológicos que consumía en pandemia y continúa consumiendo hoy en día.

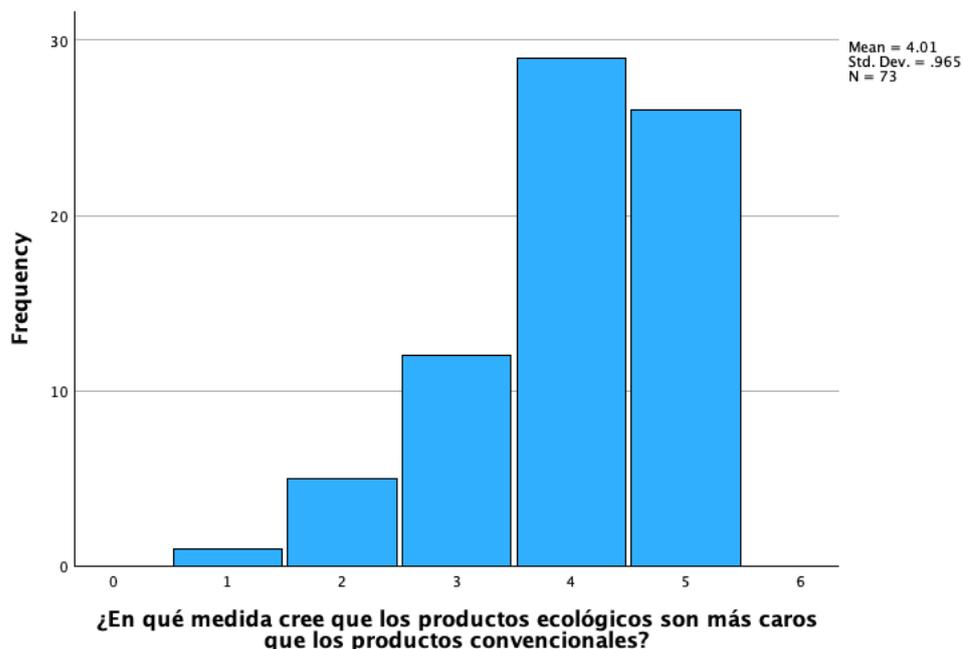
73 respuestas



A continuación, se analizarán las percepciones de los productos ecológicos de los participantes de una manera general, sin tener en cuenta los ingresos mensuales ni la actividad, ya que estos resultados no se consideran relevantes.

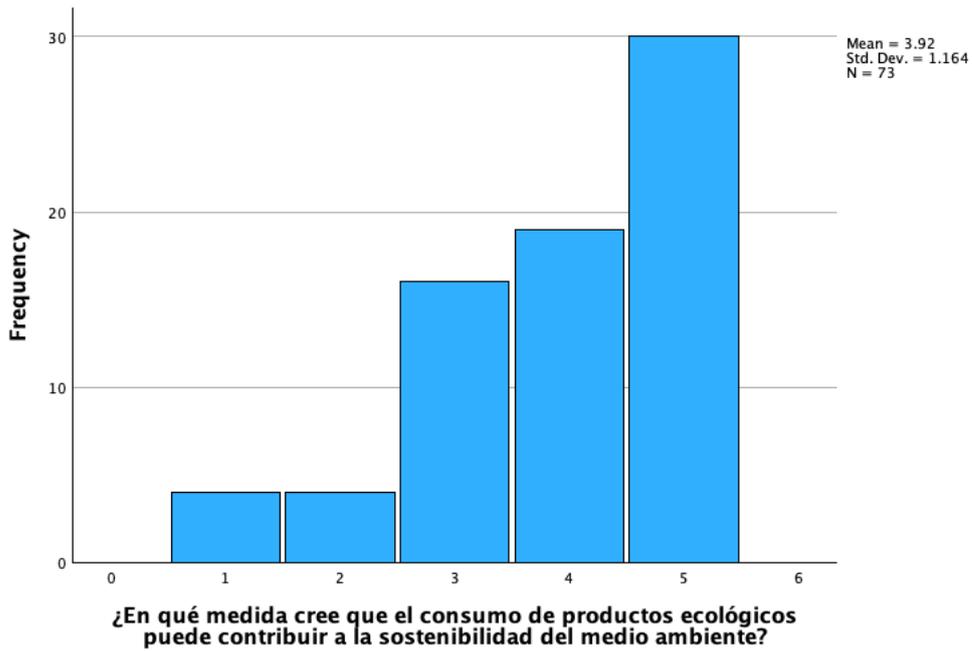
En la Figura 23, se puede ver cómo los participantes consideran, en gran medida, que los productos ecológicos son más caros que los productos convencionales.

**Figura 23.**



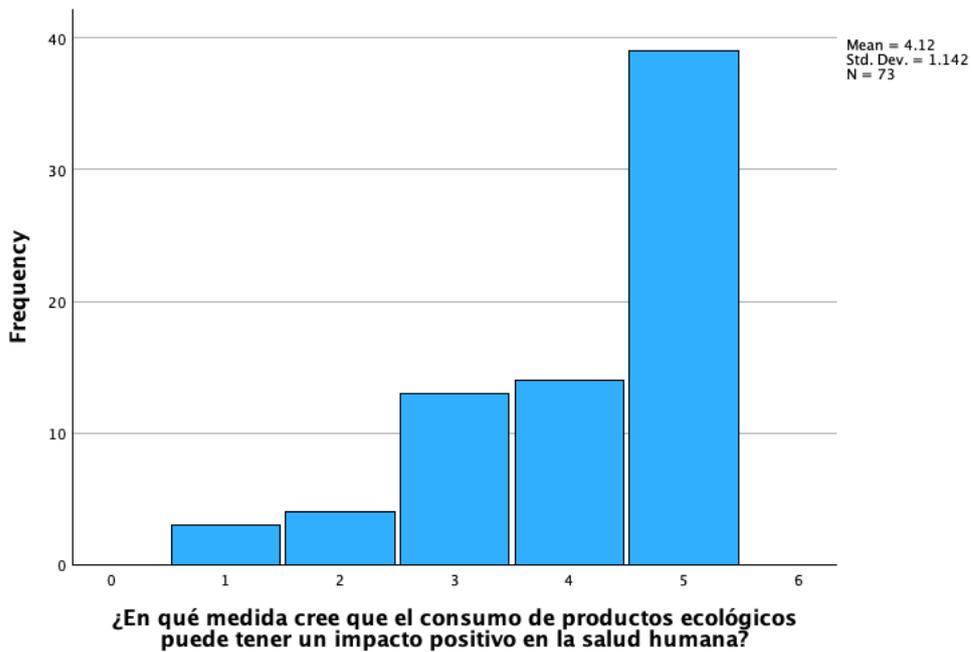
Por otro lado, se puede contemplar en la Figura 24 que se piensa que el consumo de productos ecológicos puede contribuir mucho a la sostenibilidad del medio ambiente.

**Figura 24.**



Al igual que en la Figura 24, en la Figura 25 los participantes también consideran que el consumo de este tipo de productos puede tener un gran impacto positivo en la salud humana.

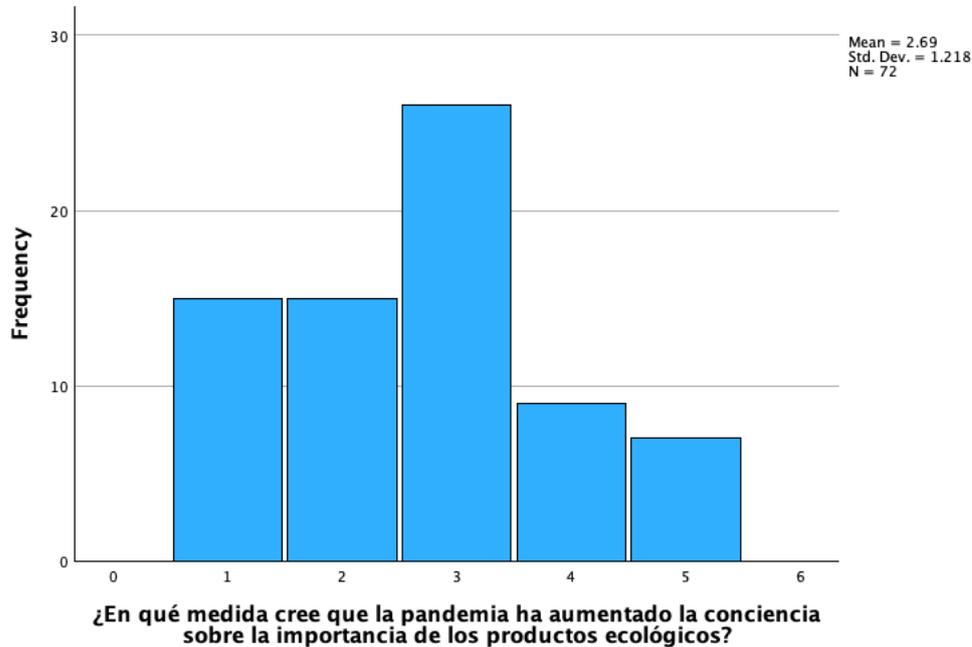
**Figura 25.**



Por último, en cuanto a la última pregunta que se realizó para concluir con el cuestionario, se preguntó acerca de si piensa que la pandemia ha aumentado la conciencia

sobre la importancia de los productos ecológicos, a lo que los participantes, en su mayoría, como se puede ver en la Figura 26, respondieron “En cierta medida”.

**Figura 26.**



En resumen, los participantes al cuestionario, mayoritariamente, expresaron que durante la pandemia del COVID-19 no aumentaron su consumo y gasto en productos ecológicos o este fue mínimo. Además, la preocupación por la salud no ha sido un factor clave a la hora de decidir consumir productos ecológicos durante la pandemia.

Por otro lado, aunque las personas de la muestra no aumentaron su gasto en productos ecológicos, estas no tuvieron dificultades en el momento de encontrar este tipo de productos en los supermercados. Asimismo, los consumidores de productos ecológicos planean seguir consumiéndolos en una medida moderada a largo plazo, siendo los productos más comprados los huevos, frutas y hortalizas ecológicas.

También, los participantes consideran que los productos ecológicos son mucho más caros que los convencionales, siendo este un factor muy importante en el momento de compra. Sin embargo, valoran este tipo de productos en cuanto al gran impacto positivo que tienen en la salud humana y al contribuir a la sostenibilidad del medio ambiente.

Por último, mayoritariamente opinan que la pandemia ha aumentado en cierta medida la conciencia sobre la importancia de los productos ecológicos.

## **6. Discusión y conclusiones**

### **6.1. Interpretaciones de los resultados**

En primer lugar, para el análisis se han tenido en cuenta las características sociodemográficas de ingresos mensuales y actividad, ya que son consideradas las más relevantes para el estudio.

En cuanto a los hábitos de consumo y compra de productos alimenticios por parte de los participantes, los que obtienen mayores ingresos y se encuentran trabajando actualmente suelen ir al supermercado a comprar alimentos muy frecuentemente. Esto es debido a que cuentan con un mayor poder adquisitivo que las personas que se encuentran estudiando y tienen menores ingresos. Sin embargo, ni los ingresos mensuales ni la actividad influyen en la importancia de la calidad de los alimentos ni en la variedad de productos que ofrece la tienda, en la cual los consumidores suelen fijarse mucho.

Durante la pandemia, para las personas con ingresos mayores el precio no era un inconveniente a la hora de comprar. Sin embargo, para las personas con menor poder adquisitivo este factor sí influía en la decisión de compra. Por lo que el precio es un factor determinante en el momento de adquirir un producto alimenticio, además también se ha comprobado en que los participantes consideran que los productos ecológicos son, en gran medida, más caros que los productos convencionales, por lo que esto es un impedimento a la hora de escogerlos en el momento de compra.

El factor del precio puede que influyera a la hora de comprar alimentos ecológicos durante la pandemia, ya que las personas de la muestra no mostraron un gran interés en cuanto a consumir este tipo de productos, ya que no aumentaron ni el consumo ni el gasto en alimentos orgánicos. Además, la preocupación por la salud tampoco fue un factor que influyera en sus decisiones de escoger estos productos durante el COVID-19.

Por otro lado, las personas que se encuentran trabajando actualmente le dieron más importancia a que hubiera alimentos saludables y sostenibles en los supermercados durante la pandemia, mientras que los estudiantes y personas con recursos económicos más bajos no le dieron tanta importancia.

En cuanto a los productos ecológicos que consumen los participantes, en su mayoría prefieren los huevos, las frutas y hortalizas ecológicas. Además, consideran que este tipo de alimentos se encuentran con facilidad en los supermercados, por lo que cada vez están más integrados en la sociedad, aunque no se consuman por un gran número de personas.

Por último, los consumidores de la muestra consideran que los alimentos ecológicos contribuyen a la sostenibilidad del medio ambiente y tienen un impacto positivo en la salud humana. Sin embargo, piensan que la pandemia no ha aumentado la conciencia sobre la importancia de los productos ecológicos, aun considerándose buenos para la salud. Esto puede deberse a que las personas los encuentran demasiados caros y, por ello, prefieren seguir optando por consumir productos convencionales.

Al fin y al cabo, el precio es un factor muy importante para las personas a la hora de escoger productos en un supermercado, y como se ha podido comprobar, las personas con mayor poder adquisitivo tienen una mayor probabilidad de consumir productos ecológicos que las personas con menores ingresos. Por lo que estas últimas se preocupan menos por la salud y sostenibilidad de los alimentos.

## **6.2. Conclusiones del estudio**

Actualmente, las personas son más conscientes de la importancia de mantener una vida saludable. Sin embargo, muchas de ellas no realizan cambios en sus vidas para mejorar su salud.

Los productos alimenticios ecológicos ofrecen numerosos beneficios y ventajas tanto para la salud humana como para el medio ambiente. Según lo visto anteriormente en la literatura existente, las personas tienen una percepción de los productos ecológicos como alimentos más saludables que los convencionales, ya que estos cuentan con un aporte nutricional más completo. Esto se puede comprobar también en el estudio realizado, donde los participantes, mayoritariamente, consideran que los productos ecológicos tienen un gran impacto positivo en la salud humana.

Por otro lado, el factor ambiental conlleva a muchos consumidores a comprar productos ecológicos, debido a que la producción de este tipo de alimentos utiliza métodos que no dañan al medio ambiente. Al igual que los participantes del estudio estiman que este tipo de productos son positivos para la salud humana, también piensan que contribuyen, en gran medida, al medio ambiente.

Aunque los participantes del cuestionario realizado valoran los productos ecológicos positivamente en cuanto al cuidado de la salud y del medio ambiente, muchos de ellos no consumen productos orgánicos, ya que los consideran más caros que los convencionales, aunque tengan más beneficios que estos. No obstante, el precio es debido a los métodos que se utilizan para proteger el medio ambiente, los cuales añaden valor a los productos ecológicos.

En los últimos años el consumo de productos ecológicos de origen vegetal se vio reducido, al contrario que el consumo de productos ecológicos de origen animal. No obstante, el impacto causado por la pandemia del COVID-19 hizo que esta tendencia se revirtiera, volviendo a ser más consumidos los de origen vegetal. Entre ellos, destacan las frutas frescas, las hortalizas y las patatas; mientras que, en el estudio, los alimentos que mayormente consumen los participantes son los huevos, las frutas frescas y las hortalizas ecológicas. Esta tendencia hacia estos productos puede ser debido a que estos alimentos están muy integrados en la dieta mediterránea, la cual es una de las dietas más consumidas en la población española.

El impacto del confinamiento obligatorio a raíz de la pandemia del COVID-19 ha influido en los comportamientos alimentarios y en el estilo de vida de las personas. El año 2020, a pesar de ser un año negativo económicamente, en cuanto a la producción, consumo y comercio exterior de productos ecológicos no han disminuido su tendencia, la cual continuó creciendo. Sin embargo, al preguntar a los participantes del estudio si la pandemia había aumentado la conciencia sobre la importancia de los productos ecológicos, estos contestaron “En cierta medida”, es decir, no consideraban la pandemia como un estímulo para el consumo de productos alimenticios ecológicos, a pesar de considerarlos beneficiosos para la salud.

En resumen, los productos alimenticios ecológicos son productos beneficiosos tanto para la salud humana como para el medio ambiente. A pesar de que resultan buenos, las personas consideran que tienen un precio demasiado alto, por lo que el factor precio sigue siendo decisivo a la hora de escoger entre los productos ecológicos y los convencionales. Además, la pandemia del COVID-19 tampoco ha influido en gran medida en el consumo de este tipo de alimentos.

## 7. Referencias bibliográficas

- Álvarez-Bermúdez, J., & Meza-Peña, C. (2022). Los hábitos de salud y la adaptación a la pandemia de COVID en México. *Revista Psicológica de la Salud*. <https://revistas.innovacionmh.es/index.php/psicologiasalud/article/view/1323/1628>
- Añaños, M., Catalán, Ó. S., Tornero, M., Gracia, A., Echeverría, M., & Mallor, M. (2023). Dieta mediterránea. *Revista Sanitaria de Investigación*. <https://revistasanitariadeinvestigacion.com/dieta-mediterranea/>
- Apaolaza, V., Hartmann, P., D'Souza, C., & López, C. (2018). Eat organic – Feel good? The relationship between organic food consumption, health concern and subjective wellbeing. *Food Quality and Preference*, 63, 51-62. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2017.07.011>
- Blázquez, M. C. (2022). *El cuidado de sí como una práctica de resistencia en salud mental*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8264019>
- Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad Valenciana. (2023, 12 mayo). *Certificación - CAECV*. CAECV. <https://www.caecv.com/certificacion/>
- Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural. (2023, 25 marzo). *El logotipo ecológico*. Agriculture and rural development. [https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-logo\\_es](https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-logo_es)
- Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural. (2023, 25 marzo). *La agricultura ecológica en pocas palabras*. Agriculture and rural development. [https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organics-glance\\_es](https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organics-glance_es)
- Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural. (2023, marzo 25). *Producción y productos ecológicos*. Agriculture and rural development. [https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-production-and-products\\_es](https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-production-and-products_es)
- Federación Española del Vino. (s. f.). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. [https://www.fev.es/fev/sostenibilidad-y-responsabilidad/objetivos-de-desarrollo-sostenible\\_122\\_1\\_ap.html#](https://www.fev.es/fev/sostenibilidad-y-responsabilidad/objetivos-de-desarrollo-sostenible_122_1_ap.html#)
- Inanç-Güney, O., & Sangün, L. (2021). How COVID-19 affects individuals' food consumption behaviour: a consumer survey on attitudes and habits in Turkey. *Emerald Insight*, 123(7), 2307-2320.
- Laguna, C. (2020). *Hábitos en la alimentación, especial mención a los productos ecológicos* [Trabajo fin de grado]. Universidad de Jaén.
- Martín, V. J. (2011). *Demanda de frutas y hortalizas en España*. [https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf\\_DYC/DYC\\_2011\\_119\\_16\\_43.pdf](https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_DYC/DYC_2011_119_16_43.pdf)
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2021, diciembre). *Análisis de la caracterización y proyección de la producción ecológica en España* en

2020. [https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef\\_tcm30-583131.PDF](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef_tcm30-583131.PDF)
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2021). *Informe de consumo alimentario en España*. [https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/informe-consumo-alimentario-2021-baja-res\\_tcm30-624017.pdf](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/informe-consumo-alimentario-2021-baja-res_tcm30-624017.pdf)
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (s. f.). *La Producción Ecológica*. <https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/>
- Moncada Miranda, E., González Mendoza, H., Rueda Arenis, C., & Nieto Mendoza, I. (2020). Hábitos alimentarios en tiempos del COVID 19: un estudio con escolares de la ciudad de Puerto Colombia (Atlántico). *Biociencias*, 15(2). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8456816>
- Pérez-Flores, A. M., Muñoz-Sánchez, V. M., Leal-Saragoça, J. M., Rodríguez-Baltazar, M. S., & Ramos, I. J. (2020). Análisis comparativo de consumidores de verduras y frutas ecológicas en España y Portugal. En *Dialnet*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7556631>
- Pérez-Rodrigo, C., Gianzo-Citores, M., Hérvás, B. G., Ruiz-Litago, F., Casis-Sáenz, L., Aranceta-Bartrina, J., & Grupo Colaborativo de la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria. (2020). Cambios en los hábitos alimentarios durante el periodo de confinamiento por la pandemia COVID-19 en España. *Revista Española de Nutrición Comunitaria*, 26(2). <https://doi.org/10.14642/RENC.2020.26.2.5213>
- Quijano, D., & Santiago, M. (2012). *Alimentos ecológicos, alimentación sana* (2.ª ed.). [https://www.grefa.org/grefa/alimentos\\_ecologicos.pdf](https://www.grefa.org/grefa/alimentos_ecologicos.pdf)
- Ramos-Padilla, P., Celi-Torres, D., Moreno-Pajuelo, A., Lama-Martínez, E., Ávalos-Pérez, M., & Delgado-López, V. (2021, 23 diciembre). *CAP-COVID: Conocimientos, actitudes y prácticas entorno a la alimentación durante la pandemia de COVID-19 en las ciudades capital de Ecuador y Perú*. *Nutrición Clínica y Dietética Hospitalaria*. <https://revista.nutricion.org/index.php/ncdh/article/view/194/174>
- Rico, N. (2021). *Nuevas estrategias de promoción y educación en alimentación y nutrición a escolares* [Tesis doctoral]. Universidad de Alicante.
- Sábada-Díaz de Rada, S. (2022). Experimentación en Agricultura Ecológica en Navarra. *Navarra Agraria*, 251. <https://www.navarraagraria.com/component/k2/item/1914-experimentacion-en-agricultura-ecologica-en-navarra>
- Santander, S., Raso, Y., & Sanz, A. (2021). Educación para la salud sobre alimentación ecológica en el contexto educativo. ▷ *RSI* - *Revista Sanitaria de Investigación*. <https://revistasanitariadeinvestigacion.com/educacion-para-la-salud-sobre-alimentacion-ecologica-en-el-contexto-educativo/>
- Sarabia, F. J. (2020). *El rol de las actitudes en la intención de compra de productos ecológicos* [Tesis doctoral]. Universidad Católica de Murcia.

- Vega-Zamora, M., Gutiérrez-Salcedo, M., & Torres-Ruiz, F. J. (2016). Campañas de comunicación: efectos de la configuración del mensaje en la predisposición a la compra de aceite de oliva ecológico. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 244, 69-104. [https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf\\_REEAP/Pdf\\_REEAP\\_r244\\_69\\_104.pdf](https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_REEAP/Pdf_REEAP_r244_69_104.pdf)
- Veintimilla, J., Hernán, O., Veintimilla, V., & Alejandro, H. (2022). *Establecimiento de un plan avícola para la producción de huevos orgánicos con gallinas al pastoreo de la línea Plymouth rock* [Tesis Postgrado]. ESPAÉ.
- Yangui A, Gil JM, Costa-Font M (2019). Comportamiento de los consumidores españoles y los factores determinantes de sus disposiciones a pagar hacia el aceite de oliva ecológico. *ITEA-Información Técnica Económica Agraria* 115(3): 252-269. <https://doi.org/10.12706/itea.2019.014>
- Yangui, A., Gil, J., & Costa-Font, M. (2019). Comportamiento de los consumidores españoles y los factores determinantes de su disposición a pagar por el aceite de oliva ecológico. *ITEA-Información Técnica Económica Agraria*, 115(3), 252-269. <https://doi.org/10.12706/itea.2019.014>

## 8. Anexos

### 8.1. Cuestionario utilizado en la recolección de datos

Características sociodemográficas:

**1. Género:** masculino, femenino, otro

**2. Edad:**

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- > 55

**3. Tamaño de la familia:**

- 1-2
- 3-4
- > 4

**4. Ingresos mensuales:**

- 0-1500
- 1501-3000
- 3001-4500
- > 4501

**5. Actividad:**

- Trabaja actualmente
- Retirado / pensionista / incapacitado
- Parado
- Estudiante

**6. Estado civil:**

- Soltero/a
- Casado/a
- Viudo/a
- Separado/a
- Divorciado/a

Dónde compran alimentos y qué alimentos prefieren comprar en condiciones de pandemia:

**7. ¿Con qué frecuencia compra alimentos en un supermercado?**

Nunca – Raramente – A veces – Frecuentemente - Siempre

**8. ¿Qué tan importante es para usted la calidad de los productos alimenticios que compra?**

Nada importante – Poco importante – Importante – Muy importante – Extremadamente importante

**9. ¿En qué medida se fija en la variedad de productos que ofrece la tienda al comprar alimentos?**

No me fijo – Poco – En cierta medida – Bastante - Mucho

**10. ¿Qué tan relevante era la disponibilidad de alimentos saludables para usted durante la pandemia?**

No era relevante – Poco relevante – Relevante – Bastante relevante – Muy relevante

**11. ¿Cuánto influía el precio en su elección de alimentos durante la pandemia?**

No influía – Influyó poco – Tenía cierta influencia – Influyó bastante – Tenía gran influencia

**12. ¿Qué tan relevante era la sostenibilidad de los alimentos que compraba durante la pandemia?**

No era relevante – Poco relevante – Relevante – Bastante relevante – Muy relevante

Nivel de preocupaciones generales sobre cómo ha afectado la pandemia en relación al consumo de productos ecológicos:

**13. ¿En qué medida ha aumentado su consumo de productos ecológicos durante la pandemia?**

No ha aumentado – Poco – En cierta medida – Bastante – Mucho

**14. ¿En qué medida ha influido la preocupación por la salud en su decisión de consumir productos ecológicos durante la pandemia?**

No ha influido – Poco – En cierta medida – Bastante - Mucho

**15. ¿En qué medida ha aumentado su gasto en productos ecológicos durante la pandemia?**

No ha aumentado – Poco – En cierta medida – Bastante - Mucho

**16. ¿Ha tenido dificultades para encontrar productos ecológicos durante la pandemia?**

Ninguna dificultad – Pocas dificultades – Algunas dificultades – Bastantes dificultades – Muchas dificultades

**17. Planea seguir consumiendo productos ecológicos a largo plazo después de la pandemia**

No – Sólo de vez en cuando - En una medida moderada – En una medida considerable – En una medida muy significativa

**18. Indique los alimentos ecológicos que consumía en pandemia y continúa consumiendo hoy en día:**

Huevos – vinos – hortalizas – fruta – carne – legumbres – leche – aceite – otros – no consumo alimentos ecológicos

**19. ¿En qué medida cree que los productos ecológicos son más caros que los productos convencionales?**

No son más caros – Poco – En cierta medida– Bastante – Mucho

**20. ¿En qué medida cree que el consumo de producto ecológicos puede contribuir a la sostenibilidad del medio ambiente?**

No creo que contribuya – Poco – En cierta medida – Bastante – Mucho

**21. ¿En qué medida cree que el consumo de productos ecológicos puede tener un impacto positivo en la salud humana?**

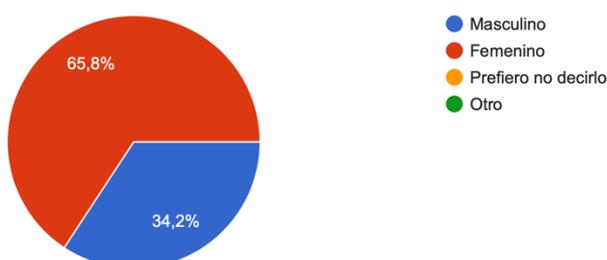
No creo que tenga un impacto positivo – Poco – En cierta medida – Bastante - Mucho

**22. ¿En qué medida cree que la pandemia ha aumentado la conciencia sobre la importancia de los productos ecológicos?**

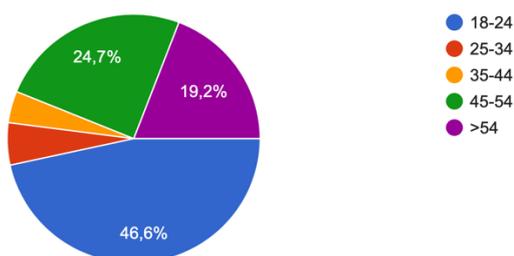
No ha aumentado la conciencia – Poco – En cierta medida – Bastante – Mucho

## 8.2. Tablas y gráficos de resultados

Género  
73 respuestas

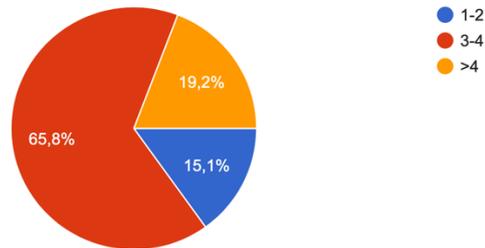


Edad  
73 respuestas



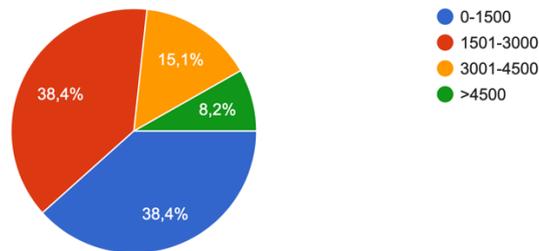
### Tamaño de la familia

73 respuestas



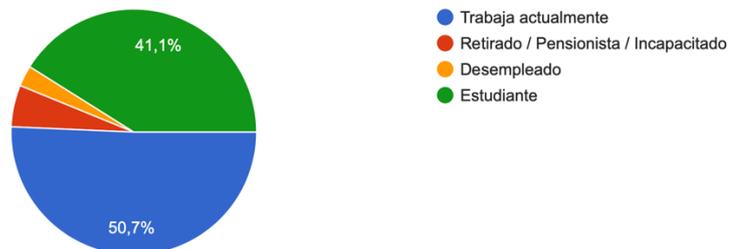
### Ingresos mensuales

73 respuestas



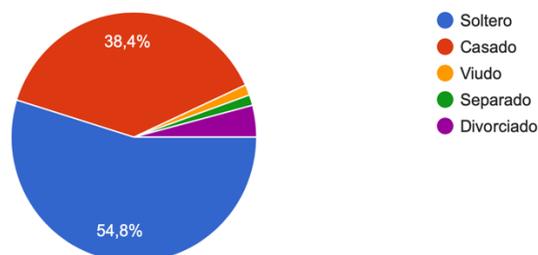
### Actividad

73 respuestas



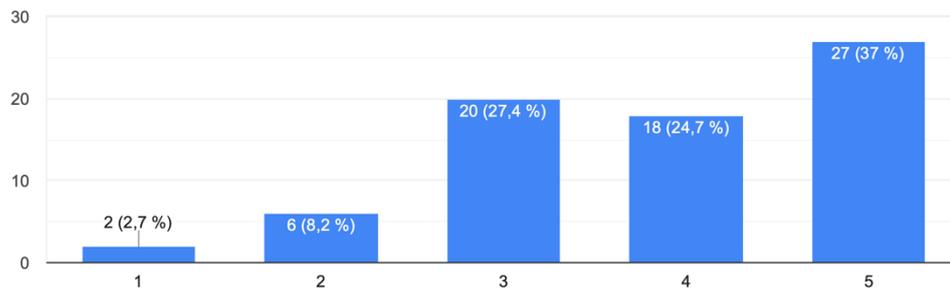
### Estado civil

73 respuestas



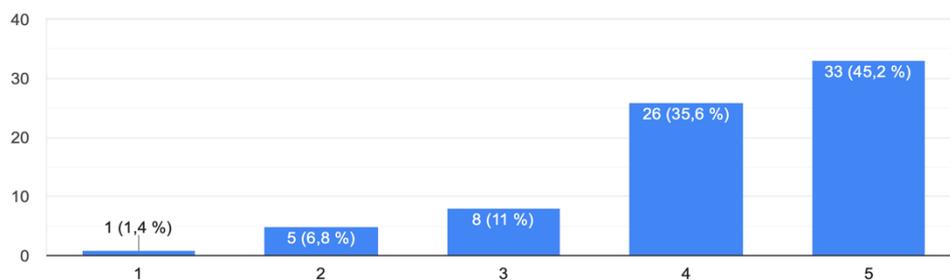
¿Con qué frecuencia compra alimentos en un supermercado?

73 respuestas



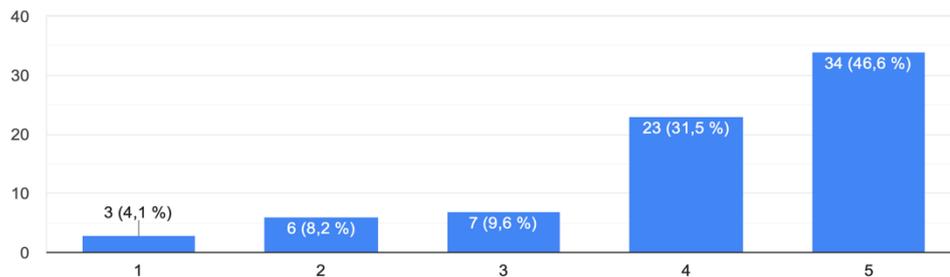
¿Cómo de importante es para usted la calidad de los productos alimenticios que compra?

73 respuestas



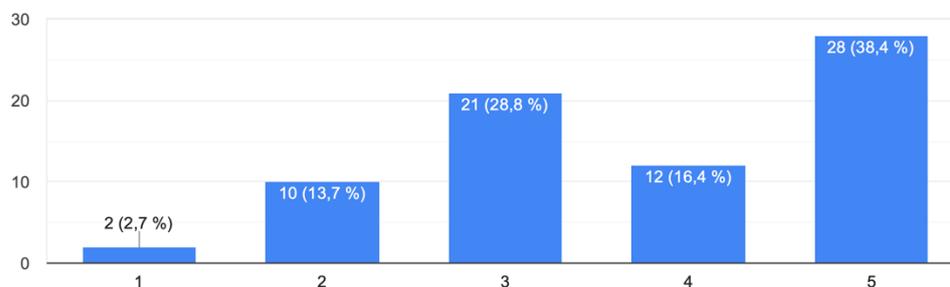
¿En qué medida se fija en la variedad de productos que ofrece la tienda al comprar alimentos?

73 respuestas



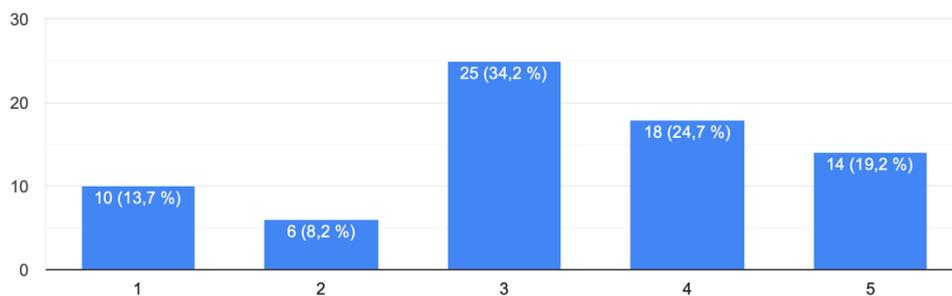
¿Cómo de relevante era la disponibilidad de alimentos saludables para usted durante la pandemia?

73 respuestas



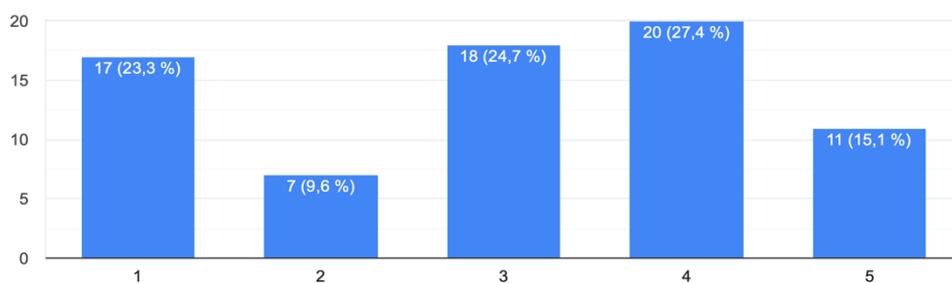
¿Cuánto influía el precio en su elección de alimentos durante la pandemia?

73 respuestas



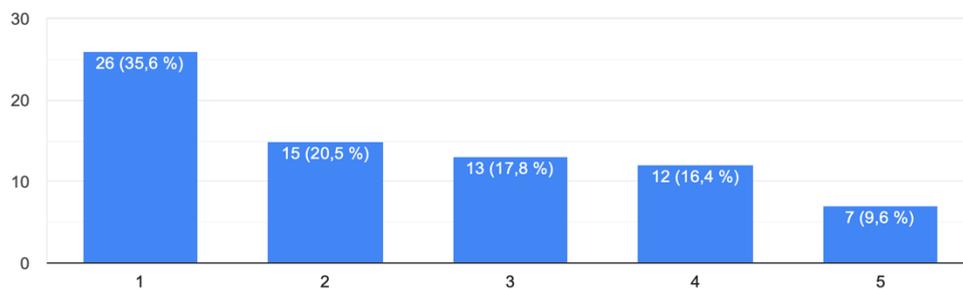
¿Cómo de relevante era la sostenibilidad de los alimentos que compraba durante la pandemia?

73 respuestas



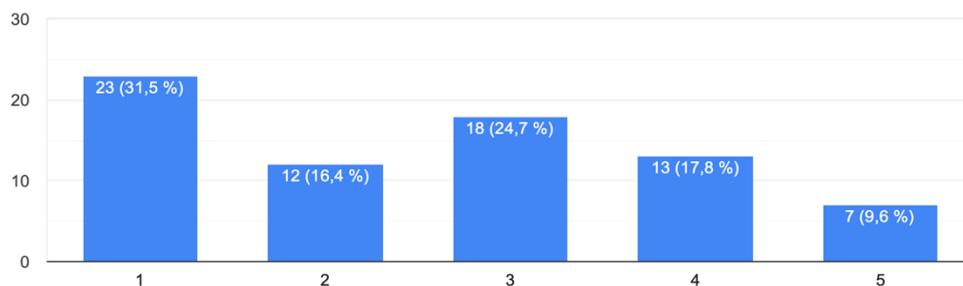
¿En qué medida ha aumentado su consumo de productos ecológicos durante la pandemia?

73 respuestas



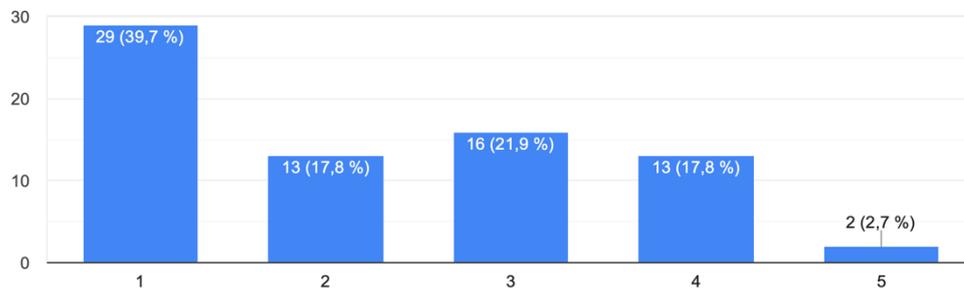
¿En qué medida ha influido la preocupación por la salud en su decisión de consumir productos ecológicos durante la pandemia?

73 respuestas



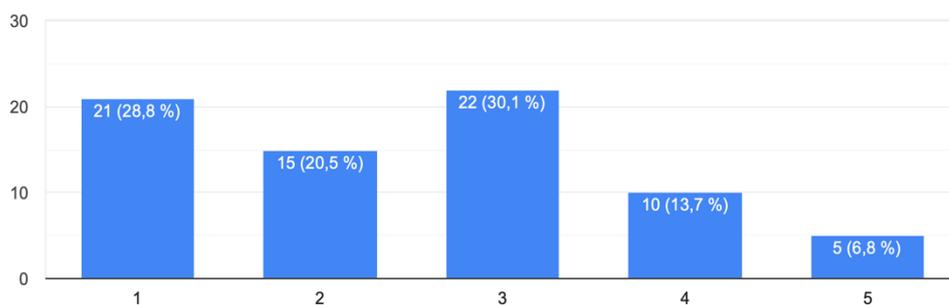
¿En qué medida ha aumentado su gasto en productos ecológicos durante la pandemia?

73 respuestas



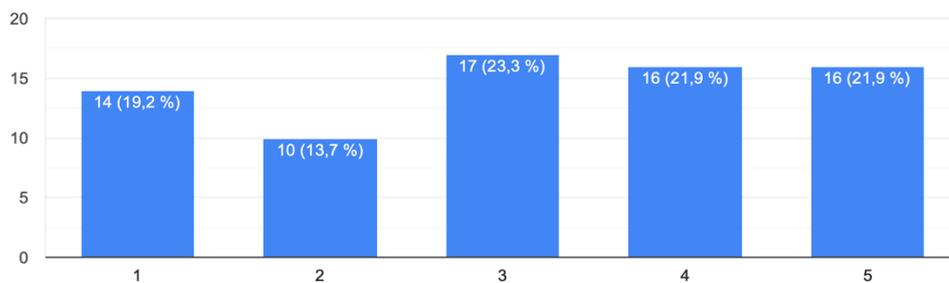
¿Ha tenido dificultades para encontrar productos ecológicos durante la pandemia?

73 respuestas



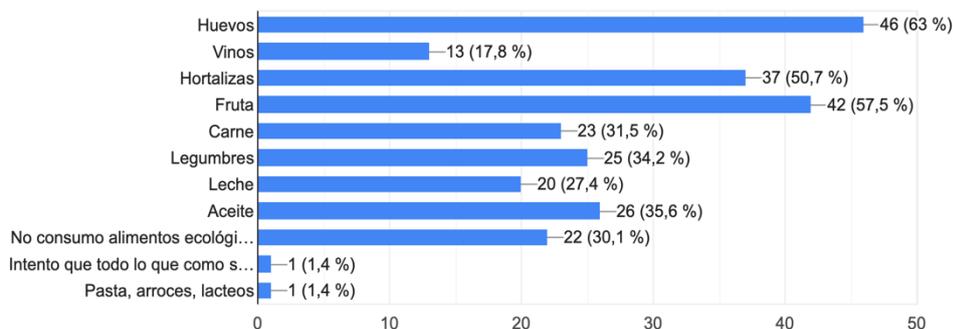
¿Planea seguir consumiendo productos ecológicos a largo plazo después de la pandemia?

73 respuestas



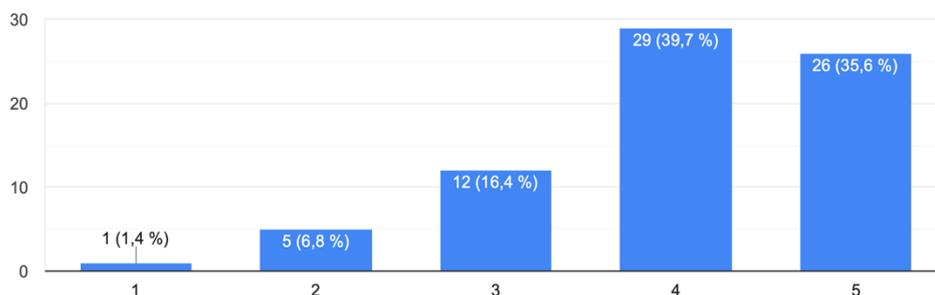
Indique los alimentos ecológicos que consumía en pandemia y continúa consumiendo hoy en día.

73 respuestas



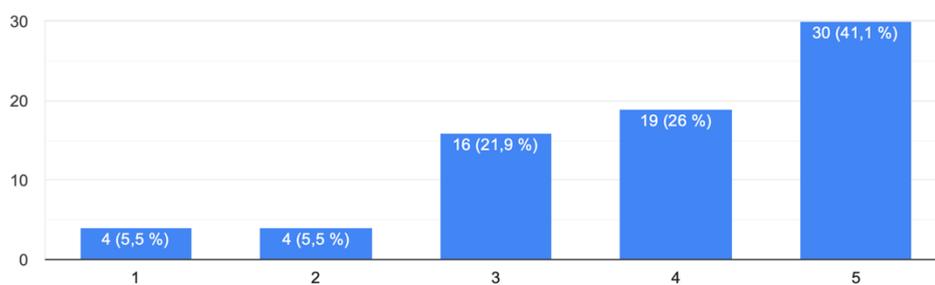
¿En qué medida cree que los productos ecológicos son más caros que los productos convencionales?

73 respuestas



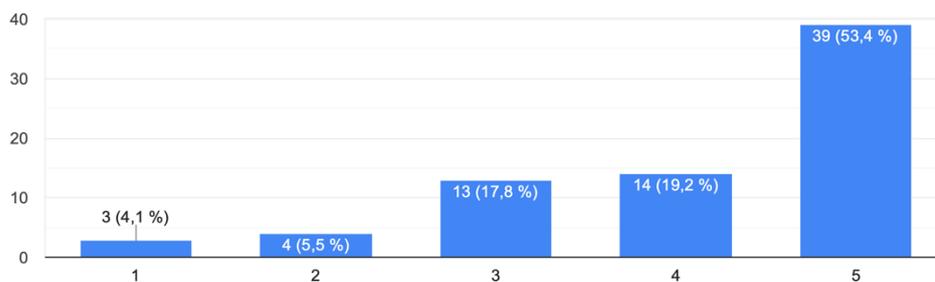
¿En qué medida cree que el consumo de productos ecológicos puede contribuir a la sostenibilidad del medio ambiente?

73 respuestas



¿En qué medida cree que el consumo de productos ecológicos puede tener un impacto positivo en la salud humana?

73 respuestas



¿En qué medida cree que la pandemia ha aumentado la conciencia sobre la importancia de los productos ecológicos?

72 respuestas

