



Universidad
Zaragoza

Incidencia económica de los productos ecológicos en la comarca de Tarazona y el Moncayo

Análisis del consumidor ecológico turiasonense

Autor/es

Sara Peña Magallón

Director/es

Julio Jiménez Martínez

Facultad / Escuela
Año
Facultad de economía y empresa
2015-2016

Título del trabajo: INCIDENCIA ECONÓMICA DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS EN LA COMARCA DE TARAZONA Y EL MONCAYO

Titulación a la que está vinculado: Grado de Economía.

Modalidad del trabajo: Marketing.

Director del TFG: Julio Jiménez Martínez.

Resumen del trabajo:

En los últimos años, la preocupación por la salud y el medio ambiente, han hecho se preste especial atención a la agricultura ecológica. Los ciudadanos buscan cada vez más productos no sólo una mejor calidad, sino también que no generen efectos nocivos sobre su salud a largo plazo. Además, existe una mayor concienciación de las consecuencias del uso masivo de pesticidas, antibióticos o productos sintéticos pueden tener sobre el medio ambiente.

En este trabajo vamos a realizar un estudio de mercado para determinar el impacto económico del sector de los productos orgánicos en una región de Aragón, Tarazona y el Moncayo. En ella encontramos diferentes puntos de la producción y venta de estos productos, y queremos saber si el hecho de que un producto es nativo en una zona de larga tradición agrícola, le da un mayor valor de mercado para los consumidores, en parte motivado por efecto emocional en ellos, sobre todo cuando los principales problemas detectados en la región es que tiene un mercado interno limitado.

In recent years, concern about health and the environment, have made special attention to organic farming is provided. Citizens are increasingly looking for products not only better quality, but also not lead to harmful effects on your long term health. In addition, there is a greater awareness with the consequences of the massive use of pesticides, antibiotics or synthetic products may have on the environment.

In this work we will conduct a market study to determine the economic impact of the sector of organic products in a region of Aragón, Tarazona and Moncayo. In it we find different points of production and sale of these products, and we want to know whether the fact that a product is native in an area with agricultural long tradition, gives it a higher market value for consumers, partly motivated for emotional effect on them, especially when the main problems detected in the region is that it has a limited domestic market.

INDICE

OBJETIVO.....	5
1. ESTADO DEL SECTOR AGRARIO.....	6
1.1. Introducción.....	6
1.2. Antecedentes y Comparación.....	8
1.3. Legislación.....	10
1.3.1. Producción.....	11
1.3.2. Etiquetado.....	11
1.3.3. Controles.....	12
1.3.4. Intercambios comerciales con terceros países.....	12
1.3.5. Proceso de Conversión a Producción Ecológica.....	12
1.4. Control y Certificación.....	12
2. ESTUDIO EMPÍRICO.....	15
2.1. Evolución del sector y tendencias de la producción en la comarca de Tarazona y el Moncayo.....	14
2.1.1. Estadísticas.....	15
2.1.2. Estudio del caso Jose Carlos Sainz: El agricultor ecológico turiasonense.....	16
2.1.3. Problemática con la que se encuentra.....	17
2.2. DAFO.....	20
3. EVOLUCION Y CARACTERIZACION DE LA TIPOLOGIA Y PERFIL SOCIODEMOGRAFICO DEL CONSUMIDOR DE ALIMENTOS ECOLOGICOS EN TARAZONA (VS ESPAÑA).....	21
3.1 ¿Cuántos identifican y consumen los productos de alimentación ecológicos? (criterios de selección).....	21
3.1.1. Identifica la etiqueta oficial y la relaciona correctamente con los productos objeto de estudio.....	21
3.1.2. Ser capaz de identificar criterios que definen a este tipo de productos.....	23
3.1.3. Consume alimentos ecológicos por lo menos una vez al mes.....	23
3.1.4. Análisis de diferencias.....	24
3.2. Perfil del consumidor de productos ecológicos.....	24
3.3. Actitudes y comportamientos del consumidor ecológico (efecto sentimental).....	25
3.3.1. Respecto a las marcas.....	25
3.3.2 Respecto al medio ambiente.....	25
3.3.3 Respecto a la información de los productos.....	26
3.3.4. Respecto a la preocupación por la salud.....	27
3.3.5. Respecto a la frecuencia de consumo.....	27
3.3.6. Respecto a los productos ecológicos más consumidos.....	28
3.3.7. Respecto a los alimentos ecológicos responsables del inicio en el consumo.....	29
3.3.8. Respecto a los motivos tanto iniciales como para continuar en el consumo.....	29

3.3.9. <i>Respecto a los principales motivos de consumo.</i>	30
3.3.10. <i>Respecto al tiempo de consumo.</i>	30
3.3.11. <i>Respecto a los motivos principales para no consumir.</i>	31
3.3.12. <i>Respecto a datos de consumo.</i>	31
3.3.13. <i>Respecto a canales de consumo.</i>	33
3.3.14. <i>Respecto al uso de otros productos ecológicos.</i>	33
3.4. Segmentación de consumidores ecológicos.	34
3.4.1. <i>Principales tendencias generales del grupo “ECOLOGISTAS”.</i>	35
3.4.2. <i>Principales tendencias generales del grupo “DESIMPLICADOS”.</i>	35
3.4.3. <i>Principales tendencias generales del grupo “CONVENCIDOS”</i>	36
3.4.4. <i>Principales tendencias generales del grupo “PREOCUPADOS POR LA SALUD”.</i>	36
3.5. Conclusiones.....	37
3.6. Políticas de apoyo.....	38
4. POSIBLE ACCIONES EN LA COMARCA DE TARAZONA Y EL MONCAYO.	40
5. IMPLICACIONES ECONOMICAS PARA LA COMARCA.	42
6. BIBLIOGRAFÍA.....	42
7. ANEXO.....	44

OBJETIVO

En los últimos años, la preocupación por la salud y por el medioambiente, han hecho que se preste una especial atención a la agricultura ecológica. Los ciudadanos cada vez buscan productos no solo de más calidad, sino también que no generen efectos nocivos en su salud a largo plazo. Además, hay una mayor concienciación con las consecuencias que el uso masivo de pesticidas, antibióticos o productos de síntesis, pueden tener sobre el medioambiente. Los datos del estudio de la Fundación BBVA confirman que el medioambiente constituía ya en el año 2006 un área hacia la que los ciudadanos afirman sentirse interesados. En particular, el interés declarado hacia los temas de ecología y de medioambiente es, junto al manifestado hacia los temas de medicina, el más alto, situándose por encima de otros asuntos como los económicos, científicos, políticos y deportivos. Por otro lado, el informe de revisión del comportamiento medioambiental de España, elaborado por la OCDE y presentado a principios de marzo de 2015, reconoce los grandes avances realizados por nuestro país en este sector a lo largo de los últimos años.

En este trabajo vamos a realizar un estudio de mercado para conocer la incidencia económica del sector de los productos ecológicos en una comarca aragonesa, Tarazona y el Moncayo (a partir de ahora LA COMARCA). En ella encontramos distintos puntos de producción y venta de este tipo de productos, y queremos conocer si el hecho de que un producto sea autóctono en una zona con larga tradición agrícola, hace que tenga un mayor valor de mercado para los consumidores, en parte motivado por un efecto sentimental en ellos, máxime cuando la principal problemática detectada en LA COMARCA es que cuenta con un mercado interno escaso.

Para ello, primero analizaremos el estado del sector de la agricultura ecológica; el marco legal, tanto europeo, como nacional y regional junto con un estudio empírico donde nos centraremos en la comercialización y la problemática en el mercado de este tipo de productos.

También comentaremos la tendencia del sector, ya que las investigaciones de los últimos años muestran un aumento tanto de la demanda como de la oferta, con más tierras cultivadas, y una clara diferenciación de lo que es considerado ecológico frente a lo convencional.

Posteriormente veremos el perfil de los consumidores realizando un análisis cuantitativo y cualitativo de una muestra de consumidores del sector ecológico. Replicaremos para el ámbito local, los estudios realizados por GfK en 2011 y 2014 para el Ministerio de Agricultura y Medio Ambiente en los que se pretendía conocer la tipología y el perfil sociodemográfico del consumidor de alimentos ecológicos.

Por último, analizaremos la oferta de estos productos en la comarca de Tarazona y el Moncayo, además de posibles estrategias y políticas económicas que podrían ser seguidas por las empresas de LA COMARCA junto a recomendaciones para una mejora de dichas estrategias.

1. ESTADO DEL SECTOR AGRARIO.

1.1. Introducción.

A pesar de la actual recesión económica, hay sectores en Europa que están alcanzando cifras significativas de crecimiento en los últimos años. Un ejemplo es el mercado de alimentación de productos ecológicos, que está evolucionando por encima del mercado alimentario tradicional.

Es conveniente precisar que son sinónimos de “agricultura ecológica” los términos “biológica” o “orgánica”. El reglamento europeo que regula los alimentos ecológicos protege todas las denominaciones y plantea los tres términos como sinónimos. Desde la Organización de Consumidores y Usuarios aclaran que "es solo una cuestión idiomática. 'Ecológico' en castellano, 'Biológico' en francés y 'Orgánico' en inglés".

La agricultura ecológica es una forma diferente de enfocar la producción agraria. Según el MAGRAMA (Ministerio de Agricultura y Medioambiente), se basa en el respeto al entorno y en la obtención de alimentos sanos, de máxima calidad y en cantidad suficiente para atender a los demandantes, utilizando como modelo a la propia naturaleza, extrayendo de ella toda la información posible, aunada con los actuales conocimientos técnicos y científicos y sin necesidad del uso de productos químicos síntesis ni organismos modificados genéticamente.

Este tipo de agricultura, según el MAGRAMA, permite obtener alimentos de la máxima calidad, tanto en su presentación y sabor, como en su contenido alimenticio, mediante técnicas y productos que:

- Estén integradas en el agro-ecosistema, de forma que no produzcan impactos ambientales.
- Potencien la fertilidad natural de los suelos y la capacidad productiva del agro-sistema, garantizando la continuidad de la producción agraria en la zona.
- No incorporen a los alimentos sustancias o residuos que resulten perjudiciales para la salud o mermen su capacidad alimenticia.
- Respeten los ciclos naturales de los cultivos y aporten a los animales unas condiciones de vida adecuadas.

Según E. López Hernández (2014), la agricultura ecológica es una inversión para el futuro, pues procura un desarrollo sostenible, ya que se considera que el uso abusivo de los recursos agrícolas y naturales, habitual en los actuales sistemas de agricultura industrializada, lleva al agotamiento del medio, arriesgando nuestras vidas y la de las futuras generaciones. Se degradan los suelos cultivables haciéndolos improductivos, se contamina el agua con nitratos y venenos, se simplifica la diversidad genética, se pierde la calidad de los alimentos y se consumen grandes cantidades de combustibles fósiles.

Existe a nivel general una preocupación creciente sobre la salud, de ello se han ocupado en gran parte los medios de comunicación, hasta convertirla en ocasiones en una realidad y otras en una moda o una excusa comercial.

La moda de los alimentos ecológicos ha hecho que muchas marcas comerciales ofrezcan este tipo de productos, cuando realmente no lo son. En España, el uso del término “bio” en los alimentos está regulado por el Reglamento (CE) N° 834/2007 del Consejo de la Unión Europea de 28 de junio de 2007 sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, con el fin de evitar confusiones y fraudes; además su identificación, certificado y etiquetado lleva años regulado para que el consumidor identifique los productos realmente biológicos. En el pasado el término "bio" era un sello de calidad para derivados lácteos y zumos especiales de leche y frutas, pero la actual normativa limita su uso solamente a los productos ecológicos, que siguen las disposiciones comunitarias. Según un artículo de 2006 de El País “Los 'bio' pasan a otra vida; el uso del término, que había sido un sello de calidad en las empresas alimentarias, se limita solamente a los productos ecológicos de acuerdo con las disposiciones comunitarias”

Comer sano va más allá de la propia salud; en términos económicos, el sector ecológico en nuestro país es uno de los pocos que, en lugar de estar en crisis, está en pleno auge; según estudios realizados por el MAGRAMA, varios factores favorecen este auge del mercado ecológico en Europa a partir de los años 90, lo que se traslada a España con menor intensidad:

- 1.- Evolución de la mentalidad del consumidor; una tendencia de consumo que busca la mejora de la salud a través de la alimentación, importancia creciente de la tradición como valor añadido de los productos alimentarios, lo que implica el auge de denominaciones de origen, especialidades tradicionales, métodos de elaboración artesanal, además de la preocupación por el impacto de la agricultura sobre el entorno.
- 2.- Crisis de confianza en la producción convencional intensiva; en los años 80 y 90 se suceden varios escándalos alimentarios que ponen en riesgo la salud de las personas, el consumidor reacciona exigiendo métodos y formas de hacer las cosas que mejoren la seguridad y salubridad de los productos, incorporándose a los procesos de elaboración conceptos como trazabilidad y certificación de marca.
- 3.- Apoyo decidido de la administración europea a las producciones diferenciadas y de calidad.

La conjunción de estos factores provoca en el mercado europeo un aumento de demanda de productos ecológicos que España está en condiciones de satisfacer en el segmento de materias primas y productos no elaborados: un mercado de demanda contacta con un mercado de oferta y se produce un rápido avance de las exportaciones.

La toma de conciencia social sobre las consecuencias negativas del desarrollo industrial a toda costa, en general, y de la agricultura química en particular, ha hecho plantearse la agricultura ecológica como una necesidad, hablando de sostenibilidad (ya que esta modalidad considera el medioambiente y la economía). Además, según la publicación del 27 de junio de 2012 de la consultora multinacional Everis: “El mercado de productos ecológicos crecerá en España al 12% anual hasta 2020”.

En primer lugar, haremos una mención sobre lo que se considera ecológico, además de una comparación entre los productos convencionales y los orgánicos para la cual visitaremos diferentes establecimientos y haremos observaciones de los mismos pudiendo así comprobar cuántos de ellos dedican un espacio de su negocio a la venta ecológica y la diferenciación de precios respecto a los productos convencionales, también consultamos material bibliográfico para mayor recaudación de datos.

Por otra parte, haremos una mención a la legislación que hay que tener en cuenta para ser productor y distribuidor de este tipo de productos; para ello, nos pondremos en contacto con expertos en agricultura, al igual que con organismos de agricultura del Ayuntamiento de Tarazona y la lectura de los diferentes boletines.

Con los datos recabados, haremos los correspondientes cálculos y reflexiones tras la experiencia de haber tratado con las diferentes personas que componen el sector, y poder llevar a cabo la realización de una matriz DAFO sobre el sector ecológico en LA COMARCA.

Continuaremos con el estudio de una muestra de consumidores de LA COMARCA; hablamos de un análisis centrado en distintos aspectos que nos llevan a caracterizar a los consumidores. Realizaremos una segmentación de los mismos para extraer conclusiones generales sobre el estudio. Esta parte del estudio nos ayuda a reconocer que segmento tiene mayor incidencia en la economía del sector ecológico en LA COMARCA.

Sabiendo que la principal problemática detectada en LA COMARCA es que cuenta con un mercado interno escaso, a partir de conocer un poco más a fondo el sector y la manera en la que se comercializan los productos, con los datos recabados, intentamos dar una serie de recomendaciones para aumentar este tipo de consumo.

Finalizaremos con la proposición de una serie políticas económicas para fomentar la venta en LA COMARCA, junto con algunas acciones de mercado que apoyen a las mismas y así poder conseguir mejores resultados tanto económicos como sociales.

1.2. Antecedentes y Comparación.

En la web de la FAO, encontramos algunos informes útiles para nuestro estudio. Desde las Grandes Guerras mundiales donde los países asumieron su situación de penuria, el principal objetivo ha sido el desarrollo económico sobre todo con la agricultura convencional, que es modelo predominante incluso hoy en día. Se trata de una agricultura mecanizada, con mejoras genéticas, tratamientos fitosanitarios y herbicidas, que busca obtener mayor cantidad de producción y, en menor medida la calidad. Como objetivo casi exclusivo maximizar el beneficio económico, sin considerar, al menos no suficientemente, costes diversos como los ambientales y sociales.

Siguiendo el trabajo de Dávila Moreno (2016), en la década de los 70 surge un movimiento ecológico, una corriente contraria al desarrollo indiscriminado en el terreno

de la política agraria, a partir de 1992 se crea una reforma de la PAC ⁽¹⁾ (Cuyo origen se remonta a 1957). Con esta reforma, a la hora de evaluar la “eficiencia” o “calidad” no se trataría exclusivamente de valorar un criterio económico financiero, como hasta el momento se venía haciendo, sino que se deduce que esta evaluación debería ser multicriterio, en relación directa con el papel multifuncional de la agricultura. La producción ecológica nace desde el consumo como alternativa a la producción industrializada de alimentos y persigue una alimentación más natural y la producción de alimentos a partir de técnicas respetuosas con el medioambiente, adquiriendo cada vez mayor importancia y reconocimiento a nivel mundial.

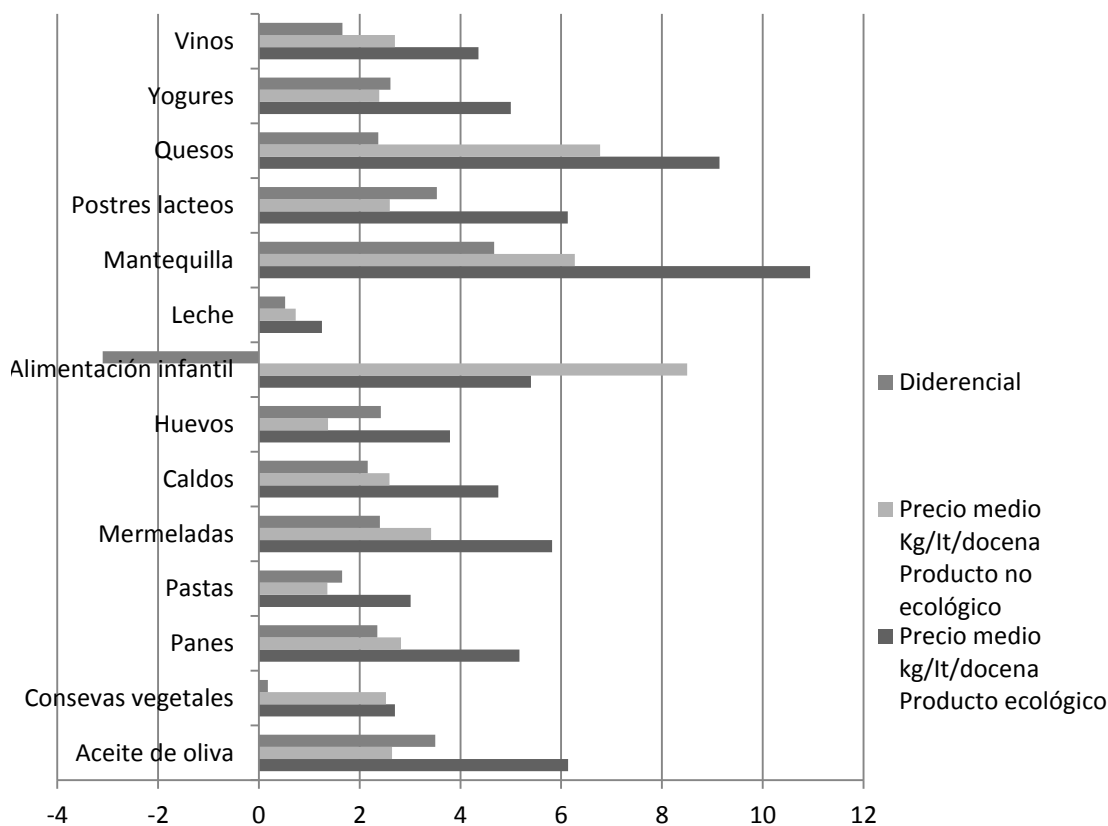
En España se comenzó a introducir la producción ecológica a la vez que el resto de Europa (Marcellesi, 2008), a partir de este momento se comenzó a crear un control y certificación para esta clase de alimentos, hasta la puesta en marcha del Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica (CRAE), pero no fue hasta finales de los 90 cuando se produce un gran desarrollo en este sector, comenzando en 2001 a crearse la primera asociación de Empresas y Productos Ecológicos de Andalucía, continuando en las diferentes comunidades autónomas los sucesivos años hasta hacer que actualmente existan asociaciones en cada comunidad autónoma.

La principal diferencia entre ambos tipos de agricultura, como se ha dicho radica en la búsqueda de la calidad y la obtención de un determinado margen de maniobra, ya que, hasta hoy la producción convencional ha venido provocando importantes excedentes de productos agroalimentarios, pérdida de fertilidad y erosión del suelo, que lleva a la pérdida de calidad de los productos.

Esto es lo que lleva a hablar de precios superiores en los productos de procedencia ecológica como podemos comprobar a continuación (Tabla 1):

⁽¹⁾ PAC trata de restablecer el equilibrio y la armonía entre la agricultura y el medio ambiente, aunque los mecanismos que emplea para ello no son los más eficientes. No utiliza impuestos ambientales para penalizarlas externalidades negativas, al contrario utiliza subvenciones para la corrección de daños ambientales. Si se consiguiera valorar monetariamente todas las externalidades de una actividad económica y se agregaran junto con los flujos económicos generados por la misma, se obtendría el valor económico total (VET). $VET = \sum \text{valores económicos o de mercado} \pm \sum \text{valores de las externalidades o de no mercado}$.

Tabla 1. Comparación de precios entre productos convencionales y ecológicos. (José Abellán Gómez, MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, Y MEDIO RURAL Y MARINO).



1.3. Legislación.

Como hemos venido viendo según el desarrollo, para poder hablar de la agricultura ecológica, hay una división en varios rangos atendiendo a lo que nos indica la normativa: Reglamento (CE) n° 834/2007 del Consejo, de 28 de junio de 2007, sobre **producción y etiquetado** de los productos ecológicos y por el que se deroga el Reglamento (CEE) n° 2092/91, a nivel europeo.

El presente Reglamento establece un nuevo marco jurídico para los productos ecológicos: fija los objetivos y principios aplicables a ese tipo de producción y especifica las normas relativas a la **producción, etiquetado, control e intercambios con terceros países**.

Este Reglamento fija los objetivos y principios generales que son la base de la agricultura ecológica. Objetivos como la agricultura sostenible y la calidad de la producción, que debe responder a las necesidades de los consumidores. Los principios generales se refieren, entre otras cosas, a métodos de producción específicos, la utilización de recursos naturales y la estricta limitación del uso de medios de síntesis. Además, los principios específicos aplicables a la agricultura y a la transformación de productos alimenticios y piensos ecológicos.

A continuación analizaremos más en profundidad dicho reglamento y su funcionamiento en el campo de la producción ecológica.

1.3.1. Producción.

Según las normas generales de producción ecológica, los organismos modificados genéticamente (OMG) están prohibidos en todas sus formas, además los agentes que quieran hacer coexistir ambos tipos de producción agraria (ecológica y no ecológica) deben mantener una separación entre terrenos.

La producción vegetal ecológica debe cumplir ciertas normas sobre los tratamientos del suelo, que deben respetar la vida y la fertilidad natural del suelo; la prevención de daños, que debe basarse en métodos naturales; las semillas y los materiales de reproducción vegetativa; y los productos de limpieza.

1.3.2. Etiquetado.

Las normas que regulan el etiquetado de los alimentos permiten a los operadores asegurarse de que respetan estas prohibiciones.

En el etiquetado, la publicidad o los documentos comerciales pueden figurar los términos «eco» y «bio» para caracterizar a un producto ecológico, sus ingredientes o las materias primas.

El etiquetado de un producto ecológico debe estar fácilmente visible en el envase y contener una referencia al organismo de control que certifica ese producto. A partir del 1 de julio de 2010, es obligatoria la utilización del logotipo comunitario en los productos alimenticios producidos mediante agricultura ecológica (ver Figura 1), así como la indicación del lugar de procedencia de las materias primas que componen el producto. Esta indicación deberá figurar en el mismo campo visual que el logotipo comunitario (elaborado a partir del informe de López, 2014).

Figura 1: Logotipos de la agricultura ecológica

Logotipo Nuevo



Logotipo Antiguo



1.3.3. Controles.

El cumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento se controla mediante un sistema basado en el Reglamento (CE) nº 882/2004 y en medidas precautorias y de control establecidas por la Comisión. Este sistema garantiza la trazabilidad de los alimentos de acuerdo con el Reglamento (CE) nº 178/2002. Para determinar la naturaleza y frecuencia de los controles se realiza una evaluación del riesgo de infracciones. Estos controles los dirigen autoridades designadas por los Estados miembros. En determinadas condiciones, estas autoridades pueden delegar tareas de control en organismos acreditados, pero siguen siendo responsables de la supervisión de los controles realizados y de la delegación. Los Estados miembros deben comunicar con periodicidad a la Comisión la lista de autoridades y organismos de control.

En el caso de Tarazona; Decreto 78/2014, de 13 de mayo, del Gobierno de Aragón, por el que se regula la producción ecológica en Aragón y se establece el régimen jurídico del Comité Aragonés de Agricultura Ecológica (BOA de 19 de mayo de 2014).

Las autoridades deben controlar, además, las actividades de cada operador implicado en la comercialización de un producto ecológico antes de su comercialización. Tras este control, el operador recibe un justificante que certifica que cumple el Reglamento. Si se observan irregularidades, la autoridad vela porque el etiquetado de los productos considerados, no contenga ninguna referencia al modo de producción ecológico.

1.3.4. Intercambios comerciales con terceros países.

Los productos procedentes de terceros países pueden comercializarse también en mercado comunitario como productos ecológicos si cumplen el Reglamento y si han sido objeto de control. Este control puede realizarlo un organismo reconocido por Comunidad Europea o un organismo de control acreditado.

1.3.5. Proceso de Conversión a Producción Ecológica

Es importante saber que la normativa también contempla este proceso que hace referencia al tiempo que el sistema agrario necesita para que se restablezca la fertilidad de la tierra y el equilibrio de fauna y flora. Para iniciar el proceso de conversión a producción ecológica se deberá consultar al organismo de control autorizado de la correspondiente Comunidad Autónoma.

1.4. Control y Certificación.

Según lo hablado, la agricultura ecológica forma parte de un conjunto de procedimientos relacionados con la calidad, para obtener la certificación que así lo garantice debe pasar por una serie de procedimientos privados o públicos, en su caso, para obtener la homologación.

En España, el control y la certificación de la producción agraria ecológica es competencia de las Comunidades Autónomas y se lleva a cabo mayoritariamente por

autoridades de control públicas, a través de Consejos o Comités de Agricultura Ecológica territoriales que son organismos dependientes de las correspondientes Consejerías o Departamentos de Agricultura, o directamente por Direcciones Generales adscritas a las mismas. Aunque algunas autoridades de control público se lo han autorizado a su vez a organismos públicos, como es el caso de Andalucía y Castilla La Mancha.

Como elemento diferenciador para que el consumidor pueda distinguir en el mercado los productos de la agricultura ecológica, todas las unidades envasadas, además de su propia marca y alguna de las menciones específicas de la agricultura ecológica, llevan impreso el código de la autoridad y organismo de control o un logo específico, con el nombre y el código de la entidad de control. También deberá ir impreso el logo comunitario de la AE, que es obligatorio desde el 1 de julio de 2010, en las condiciones establecidas en la normativa.

Todo ello significa que la finca o industria donde se ha producido o elaborado el producto, está sometida a los controles e inspecciones correspondientes de la autoridad o del organismo establecido al efecto en la respectiva comunidad autónoma. Constituye, a su vez, la única garantía oficial de que el producto responde a la calidad supuesta por el consumidor y cumple las normas establecidas en el Reglamento (CE) 834/2007 y el Reglamento (CE) 889/2008.

Junto con el logotipo debe aparecer el código de la autoridad de control y la etiqueta de origen de las materias primas: **AB-CDE-999-xx**



- **AB** – Código del país en el que tienen lugar los controles (código ISO de 2 letras, ES para España)
- **CDE** – Método de producción ecológica (“eco”, “öko”, “org”, “eko”, “bio”, etc.). Depende del país. (España usa ECO).
- **999** – Número de referencia de la autoridad de control.
- **xx** – En el caso de España, se incluye el código de la comunidad autónoma al que pertenece la autoridad de control (Madrid: MA, Andalucía: AN, Valencia: CV,...)
- Por ejemplo, el código: ES-ECO-008-AR; ES: corresponde a España, ECO: Ecológico, 008: Empresa CERTIAL, S.L, AR: Aragón

Todos los productos envasados, que hayan sido obtenidos de acuerdo a la normativa de producción agraria ecológica llevan en su etiquetado o publicidad los términos “ecológico”, “biológico” y “orgánico”, o sus diminutivos “eco”, “bio” y “org”, el código numérico de la autoridad u organismo de control que haya controlado la última manipulación antes de su venta al consumidor final, el logotipo de la UE y, si así lo establece la autoridad u organismo de control, el logotipo de dicha autoridad u

organismo . Según la procedencia de las materias primas con que se elaboró, llevará las indicaciones “Agricultura UE” (de la unión Europea), “Agricultura no UE” (de países terceros) o “Agricultura UE/no UE” (de ambas procedencias); “UE” y “no UE” podrán ser sustituidas por el nombre del país correspondiente si todas las materias primas proceden de ahí.

Logotipo del certificado ecológico europeo, en vigor desde julio de 2010.



COMITÉ ARAGONES DE AGRICULTURA ECOLÓGICA
Edificio Centrorigen Ctra. Cogullada, 65 - Mercazaragoza - 50014 Zaragoza
Tlfn: +34 976 47 57 78
Fax: +34 976 47 58 17
E-mail: caaearon@arrakis.es
Web: <http://www.caeearagon.com/>

1.5. Comercialización.

A la hora de comercializar este tipo de productos “bio”, se diferencian del resto, pues deberá llevarse a cabo en una unidad cuyos locales de producción, parcelas y, en este caso que estamos tratando, locales para almacenamiento y venta, deben estar claramente separados de cualquier otra unidad que no se produzca en conformidad con las normas contempladas en el Reglamento estudiado. La mínima separación que se exige, no solo es para los locales también para regadíos, almacenes de fitosanitarios, fertilizantes y cosechas, evidentemente tampoco se puede compartir.

Según las definiciones publicadas en el BOE; Ley 19/1995, de 4 de julio, de Modernización de las Explotaciones Agrarias:

Agricultores: se entiende como tal a aquél operador de producción primaria, cuya actividad consiste en la producción vegetal, sin incluir la distribución, transformación o comercialización de los productos obtenidos.

Colaboradores: operador cuya función consiste en la transformación de productos agrarios, es decir, cualquier operación para la conservación o la transformación de productos ecológicos, así como el envasado, el etiquetado o las alteraciones del etiquetado (por ejemplo, el re-etiquetado de productos) relativas al método de producción ecológico.

Distribuidores: operador cuya actividad consiste en la venta de productos ecológicos al consumidor final, siempre y cuando estos productos se encuentren envasados y etiquetados.

El problema de los agricultores ecológicos surge cuando se llega a la comercialización de la producción, que como depende bastante de la estacionalidad, no se tendrán todos los productos durante todas épocas del año. Al contrario ocurre con los productos

convencionales que si lo están en su mayoría y por tanto pueden tener un lugar fijo en los locales de venta (desde pequeños comercios a hipermercados).

Como estas producciones ecológicas no son grandes explotaciones cuentan con menos locales o más pequeños, por lo que los comerciales deben desplazarse hasta lugares más lejanos, es por ello que existen más formas de asociacionismo, para así llegar a ser más competitivos.

En Tarazona hemos encontrado otra forma de distribución que podríamos decir innovadora en la zona; se trata del modelo de negocio de José Carlos Sainz (Verduras y frutas ecológicas), el cual produce y distribuye a domicilio entre otras modalidades y del cual hablaremos más adelante.

2. ESTUDIO EMPÍRICO.

En cuanto a este apartado, como ya hemos comentado, nos desplazamos a los diferentes establecimientos para así posteriormente hacer los correspondientes cálculos y reflexiones tras la experiencia de haber tratado con las diferentes personas que componen el sector, continuando con un análisis de la problemática encontrada.

La principal problemática detectada es que en la Comarca se cuenta con un mercado interno escaso, a partir de conocer un poco más en profundidad el sector y la manera en la que se comercializa a través de los datos recabados, intentamos dar una serie de recomendaciones para pretender aumentar el consumo sobre todo interno.

Terminaremos mostrando los últimos datos conocidos sobre la agricultura ecológica en nuestra comarca de estudio así como un ejemplo del que podríamos llamar el nuevo agricultor ecológico y la realización de una matriz DAFO.

2.1. Evolución del sector y tendencias de la producción en la comarca de Tarazona y el Moncayo.

En este apartado conoceremos algunos datos interesantes sobre la agricultura ecológica de LA COMARCA. Seguidamente, en el próximo apartado, examinaremos un caso que nos ha llamado la atención; desde hace algunos años Jose Carlos Sainz ejerce como agricultor ecológico en LA COMARCA y podemos decir que es un claro ejemplo de innovación tanto en la zona como en el ámbito de la agricultura turiasonense.

Tras haber tratado con diferentes personas que se encuentran realizando su actividad económica en este sector, ya sea, desde el ámbito de la producción, de la comercialización y distribución, así como trabajadores y personas de LA COMARCA que se encuentran en contacto con este sector ecológico vamos a contrastar el resumen de los principales problemas con los que se encuentra el sector en cuestión, realizado por López Hernández (2014).

Con todos estos datos, más adelante comprobaremos que durante la última década la agricultura ecológica en LA COMARCA se ha incrementado.

2.1.1. Estadísticas

La presente ficha territorial es el resultado de compilar por área geográfica la información estadística disponible en las diversas áreas temáticas. Fecha de la última actualización: 31 de marzo de 2016.

A continuación se muestran datos sobre la superficie destinada a agricultura ecológica en la comarca de Tarazona y el Moncayo:

(Dónde una hectárea equivale a 10.000 metros cuadrados).

Agricultura ecológica	Comité Aragonés de Agricultura
Superficie total inscrita en agricultura ecológica	118,0 Hectáreas
Superficie calificada en agricultura ecológica	53,7 Hectáreas
Superficie calificada en reconversión	2,8 Hectáreas
Superficie calificada en primer año en prácticas	4,2 Hectáreas

En la siguiente tabla se muestran las explotaciones y el número total de trabajadores actuales en este campo:

Agricultura ecológica		Unidades de trabajo total	509
Número de explotaciones	3	Unidades de trabajo que son asalariados	132
Superficie (Ha)	38,7	Unidades de trabajo que son mano de obra familiar	378

Fuente: Censo agrario, 2009. INE-IAEST. El Censo agrario es una operación estadística que se realiza cada 10 años.

“Con la presencia vigilante del Moncayo y sus cumbres nevadas presidiendo el paisaje, la comarca de Tarazona y el Moncayo nos ofrece una amplia variedad de alimentos de calidad. Este territorio está marcado tanto por la orografía como por el Cierzo, un viento seco y frío del Noroeste que aparece en cualquier época del año, pero especialmente en invierno y primavera” (Revista municipal de Tarazona y el Moncayo).

2.1.2. Estudio del caso Jose Carlos Sainz: El agricultor ecológico turiasonense.

Un perfecto caso de productor ecológico es el de José Carlos Sainz, que ya hace más de ocho años decidió dar un giro radical a su vida laboral para dedicarse a la agricultura ecológica. En la actualidad se encuentra cultivando más de siete hectáreas, algunas de estas arrendadas. Dos hectáreas están dedicadas a frutales y el resto, a hortalizas, con 3.000 metros de invernaderos.

Su sistema de trabajo está orientado a tener producción anual, dado que comercializa buena parte de sus frutas y hortalizas directamente al consumidor, lo que supone el 30% de sus ventas. Otro porcentaje similar lo distribuye también directamente a través de un mercado de productos ecológicos que se celebra semanalmente en Zaragoza.

En Tarazona cuenta con una importante clientela fija a la que cada semana le envía una cesta con los diferentes productos de temporada por un precio que es considerado asequible por los consumidores de la comarca, 10 euros a la semana, además, si los clientes quieren media docena de huevos ecológicos el importe aumenta a 12 euros. Según José Carlos Sainz, "la mayoría compran no sólo porque sean ecológicos, sino porque son productos locales de temporada, frescos y que se los sirvo a domicilio; con la ventaja de que recolecto por la mañana y por la tarde ya lo tienen en casa", este es el efecto sentimental de consumo de productos locales. Este eco agricultor está convencido de que ésta es la mejor vía para distribuir los alimentos ecológicos, y más en una zona reducida como la comarca de Tarazona, ya que muchas veces los potenciales consumidores se frenan a la hora de comprarlos por su elevado precio. La comercialización, y la venta desde el agricultor al comercio minorista en nuestra zona elevaría el precio al menos un 15%, de este modo al ser productos directamente obtenidos del agricultor, el precio deja de ser un freno para su consumo.

Nuestro productor procura tener cultivos variados, pequeños y de producción escalonada. En invierno, uno de los productos más significativos es el cardo rojo, típico de la zona, así como las borrajas, acelgas, coles, puerros, zanahorias... Además del cardo rojo, cultiva otros productos autóctonos, como la denominada "judía traper", muy utilizada en todo tipo de guisos. Esta zona de Aragón está incluida en el ámbito geográfico del Espárrago de Navarra, pero, según José Carlos Sainz, "ha desaparecido casi por completo debido a las importaciones desde China que han hecho que no sea rentable".

Este productor de la zona señala que las características de la comarca son ideales para los productos hortofrutícolas, por altitud, clima, suelo y calidad del agua, que viene directamente del Moncayo. Además, cree que reúne las condiciones idóneas para la agricultura ecológica, porque en el entorno "no existen grandes superficies de cultivo de cereales, ni contaminación ambiental".

Con este caso podemos observar una forma distinta de consumo de productos ecológicos en LA COMARCA, que además incentiva a la población a consumir estos productos por ser económicos y de calidad, con la ventaja de que te los llevan a casa para mayor comodidad. En este apartado, Jose Carlos confirma uno de nuestros objetivos, que la mayoría de su clientela no solo compra por ser un producto ecológico sino que además tiene una gran influencia el hecho de que sean productos locales.

2.1.3. Problemática con la que se encuentra.

Citamos **en negrita** los problemas que podemos encontrar a nivel nacional en el campo de la agricultura ecológica y a continuación conocemos la opinión de algunos especialistas en distintos sectores relacionados con la ecología o el medioambiente para saber si están de acuerdo con la afirmación expuesta.

De esta forma podemos observar las diferencias de la problemática con la que se encuentra la agricultura ecológica entre el nivel nacional y a nivel de nuestra Comarca.

Entrevistamos a algunos expertos para que nos den su opinión sobre las afirmaciones mencionadas anteriormente; Mayte Latorre Villar, propietaria de una herboristería en la ciudad de Tarazona. Mayte cuenta con la experiencia de 38 años al mando de este negocio y ha podido ser testigo de la evolución en el consumo de productos ecológicos en LA COMARCA. Otro de nuestros colaboradores es Andrés Omeñaca Morales, monitor medioambiental del Ayuntamiento de Tarazona desde hace 13 años y en continuo trato con todo tipo de agricultores de LA COMARCA. A continuación entrevistamos a Cristina Pascual Del Río, una joven ecodiseñadora de 25 años muy comprometida con el medioambiente y consumidora de productos ecológicos de la zona. Por último contamos con la colaboración de Miguel Marquina Gómez, de profesión agricultor desde hace 43 años y posee fincas propias en LA COMARCA. Contamos también con el citado eco-agricultor Jose Carlos Sainz.

- **El producto es percibido como alimento de lujo y se considera caro, haciendo que haya menor consumo interno:** los entrevistados coinciden en que el producto ecológico es percibido en algunos casos como alimento “de lujo” y es sabido que estos alimentos tienen un precio más elevado que los productos convencionales, en cualquier caso los consumidores de los mismos no ven una diferencia en precio abismal y no les importa una cantidad mayor si repercute positivamente en su salud” (en nuestra Comarca, más adelante concluiremos que por una serie de factores este consumo interno puede considerarse más elevado que la media española).
- **El producto es percibido como alimento de lujo y se considera caro, haciendo que haya menor consumo interno:** nuestros expertos opinan que el producto ecológico es percibido en algunos casos como alimento “de lujo”, ya que tienen un precio más elevado que los productos convencionales; en cualquier caso, sus consumidores no ven una diferencia en precio abismal y no les importa una cantidad mayor si repercute positivamente en su salud. En nuestra Comarca, más adelante concluiremos que por una serie de factores este consumo interno puede considerarse más elevado que la media española.
- **Se exige un alimento con buena presencia pero mínimamente tratado:** esto dependerá del tipo de alimento que se vaya a consumir, los alimentos con certificación ecológica, ya envasados, se presentan igual o incluso mejor en muchos casos que un producto que se encuentra en cualquier supermercado, por otro lado cualquier tipo de vegetal o fruta ecológica recién cogida del campo puede no tener la misma apariencia que la que podamos encontrar en el súper pero es percibido como un producto más sano”.
- **Depende de factores no controlables como los atmosféricos, mayores plagas y enfermedades:** es una desventaja para la agricultura ecológica ya que al no poder utilizar gran cantidad de productos para combatir tanto plagas como enfermedades, por ser creados por la industria química, como es el caso de la agricultura convencional, los agricultores ecológicos tienen más trabas para sacar adelante toda su producción. Andrés nos comenta que existe un tipo de

sistema llamado permacultura aplicable a la agricultura ecológica "sistema basado en los principios de la ecología" en el cual todo lo usado como abonos, pesticidas y demás materias necesarias para el cultivo son de origen orgánico pero opina que no sería una forma de cultivo muy rentable para el agricultor.

- **Hay un porcentaje reducido de agricultores ecológicos del total de la actividad agraria, que origina una situación de desventaja:** para los agricultores ecológicos de nuestra zona, el hecho de que no encontremos gran cantidad de este tipo de trabajadores es una ventaja para los que hay, ya que así tienen menos competencia.
- **Falta de información y formación del agricultor para afrontar la reconversión ecológica de su plantación incluso algunas producciones cuentan con numerosos limitantes o pocos incentivos para su reconversión. Presencia de explotaciones de cultivos transgénicos que contaminan el medioambiente y pueden contaminar explotaciones ecológicas:** hoy en día tanto los agricultores, como cualquier persona interesada en este campo, tienen muchas facilidades para acceder tanto a información como a formación para dedicarse a la agricultura ecológica. Para ello es necesario una reconversión del terreno y este paso es el que es muy costoso. La principal traba a esta reconversión es la cercanía a cualquier cultivo transgénico que sin cierto aislamiento contaminaría fácilmente un cultivo ecológico. Mismamente el agua que se utiliza para regar los cultivos convencionales ya está contaminada con restos de sustancias químicas de terrenos colindantes. Como en la mayoría de los lugares dedicados a la agricultura, en nuestra Comarca encontramos gran cantidad de hectáreas pertenecientes a diferentes agricultores y muchos de ellos cultivan productos transgénicos lo que imposibilita esas zonas para producción ecológica.
- **Algunas producciones tienen condicionada su rentabilidad a la concesión de subvenciones por parte de la Administración. Dependencia de la voluntad de las Consejerías de Agricultura autonómicas para la concesión de ayudas:** las subvenciones en este campo son bastante importantes ya que muchos agricultores dependen de ellas, si hablamos de agricultura ecológica existe un régimen especial donde la cuantía de la subvención es mayor por estar favoreciendo al medioambiente.

Algunos de estos problemas se han ido mejorando a lo largo de los años; una vez el mercado y las instituciones se han ido especializando, los agricultores que se van integrando y cada vez están más preparados pues necesitan conocer técnicas específicas para llegar a contar con una producción fructífera. Por tanto pasa a no ser solo cosa de zonas aisladas, llegando cada vez a haber más asociacionismo⁽⁴⁾ que crea sobre todo puntos de encuentro entre puntos de venta y agricultores para así evitar las prácticas abusivas por parte de los vendedores. Además la población cada vez exige mayor oferta por mayor conocimiento de los productos.

De este punto podemos concluir que la problemática que se da en LA COMARCA es adaptada a un territorio más reducido donde la competencia es mucho menor que en otros lugares. Aun siendo un producto con mayor precio, también es percibido como un producto con mayor valor por ser un producto local además de ser adecuado para la salud, esto hace que los consumidores de LA COMARCA se decanten en un porcentaje mayor a comprar productos ecológicos frente a los convencionales (como muestran los datos del apartado 3). En LA COMARCA, podemos encontrar con gran facilidad tanto productos envasados con una presencia como la que es habitual en las grandes y medianas superficies como productos ecológicos recién recogidos del campo, esto último es más difícil de conseguir en grandes ciudades. El hecho de que no encontremos gran cantidad de agricultores ecológicos o tiendas especializadas con este tipo de productos es una peculiaridad del comercio a nivel local, en nuestro caso concluimos que en vez de ser una desventaja, para nuestros agricultores ecológicos y comercios de este tipo es una ventaja por tener menos competencia, podríamos hablar de un “oligopolio” de venta de productos ecológicos” y por tanto descartamos que sea un problema.

Sobre los demás puntos mencionados como problemática en este sector, a grande rasgos podemos concluir que son coincidentes con el nivel nacional; factores no controlables, reconversión, dependencia de subvenciones...

2.2. DAFO.

En este apartado realizamos la matriz DAFO a partir de la información recabada hasta este punto, ayudándonos de las entrevistas a los especialistas del sector en nuestra Comarca.

Tabla 2. DAFO de la situación del mercado ecológico en LA COMARCA.

	DEBILIDADES	FORTALEZAS
AMENAZAS	Oferta y demanda escasa y aislada, dificulta un ritmo regular. Percepción de precio caro e identidad difusa del producto frente a otros.	Dependencia de ayudas estatales. Escaso desarrollo en los sectores complementarios del mercado.
OPORTUNIDADES	Escasa penetración del producto en el mercado convencional. Mercado en consonancia con las principales tendencias del consumo actual.	España es uno de los países que lidera las exportaciones de productos ecológicos lo que favorece los mercados locales. Sector de mercado en crecimiento continuo. Buena calidad del producto en el mercado interno. Oligopolio local

3. EVOLUCION Y CARACTERIZACION DE LA TIPOLOGIA Y PERFIL SOCIODEMOGRAFICO DEL CONSUMIDOR DE ALIMENTOS ECOLOGICOS EN TARAZONA (VS ESPAÑA). ⁽²⁾

A continuación, vamos a comparar los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada a los ciudadanos LA COMARCA con los datos de la encuesta de 2014 publicada por el Ministerio de Agricultura y Medio Ambiente a nivel de España, extrayendo así el perfil del consumidor ecológico en la zona de estudio.

Objetivos principales:

- Conocer el grado de conocimiento sobre los productos ecológicos y su nivel de consumo en la actualidad en la provincia de Tarazona y el Moncayo, comparando estos datos con los obtenidos a nivel de España en el año 2014.
- Caracterizar y comparar con la obtenida en España en 2014 la tipología, perfil sociodemográfico y geográfico de los consumidores de productos ecológicos.
- Determinar los principales motivos y barreras en el consumo de productos ecológicos en la zona estudiada y compararlos con los motivos a nivel de España.
- Determinar el peso, caracterización y evolución de las tipologías de los consumidores según los distintos estilos de vida y las actitudes hacia lo ecológico y la salud.

Metodología: Ficha técnica del estudio cuantitativo.

Tipo de entrevista	Entrevista Online de duración aproximada 10 minutos.
Universo	Población general de la comarca de Tarazona y el Moncayo entre 18 y 69 años representativa en cuanto a sexo, edad, hábitat y zona geográfica.
Muestra	n=102 con n=82 consumidores ecológicos.
Error muestral	10%
Ponderación	Muestra ponderada según las principales características sociodemográficas: sexo, edad, clase social, tamaño de hábitat; para garantizar una muestra representativa de la actual población de la comarca de Tarazona.
Ámbito	Local.
Trabajo de campo	Febrero-Julio 2016.

Las tablas y gráficos especificarán la unidad en la que se muestran los resultados (medias, porcentajes, etc., así como la base sobre la que están calculadas).

A la hora de interpretar las comparaciones, es necesario tener en cuenta el transcurso de dos años entre ambos estudios, en los cuales es de esperar que el consumo de productos ecológicos en España haya experimentado un comportamiento alcista, a pesar de la crisis de nuestra economía. Así lo afirma un estudio de EcoLogical (2016).

3.1 ¿Cuántos identifican y consumen los productos de alimentación ecológicos? (criterios de selección).

3.1.1. *Identifica la etiqueta oficial y la relaciona correctamente con los productos objeto de estudio.*

Respuestas correctas:



Sello oficial por comunidades autónomas para la certificación de alimentos procedentes de la agricultura ecológica.



Sello oficial de alimento elaborado de manera ecológica en la Unión Europea (UE). A partir de julio 2010, nuevo y único logotipo obligatorio certifica que el producto que la lleve ha pasado los exigentes controles europeos para este tipo de alimentos.







Sello oficial de la Unión Europea para la certificación de alimentos procedentes de la agricultura ecológica.



Es el símbolo internacional sin gluten.

Tabla 3. Porcentajes de identificación de etiquetas oficiales. (T=Comarca de Tarazona y el Moncayo año 2016, E=España año 2014)

Imágenes mostradas a los encuestados					
¿Ha consumido en alguna ocasión productos de alimentación con esta etiqueta? (% Sí)	T	57,84%			
	E	36,48%			
¿A qué tipo de producto lo relaciona usted?(% acierto)	T	13,73%	18,63%	31,37%	73,53%
	E	35,2%	4,7%	36,3%	7,7%

Con nuestra muestra extraída por medio de encuesta, obtenemos que el 57,84% de los encuestados afirma haber consumido productos con alguna de estas etiquetas en LA COMARCA. Porcentaje significativamente más elevado que en la muestra a nivel español, donde el 36,48% de los encuestados han consumido productos con alguna de las etiquetas en cuestión

Sobre los conocimientos de los consumidores respecto las etiquetas mostradas no podemos extraer información significativa. Vamos a destacar el alto grado de conocimiento sobre los productos sin gluten en nuestra comarca, esto puede deberse a que encontramos un alto porcentaje de habitantes con algún familiar, amigo o conocido celiaco. Estos consumidores afirman que cada vez encontramos más establecimientos turiasonenses (bares, restaurantes y comercios) con este tipo de productos ya que su demanda se incrementa en los últimos años.

Hablamos con Carmen Lorente, una chica celiaca de 23 años que realiza nuestra encuesta y afirma: “Además de que cada vez hay más productos sin gluten en las

tiendas de Tarazona corrientes, cosa que antes solo encontraba en tiendas especializadas como en herboristería o grandes superficies en ciudades, cada vez hay más productos en bares. Ahora puedo salir a tomar tapas (hay cartas para celíacos) incluso en la mayoría de los locales puedo tomarme una cerveza. Eso sí, es un poco más cara que la convencional.”

3.1.2. Ser capaz de identificar criterios que definen a este tipo de productos.

¿Cuál de las siguientes definiciones corresponde a un alimento ecológico? (se mostraban 3 opciones, 2 erróneas y una correcta)

Respuesta correcta:

Un alimento ecológico es aquel que ha sido producido sin usar pesticidas ni fertilizantes sintéticos sino solamente naturales y evita todo tipo de alteración transgénica respetando el sistema natural o ecosistema donde se desarrolla el producto.

Tabla 4. Porcentajes de respuesta correcta sobre la definición de alimento ecológico.

	Opción correcta (sobre el total de la muestra)
Tarazona	79,41%
España	37,4%.

En nuestra muestra el 79,41% de los encuestados eligen la opción correcta, por el contrario a nivel de España encontramos que la opción correcta ha sido elegida por el 37,4%.

Esta diferencia significativa deducimos que es debida al mayor conocimiento sobre agricultura ecológica de una zona rural en contraposición con la media española.

3.1.3. Consume alimentos ecológicos por lo menos una vez al mes.

¿Con qué frecuencia consume algún producto de alimentación ecológico? (**al menos una vez al mes para ser considerado consumidor ecológico**)

Tabla 5. Porcentajes de consumidores ecológicos sobre la muestra total.

	Porcentaje sobre el total de consumidores catalogados como ecológicos.
Tarazona	80,39%
España	29,3%

En LA COMARCA, el 80,39% de la muestra afirma consumir al menos una vez al mes productos ecológicos mientras que a nivel español el porcentaje desciende a 29,3%.

Como hemos comentado en el anterior apartado, la cercanía al medio rural además de la tendencia creciente a consumir productos ecológicos hace que los habitantes de la Comarca tengan preferencia por este tipo de productos. Un factor que debemos mencionar es la cercanía y facilidad para conseguir estos productos ya que la zona cuenta con un agricultor- distribuidor que reparte los productos ecológicos de temporada a domicilio semanalmente y del cual ya hemos hablado.

Vamos a tomar este porcentaje de personas que consumen al menos una vez al mes productos ecológicos como referencia para continuar con el estudio por lo que de la muestra de 102 personas, 82 van a ser considerados consumidores ecológicos.

3.1.4. Análisis de diferencias.

Esta elevada diferencia en los datos expuestos anteriormente puede deberse a la gran cultura agraria que se da en la zona estudiada, donde encontramos la tendencia no muy lejana en el tiempo del cultivo ecológico, por no ser una comarca significativamente grande (de unos 14.000 habitantes), casi todos los ciudadanos son conocedores de este tipo de alimentos locales. Ya sea por salud, moda o incluso recomendación (por los datos extraídos de las encuestas previamente realizadas), un gran porcentaje de LA COMARCA está familiarizado con los productos ecológicos. Además no solo encontramos productos que son comprados directamente al agricultor, también existen tiendas con zonas especializadas y herboristerías donde los consumidores afirman que han conocido en mayor medida los logos expuestos anteriormente. La mayoría de los encuestados afirman tener algún familiar, amigo o conocido entendedor de la agricultura ecológica (lo que más nos sorprendió al preguntar sobre este tema, es que al hablar de agricultor muchos imaginamos a un hombre de avanzada edad que se ha dedicado toda la vida al cultivo pero al hablar de agricultura ecológica este perfil se queda anticuado dando paso a un agricultor mucho más actual, como es el caso de José Carlos Sainz, vecino de Tarazona que se ha convertido en un conocido “eco-agricultor” en la zona).

3.2. Perfil del consumidor de productos ecológicos.

Tabla 6. Porcentajes de consumo según el sexo.

SEXO		TOTAL MUESTRA	ECOLÓGICOS	NO ECOLÓGICOS
		n=102	n=82	n=20
MUJER	T	55%	53,66%	55%
	E	51%	53%	50%
HOMBRE	T	47%	46,34%	45%
	E	49%	47%	50%

Podemos afirmar, en general, las mujeres son ligeramente más proclives a consumir productos ecológicos tanto en la zona estudiada como a nivel español aunque esta diferencia se incrementa ligeramente en LA COMARCA. Esto puede deberse a que las consumidoras de nuestra zona suelen ser las que tienen la decisión de compra además de tener mayor preocupación por la salud.

Tabla 7. Porcentajes de consumo según la edad.

EDAD		TOTAL MUESTRA	ECOLÓGICOS	NO ECOLÓGICOS
		n=102	n=82	n=20
<35 años	T	47,06%	47,57%	45%
	E	31%	26%	33%
35-44 años	T	19,61%	19,51%	20%
	E	25%	24%	25%
45-54 años	T	19,61%	19,51%	20%
	E	21%	26%	19%

>54 años	T	13,73%	13,41%	15%
	E	23%	23%	23%

Si hablamos sobre el grupo definido como “ecológicos” las diferencias más significativas en torno a la edad las encontramos en los menores de 35 años y en los mayores de 54; en el primer grupo (a nivel turiasonense) destaca que son el rango con mayor tendencia a consumir productos ecológicos, con la encuesta realizada podemos decir que esto es debido a la fama de estos productos entre los consumidores más jóvenes y más preocupados por su salud, además este porcentaje es mayor que a nivel español, dónde la distribución por edades es bastante más constante.

Sobre el segundo grupo que mencionamos, los mayores de 54, en nuestro ámbito local son más escépticos respecto al consumo de productos ecológicos y prefieren consumir los productos convencionales como “los de toda la vida”.

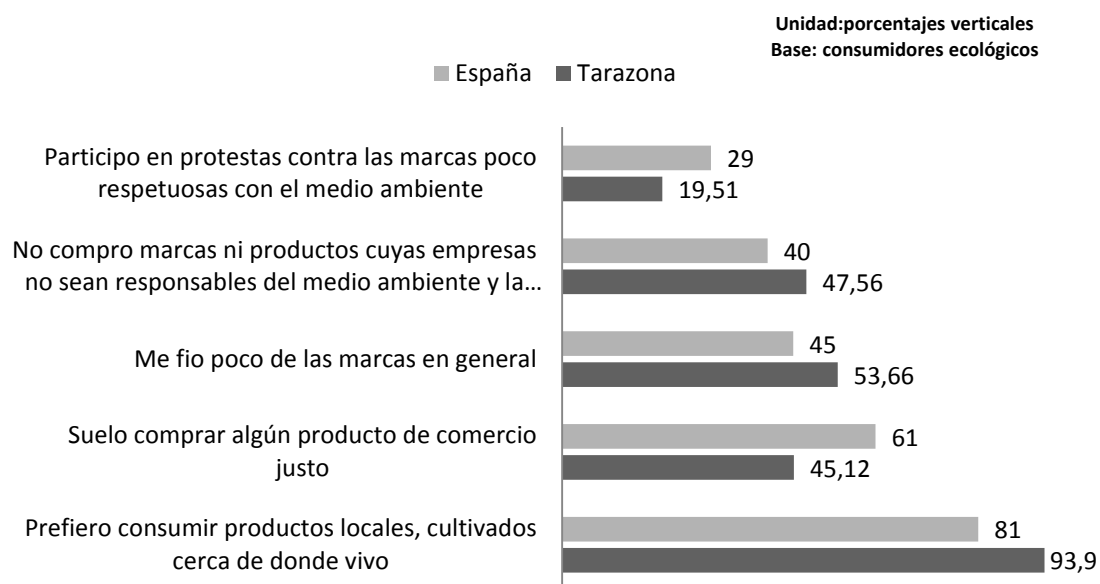
3.3. Actitudes y comportamientos del consumidor ecológico (efecto sentimental).

3.3.1. Respeto a las marcas.

Del estudio a nivel español se obtiene que se prefiere consumir productos próximos a su entorno y de comercio justo, sin dar relevancia a las marcas.

En LA COMARCA destaca que los consumidores ecológicos tienen una preferencia mayor por productos locales, el porcentaje es menor al hablar de productos de comercio justo y de protestas, ya que al no ser una comarca excesivamente grande las opciones son limitadas. Por otro lado, aunque con un poco más de ímpetu, tampoco dan gran importancia a las marcas (seguimos la definición que da la WFTO de comercio justo).

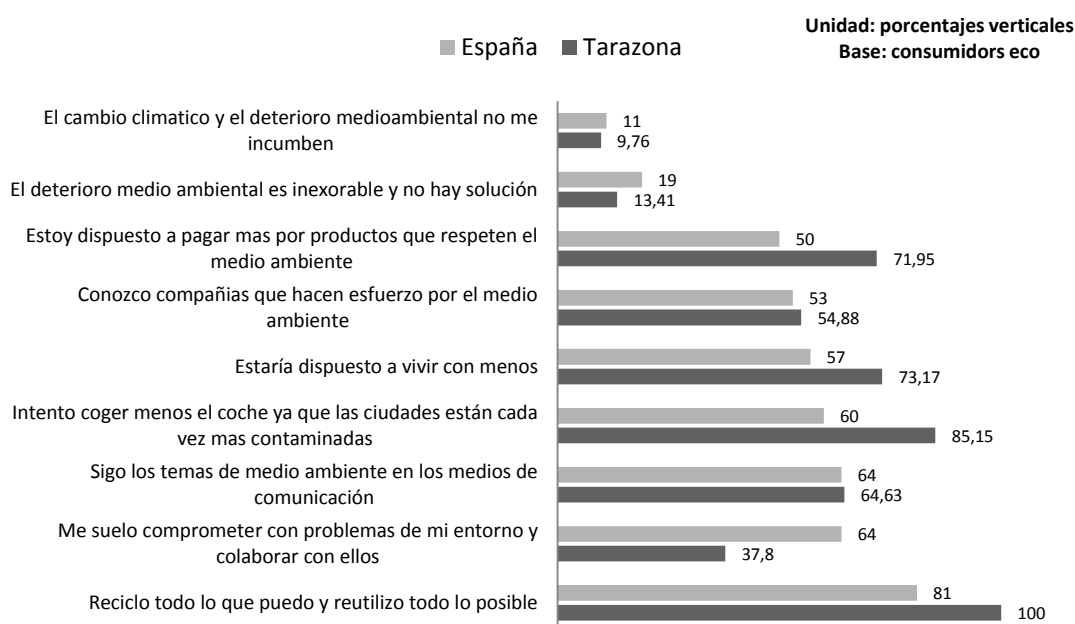
Gráfico 1. Actitud de los consumidores respecto a las marcas.



3.3.2 Respeto al medio ambiente.

Observando el gráfico 2, también encontramos que en España las personas están comprometidas con la sostenibilidad y el medio ambiente. Este dato se mantiene en nuestro nivel local viéndose incluso incrementado si hablamos de reciclaje, uso del vehículo o mayores pagos por productos respetuosos con el medio ambiente.

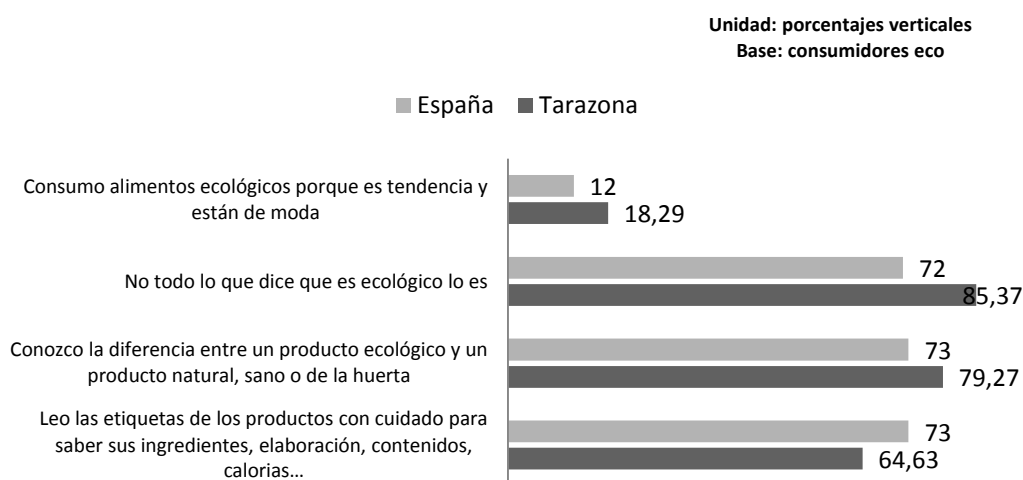
Gráfico 2. Actitud de los consumidores respecto al medioambiente.



3.3.3 Respeto a la información de los productos.

Los consumidores españoles están bien informados, leen las etiquetas de los productos que compran y saben identificar el auténtico producto ecológico. No se da una diferencia significativa en el entorno local que estudiamos, se da una mayor desconfianza hacia los productos que dicen ser ecológicos y una mayor distinción entre productos ecológicos y productos sanos o de la huerta.

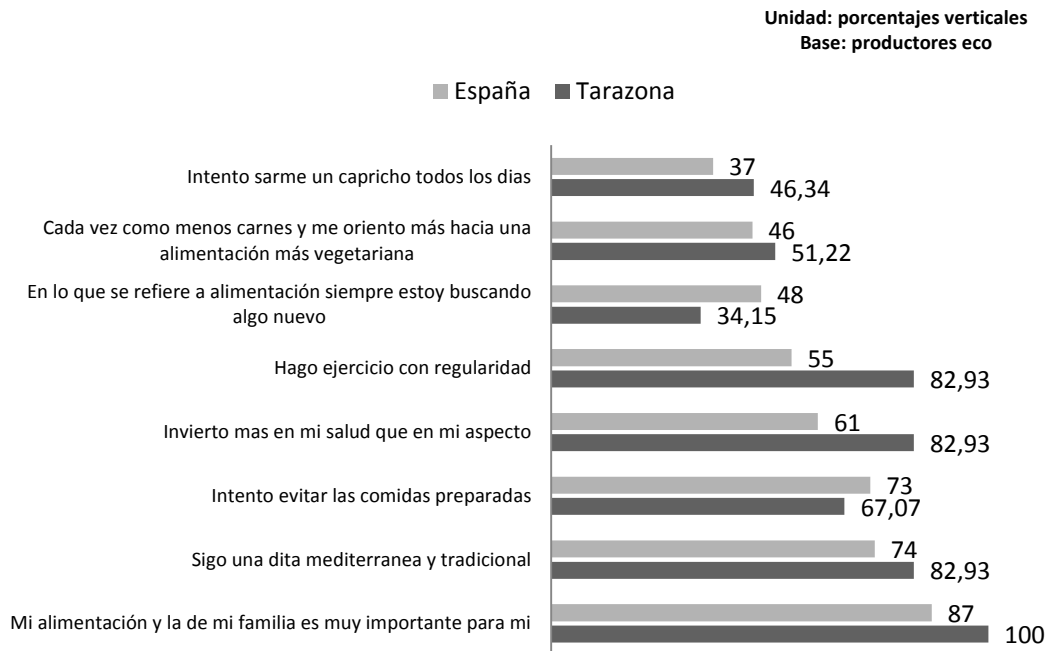
Gráfico 3. Actitud de los consumidores respecto a la información que proporcionan los productos ecológicos.



3.3.4. Respecto a la preocupación por la salud.

La preocupación por la salud y la nutrición es un aspecto que comparten la gran mayoría de los consumidores en España, lo mismo ocurre en LA COMARCA, aunque los porcentajes se incrementan en unos puntos en la mayoría de las preguntas a excepción de la innovación en alimentación, y que no les importa tanto consumir comidas preparadas aun siendo preferente evitarlas.

Gráfico 4. Actitud de los consumidores respecto a la preocupación por la salud.

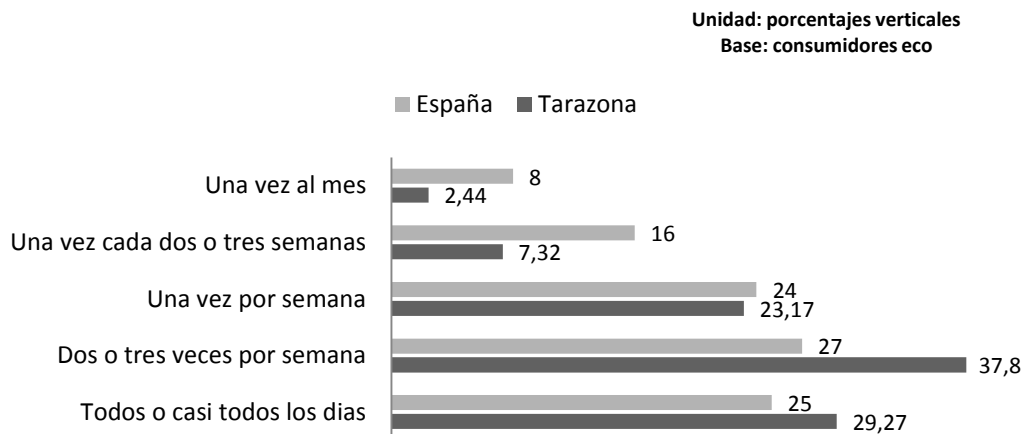


3.3.5. Respecto a la frecuencia de consumo.

La frecuencia media de consumo de productos ecológicos en España es de más de dos veces por semana. Sabemos por el estudio del Gfk que el porcentaje de los que consumen prácticamente a diario aumenta en los últimos años.

Como podemos observar en el gráfico 5, los consumidores ecológicos de LA COMARCA se caracterizan por ser consumidores más habituales que a nivel español.

Gráfico 5. Actitud de los consumidores respecto a la frecuencia de consumo.



3.3.6. Respetto a los productos ecológicos más consumidos.

Los vegetales y la fruta son los productos ecológicos más consumidos en España, un dato significativo es el consumo de vegetales y verduras frescas entre estos consumidores ecológicos. Lo mismo ocurre en LA COMARCA donde destaca el consumo de estos productos por encima del nivel nacional.

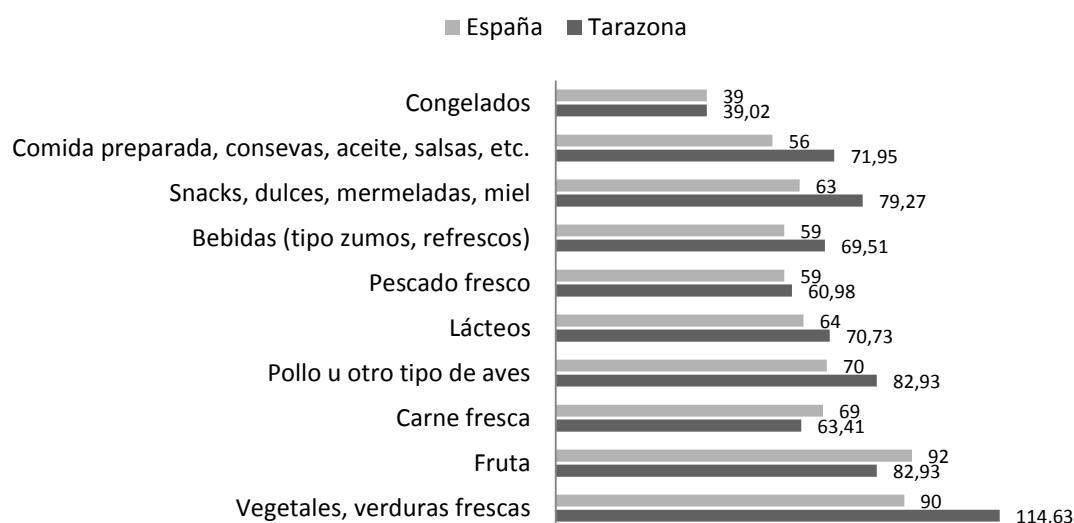
Vamos a destacar el alto porcentaje de nuestra comarca en el grupo “snacks, dulces, mermeladas y miel” ya que encontramos varios productores de este tipo de alimentos en la rama de productos ecológicos que venden gran parte de su producción directamente al consumidor ya que ésta es escasa.

Encontramos miel “la Carrasca de Moncayo” siendo esta miel de las flores del Parque Natural de la Dehesa del Moncayo dónde los árboles dominantes son las carrascas y los rebollos, entre los que crecen las flores que dan el néctar del que procede la miel.

Así mismo encontramos la Cooperativa agraria San Atilano que fabrica aceite de oliva virgen extra de calidad superior obtenido de aceitunas de la mejor calidad de la Sierra del Moncayo. Posee un secadero de maíz propio que utiliza como único combustible la cáscara de almendra: toda la energía que necesita la instalación para tratar el maíz de los socios proviene de esta fuente de energía renovable. También comercializan maíz exclusivamente en variedades no OGM no transgénico y con trazabilidad certificada.

Gráfico 6. Actitud de los consumidores respecto los productos ecológicos más consumidos.

Unidad: porcentajes verticales
Base: consumidores eco



3.3.7. Respecto a los alimentos ecológicos responsables del inicio en el consumo.

La fruta y la verdura son en España los alimentos ecológicos por los que la mayoría del eco consumidor inicia el consumo de este tipo de productos. Por el contrario, en nuestra comarca a parte de los vegetales destaca la categoría “otros” dónde encontramos distintos tipos de productos por los cuales los consumidores de esta zona comienzan a consumir. Algunos de estos productos como acabamos de mencionar son miel, mermelada, productos energéticos o pan de espelta (producto muy demandado por las consumidoras ecológicas, las cuales afirman en su mayoría que lo consumen por estar realizando dietas). Los dos últimos productos mencionados son adquiridos en herboristería.

Tabla 8. Actitud de los consumidores respecto a los alimentos ecológicos responsables del inicio de consumo.

	Tarazona	España
VEGETALES	84,15%	37%
FRUTA	30,49%	32%
LÁCTEOS	9,76%	14%
OTROS	52,44%	17%

3.3.8. Respecto a los motivos tanto iniciales como para continuar en el consumo

En España, la preocupación por la salud es el primer motivo, tanto para iniciarse en el consumo de alimentos ecológicos, como para continuar con el mismo. Son productos que se perciben más naturales y de calidad superior. Encontramos un comportamiento similar en LA COMARCA junto con una preocupación importante por el medio ambiente. Esto último es importante para los consumidores de LA COMARCA, la

mayoría coinciden en que el hecho de vivir tan cerca del Moncayo les influye a lo hora del respeto hacia el medioambiente.

Tabla 9. Actitud de los consumidores respecto a los motivos iniciales y de continuación del consumo de productos ecológicos. (Datos en porcentajes sobre el total de consumidores ecológicos)

	Salud	Sin productos síntesis	Calidad	Sabor	Cuidar naturaleza	Alimentación elementos naturales	Animales sanos	Vienen del campo	Nutrientes	Por probar	Por recomendación
Motivos inicio (T)	76,83	75,61	50	4,88	73,1	59,76	56,1	40,24	35,37	12,2	32,93
Motivos inicio + motivos continuar	10,98	12,2	4,88	48,78	12,2	13,41	13,41	26,83	3,66	51,22	41,46
Motivos inicio (E)	21	20	11	7	9	5	3	5	3	5	2
Motivos inicio + motivos continuar	51	47	40	37	36	32	24	21	17	7	7

3.3.9. Respecto a los principales motivos de consumo.

Los principales motivos para consumir productos ecológicos en España son la salud así como por la calidad superior de estos alimentos y su crecimiento sin pesticidas o químicos. En nuestra muestra local encontramos una diferencia significativa; con un porcentaje elevado (76.83% frente a 51% a nivel español) los consumidores de LA COMARCA consumen principalmente tanto por salud como por el cuidado de la naturaleza sin dar mucha importancia al sabor de estos productos.

La mayor diferencia entre ambos niveles es la que podríamos llamar preocupación por el medio ambiente, como ya hemos comentado anteriormente, los datos revelan una mayor concienciación en los consumidores de LA COMARCA.

3.3.10. Respecto al tiempo de consumo.

El consumidor español de alimentos ecológicos muestra una media de más de 8 años, 8,3 años exactamente, consumiendo este tipo de productos, dato que se ha visto incrementado desde 2011 cuando se observaba una media de 5,7 años. En el año actual, en LA COMARCA se da una media de 6,83 años de consumo ecológico (ver Figura 2). Podríamos decir que esta moda se implanta en nuestro territorio unos años más tarde que en las grandes ciudades.

Gráfico 7. Actitud de los consumidores respecto al tiempo de consumo.

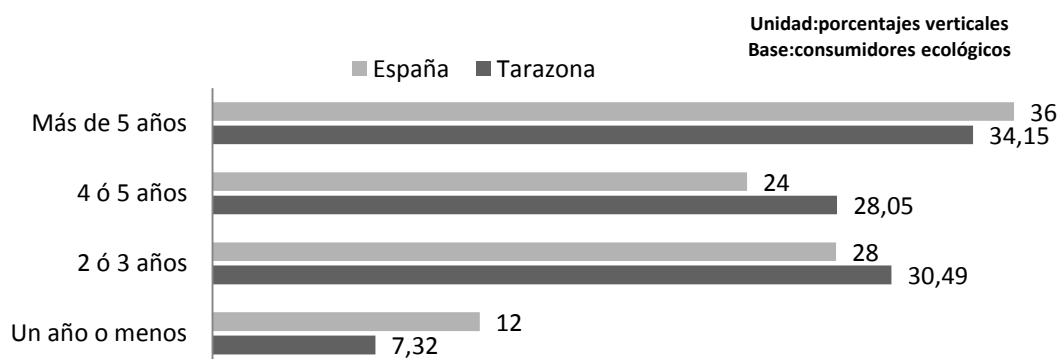
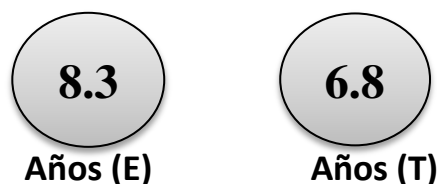


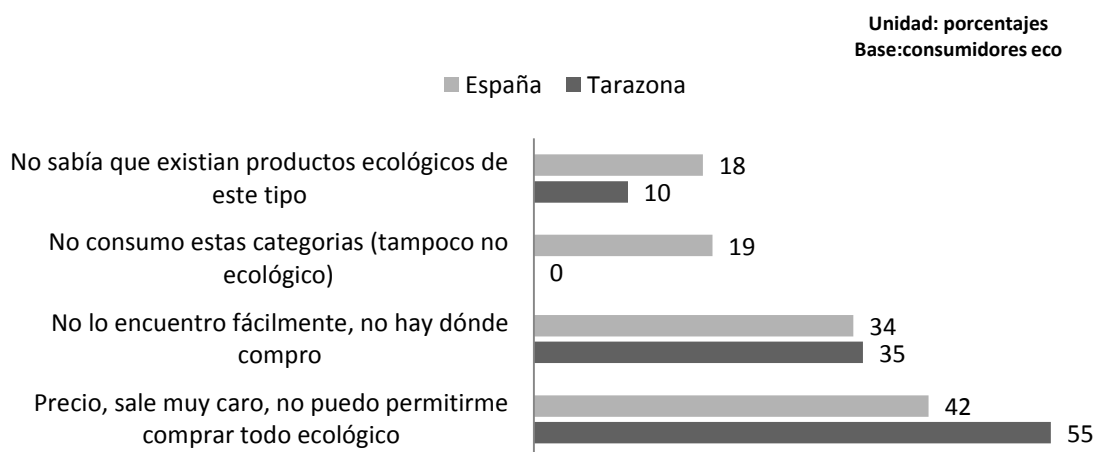
Figura 2. Media de años de consumo de productos ecológicos.



3.3.11. Respecto a los motivos principales para no consumir.

El precio y la baja disponibilidad son los motivos principales por los que no se consumen algunas categorías en su variedad ecológica. El precio ha cobrado especial relevancia tanto en España como a nivel local. Podemos destacar por los datos recabados, que en LA COMARCA, los consumidores son más conocedores de este tipo de productos.

Gráfico 8. Actitud de los consumidores respecto a los motivos para NO consumir productos ecológicos.



3.3.12. Respecto a datos de consumo.

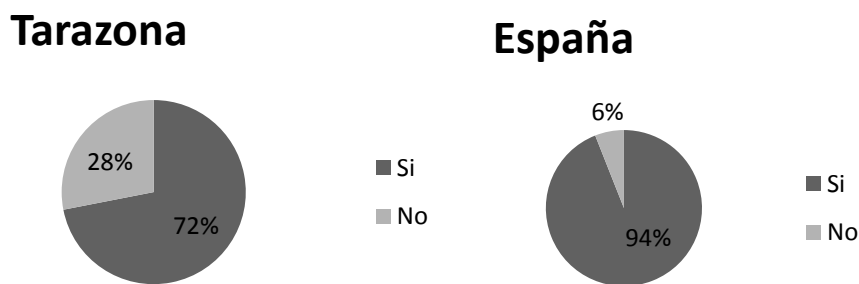
En la Tabla 10 vemos que los productos ecológicos representan en España (en media) el 28% del total de alimentos adquiridos por estos eco-consumidores encuestados, a su vez, en LA COMARCA podemos observar este porcentaje aumenta a un 32,93%. Estos consumidores están en ambos casos interesados en aumentar el porcentaje de consumo de productos ecológicos (ver Gráfico 9). El alto precio y la baja disponibilidad son en ambas categorías, los motivos principales por los que no se incrementa el consumo (ver Gráfico 10).

Tabla 10. Porcentaje de productos ecológicos que demandan los consumidores ecológicos respecto del total de consumo.

	Tarazona	España
% Productos ecológicos que consume	32,93%	28%

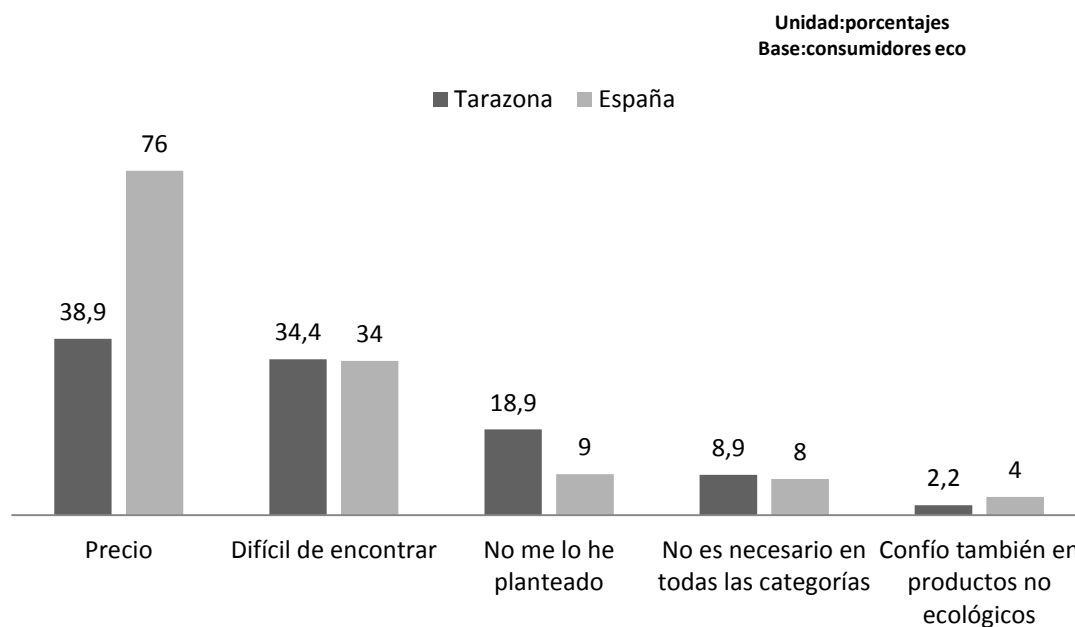
¿Le gustaría aumentar ese porcentaje? Encontramos una diferencia significativa en el porcentaje de personas que desearían aumentar el consumo de alimentos ecológicos siendo mayor a nivel español, esto se debe a que en LA COMARCA hay un mayor número de consumidores que tienen como costumbre la compra de estos productos y por distintos motivos no les interesa aumentar el porcentaje (ver Gráfico 10).

Gráfico 9. Actitud de los consumidores respecto al aumento del porcentaje de productos ecológicos consumidos.



¿Por qué motivos no lo aumenta?

Gráfico 10. Motivos para no aumentar el porcentaje de productos ecológicos.

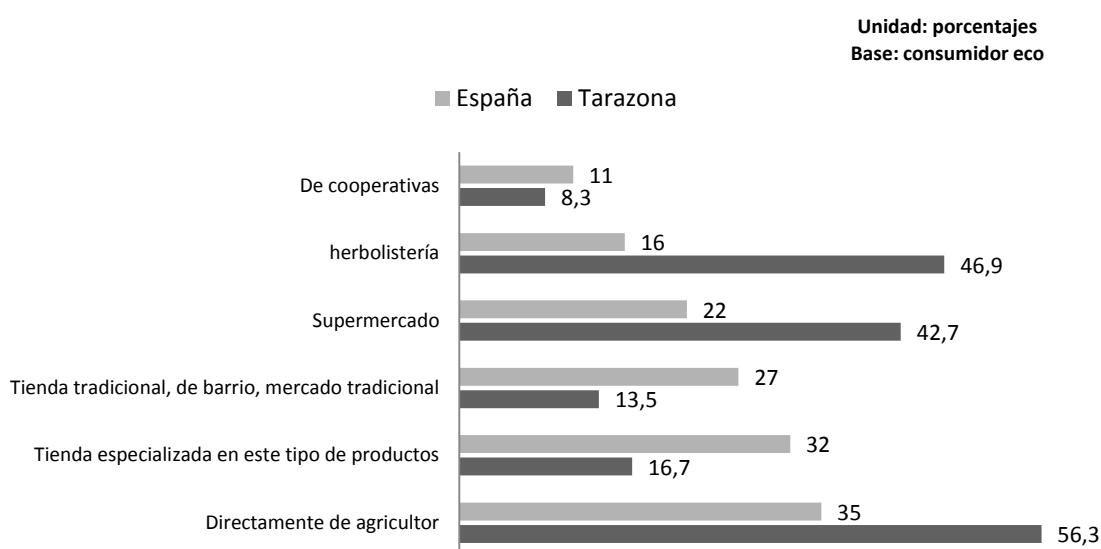


La salud es el motivo primordial para aumentar el consumo de productos ecológicos. Por el contrario, el precio se ha convertido en el único motivo por el que se reduce el consumo en ambos ámbitos como se deduce en las encuestas realizadas.

3.3.13. Respecto a canales de consumo.

Como muestra el gráfico 11, el hipermercado es el canal más utilizado por los consumidores españoles pero crece la adquisición de productos directamente al agricultor. En LA COMARCA el canal que predomina es el de comprar directamente el agricultor ya que encontramos un agricultor con certificación ecológica que reparte sus productos de temporada a domicilio a un coste moderado por no haber intermediarios que incrementen dicho coste. Además adquiere importancia el consumo en herboristerías por haber más variedad de productos ecológicos con los certificados pertinentes y envasados para poder alargar su uso. Al igual que a nivel español se da un consumo también elevado en supermercados con secciones dedicadas alimentación ecológica.

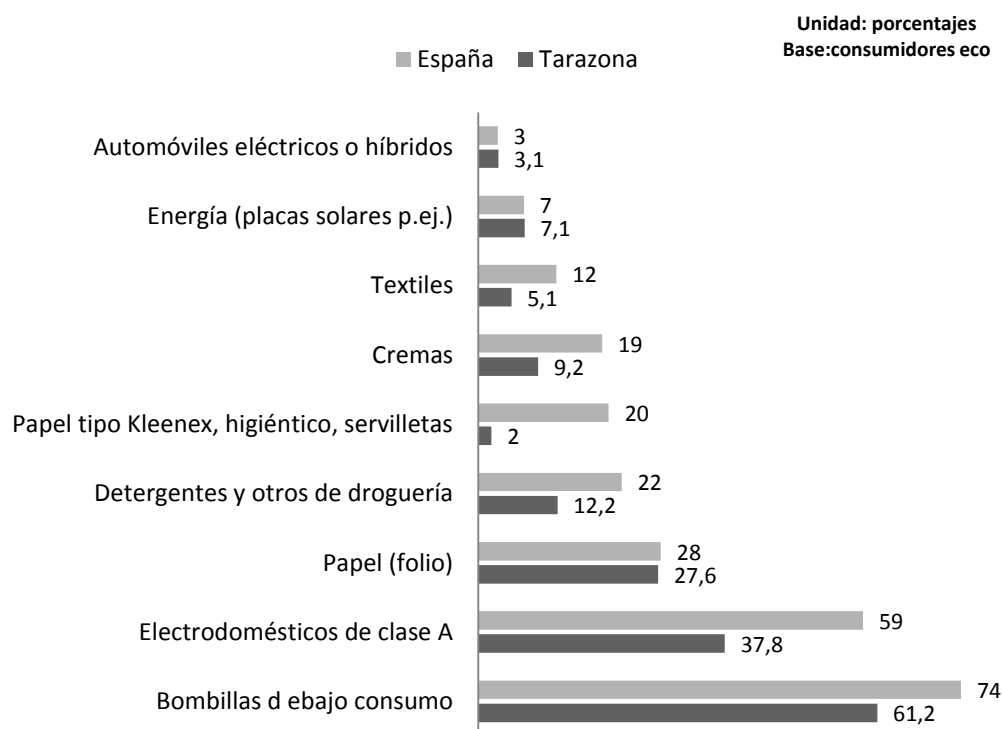
Gráfico 11. Actitud de los consumidores respecto a los canales de consumo.



3.3.14. Respecto al uso de otros productos ecológicos.

Los consumidores españoles de alimentos ecológicos, consumen también productos ecológicos en otras categorías distintas de los alimentos, especialmente en las relacionadas con el ahorro de energía. En LA COMARCA se da un comportamiento similar aunque siendo el porcentaje menor en la mayoría de las categorías seleccionadas. Esto se debe a la dificultad de encontrar estos productos ya que no existen en la zona comercios especializados que no sean de alimentación.

Gráfico 12. Actitud de los consumidores respecto al uso de otros productos ecológicos (no comestibles).



3.4. Segmentación de consumidores ecológicos.

Este apartado lo hemos realizado con la información del informe realizado por el MAGRAMA.

Entre los consumidores ecológicos, según sus actitudes, el ministerio de agricultura y medio ambiente propone la siguiente clasificación:

1. Ecologista: “la conservación del Medio Ambiente empieza por gestos cotidianos”
2. Desimplicado: “consumo productos ecológicos porque está de moda”
3. Convencido: “ practico y revindico una alimentación natural y hábitos de vida respetuosos con el medio ambiente”
4. Preocupados por la salud: “los productos ecológicos ayudan a cuidar mi salud y la de los míos”

La clasificación de cada tipo de consumidor ecológico en la comarca de Tarazona ha sido realizada mediante la encuesta mencionada a partir de unas afirmaciones clave para distribuir a cada consumidor entre los grupos que mostramos a continuación. Las afirmaciones que hemos elegido son:

- Convencido:
 - Me suelo comprometer con los problemas de mi entorno e intento colaborar en ello.
- Ecologista:
 - Conozco compañías que hacen un esfuerzo por el medio ambiente.
 - Sigo los temas de medio ambiente en los medios de comunicación.

- Desimplicado:
 - Consumo alimentos ecológicos porque es la tendencia y está de moda.
- preocupados por la salud:
 - mi alimentación y la de mi familia es muy importante para mí.
 - Hago ejercicio con regularidad.

3.4.1. Principales tendencias generales del grupo “*ECOLOGISTAS*”.

- Muestra **preocupación por el medio ambiente** y traduce esa preocupación en **hábitos de vida y de consumo responsables**: recicla, consume productos locales cultivados cerca de dónde vive, **compra directa al agricultor**.
- Conoce mejor que la media, aquellas compañías que hacen un mayor esfuerzo por la sostenibilidad.

Tarazona	España
28%	27%

- Encontramos mayor número de hombres.
- La edad es similar al total de consumidores ecológicos.
- Perfil muy similar en el resto de características demográficas y hábitos de consumo que el conjunto de consumidores ecológicos.

3.4.2. Principales tendencias generales del grupo “*DESIMPLICADOS*”.

- Su consumo de productos ecológicos viene determinado por ser **tendencia o moda** (en mayor proporción que el resto de grupos). Parece ser su principal vía de entrada al consumo de alimentos ecológicos, que se ha producido más recientemente.
- También son los que menos preocupados están por mantener estilos de vida saludables.
- Este grupo se caracteriza por una **actitud claudicante hacia el cambio climático**: es un proceso inexorable sobre el que no hay mucho que hacer.
- Cuatro de cada diez incluso afirman que el **cambio climático y deterioro medioambiental no les incumbe**.

Tarazona	España
9,8%	23%

- En media son el segmento más joven.
- Les gustaría aumentar su consumo pero encuentran, en general, menos razones para hacerlo; compran estos productos en menos establecimientos, concentrando su compra en supermercados (e hipermercados si hablamos a nivel español), a diferencia de segmentos más maduros que concentran su compra en tiendas especializadas, directamente del agricultor o herboristerías.

3.4.3. Principales tendencias generales del grupo “CONVENCIDOS”.

- Grupo abanderado de la causa ecológica. No sólo se muestran convencidos de la **necesidad de cuidar el medio ambiente**, sino que intentan llevarlo a cabo en su día a día.
- Su defensa de la alimentación ecológica se basa tanto en su carácter saludable como en la garantía de un desarrollo sostenible, que sea respetuoso con el medio ambiente.
- Múltiples motivos para seguir consumiendo productos ecológicos y van incrementando su consumo (como el resto, es el precio principalmente por lo que no lo aumenta aún más).

Tarazona	España
14,6%	31%

- Son, en media el segmento más maduro.
- Larga trayectoria consumiendo productos ecológicos y mayor consumo de los mismos.
- Compra en distintos canales, sobre todo en tiendas especializadas, agricultor y herboristería.

3.4.4. Principales tendencias generales del grupo “PREOCUPADOS POR LA SALUD”.

- Grupo con nivel bajo de implicación medio-ambiental.
- No es que crea que no hay solución en el deterioro medioambiental o que no le incumba, sino que no participa o se interesa menos por acciones que puedan ayudar a mejorarlo.
- Su interés se centra en la alimentación y en la salud. **Intentar que ellos y su familia lleven una vida más saludable** es su principal motivo de consumo y clave de entrada en la categoría de consumidores ecológicos. Alimentación saludable que combinan con la práctica de ejercicio físico.

Tarazona	España
47,6%	19%

- En este segmento la proporción entre hombres y mujeres es similar que en el total de consumidores de productos ecológicos.
- Al igual, el resto de variables sociodemográficas presentan un perfil similar.
- Destaca la diferencia en el porcentaje de España respecto a la comarca estudiada, es to es debido a una población muy deportista y muy preocupados por la buena alimentación.

3.5. Conclusiones sobre el perfil del consumidor ecológico.

Del apartado anterior podemos concluir que LA COMARCA cuenta con potencial de consumo importante para los productos ecológicos, sobre todo si son autóctonos de la zona.

A continuación vincularemos las diferencias en el perfil del eco-consumidor encontradas con posibles acciones que mejoren la economía comarcal y las consecuencias que estas tendrían para la economía de la zona.

Sabemos por nuestros datos que en LA COMARCA la identificación de este tipo de productos es mayor que la media española, además el porcentaje de consumidores habituales (entre dos y tres veces por semana) también se ve incrementado en la zona estudiada. Estos datos ya nos dan una información importante sobre el potencial de consumo ecológico en la zona. Como ya venimos diciendo durante la investigación, este conocimiento es debido a la cercanía de la agricultura en LA COMARCA.

El perfil potencial sería el de la mujer mayor de 35 años, ya que en su mayoría nos descubren que son ellas las que tienen decisión de compra, además destaca que una motivación importante para este tipo de consumidor es la preocupación por su alimentación y la de su familia.

Destaca también la preferencia por los productos locales, en este caso los datos muestran que los consumidores ecológicos no le dan demasiada importancia a las marcas sino que desconfían de los productos que dicen ser ecológicos y en realidad no lo son. Este puede ser uno de los motivos por los que prefieren productos locales los cuales es seguro que son ecológicos al ser de confianza (los consumidores conocen a la persona que los oferta).

En LA COMARCA también destaca el hecho de que los consumidores ecológicos están familiarizados con la agricultura y distinguen con mayor facilidad que a nivel español los productos ecológicos de los productos sanos o de la huerta.

Los productos más consumidos son los vegetales y la fruta (comprados directamente al agricultor) junto a snacks, dulces, mermeladas y mieles (compradas en su mayoría en herboristería).

Una mejora en este campo podría ser la ampliación de las zonas especializadas en productos ecológicos dentro de los comercios convencionales ya que nuestros datos muestran que la compra ecológica se lleva a cabo mayormente en herboristería o directamente haciendo el pedido al agricultor. De este modo se darían a conocer en mayor medida estos productos, suponemos que toda la población visita habitualmente comercios convencionales y grandes superficies en LA COMARCA.

Pensamos que un fomento mayor en las facilidades tanto a jóvenes emprendedores como a agricultores convencionales interesados en la agricultura ecológica podría incrementar en un alto porcentaje la oferta de productos ecológicos y así dar un empujón a este tipo de agricultura.

Si se consigue aumentar el número de oferentes de productos ecológicos, creando una competencia entre agricultores, los precios de los mismos podrían verse reducidos. Por otro lado se podría crear un asociacionismo de eco-agricultores que facilitaría el trabajo de este novedoso sector.

3.6. Conclusiones, necesidad de políticas de apoyo.

Ya a últimos de 2014 encontramos lo siguiente en un artículo en *Heraldo de Aragón*: *A la inversión inicial hay que sumarle los altos costes de producción, lo que lleva a este ganadero, Javier Cazcarro pionero en la ganadería ecológica en la localidad oscense de Orós Alto desde 2006, que comercializa la carne de sus vacas ecológicas criadas en la localidad oscense de Orós Alto desde 2006. a indicar que “sin ayudas no se puede mantener la ganadería ecológica”. “El precio de venta también es mayor, pero no compensa la subida de los costes de producción”. Por ello, las subvenciones son esenciales, máxime cuando existen en las comunidades limítrofes.* (S. Arcega. Zaragoza, 2014).

Dentro del actual contexto económico también es necesario mencionar el dinamismo registrado dentro de este sector motivado por el mayor valor añadido de los productos ecológicos y la excelente demanda exterior de la que gozan nuestros productos si hablamos de empresas consolidadas y con poder de exportación.

No obstante, es necesario seguir trabajando para consolidar los frutos recogidos hasta el momento y para hacer frente a nuevos retos, especialmente la promoción del consumo interno, el cuál no ha alcanzado todavía un nivel de evolución parejo al productivo, siendo inferior al de otros países de nuestro entorno, con similar desarrollo económico.

Tomando en consideración lo anteriormente expuesto vamos a fijar tres objetivos para articular el apoyo del Ministerio de Agricultura y sus correspondientes organismos locales, entre los que se incluye el Ayuntamiento de Tarazona, a la producción ecológica, que se define en esta estrategia:

1. Apoyar la evolución y consolidación de la producción ecológica.
2. Fomentar el consumo interno y mejorar la comercialización de productos ecológicos.
3. Contribuir a la vertebración sectorial.

3.6.1. Apoyar la evolución y consolidación de la producción ecológica.

Actualmente puede afirmarse que el sector ecológico tiene un importante margen de crecimiento y desarrollo, con necesidades de mejora más acusadas en las fases de distribución y consumo. Por otro lado, se registran importantes diferencias en su desarrollo entre comunidades autónomas.

La percepción que se tiene del sector ecológico, al menos, por parte de la sociedad, es que está marcado por una cierta dualidad. Por un lado, se percibe como un sector muy profesionalizado cuya producción está orientada, fundamentalmente, a la exportación, y por otro lado, el ciudadano percibe otro sector ecológico desde un punto de vista más cultural, en el que predomina, por encima de todo, el componente ético y moral en su forma de producir, hasta el punto de que lo concibe como un modo de vida.

Asimismo, es necesario que, más allá de contemplar la agricultura y la ganadería ecológicas como meros sistemas productivos, se llegue a la consideración de la vertiente social de la producción ecológica, basándose en las externalidades positivas, así como reconocer y valorar el papel de la producción ecológica en la política ambiental, en base a su potencial contribución a la lucha contra el cambio climático, así como su importancia para el mantenimiento de la biodiversidad. Esta valorización de las externalidades positivas de la producción ecológica han sido tenidas en cuenta en la nueva Política Agrícola Común, y muy especialmente en la incardinación de la producción ecológica en el llamado “greening” o en la consideración de una medida

específica dentro del desarrollo rural.

3.6.2. Fomentar el consumo interno y mejorar la comercialización de productos ecológicos.

Del mismo modo que siguen siendo necesarias políticas y estrategias de apoyo que contribuyan a la consolidación del sector, es crucial incentivar el desarrollo de la demanda interna, ya que en nuestro caso no hablamos de un sector dependiente en del comercio ecológico internacional.

Numerosos consumidores tanto turiasonenses como españoles, hemos comprobado que perciben que los productos ecológicos son caros y exclusivos. En este sentido, se hace necesaria una reflexión sobre el alcance real de un cambio de hábitos en nuestra sociedad, tratando de identificar quienes son los consumidores actuales y potenciales de este tipo de productos.

Algunas de las principales barreras que dificultan el desarrollo del consumo interno de alimentos ecológicos en LA COMARCA según nuestros datos son:

- La falta de disponibilidad de cara al consumidor; solo encontramos los productos en determinadas tiendas especializadas i contactando con el agricultor.
- El abastecimiento irregular; dependiendo de la época del año, si hablamos de frutas y verduras, no siempre encontramos un producto concreto ya que estos dependen de la estacionalidad y el clima.
- El precio; percibido como un producto de elevado precio.
- El grado de conocimiento por parte del consumidor; aunque en la zona estudiada encontramos un alto grado de conocimiento sobre este sector, aún no es del 100%.
- Las barreras culturales – ideológicas; en este caso, un ejemplo es el de las personas de avanzada edad, podemos decir que la ideología ecológica surge en los setenta y aunque no toma gran importancia hasta los 90 las generaciones anteriores a esta corriente no son propensas a este tipo de consumo.

Por otro lado ha podido constatarse que un incremento en el conocimiento de estos productos no siempre se ha reflejado, de manera proporcional, en un crecimiento del consumo en el grado esperado, observándose, del mismo modo, importantes carencias en la información dirigida a los consumidores sobre las ventajas del consumo de productos ecológicos.

Por ello, debe tratar de impulsarse la consolidación, a nivel interno, de una estructura de consumo amplia, sólida y fidelizada en nuestra localidad.

En este sentido, es fundamental mejorar o perfeccionar los canales de comercialización, incentivando la existencia de iniciativas de concentración de la oferta y dirigiéndose hacia una distribución más eficaz y multicanal, sin prescindir de ninguna de las opciones existentes, tratando de contribuir a lograr que la producción primaria ecológica continúe dentro de la cadena ecológica y no se “descalifique” hacia convencional en fases posteriores.

Se considera prioritario favorecer una mejora de la homogeneidad de la cadena de valor agroalimentaria, así como el estudio y fomento de canales de comercialización asociados a circuitos de comercialización cortos.

3.5.3. Contribuir a la vertebración sectorial.

Un tejido sectorial sólido, con plena participación de los actores económicos implicados en cada eslabón, constituye la plataforma necesaria para poner en marcha y alcanzar el éxito en cualquier tipo de actuación.

El sector de la producción ecológica en España ya ha dado pasos importantes hacia una mejor organización, pero se ha puesto de manifiesto que todavía existe un amplio campo de mejora en especial en lo referente a la integración y coordinación entre los distintos interlocutores. A nivel local como refleja nuestro estudio, este sector es aún más reducido y con agentes económicos independientes.

Con el fin de optimizar los recursos disponibles, es prioritario identificar las líneas de acción destinado a fortalecer la vertebración sectorial existente, tarea en la cual deberán participar activamente tanto el sector como las administraciones implicadas.

Como concluiremos más adelante este sector ecológico con las actuaciones necesarias podría proporcionar un impulso económico para LA COMARCA.

4. POSIBLE ACCIONES EN LA COMARCA DE TARAZONA Y EL MONCAYO.

Después de indagar y analizar el mercado de los productos ecológicos nos hemos encontrado con que cuenta con una serie de carencias en la sección de comercialización siendo esto lo que hace que el consumo interno sea más bajo, sobre todo al comparar Tarazona con el resto de España. Para hacer el sector más atractivo y que con ello más personas lo conozcan sería conveniente introducir una serie de actualizaciones para que se haga presente también en este sector la evolución del mercado.

Para poder hablar de fomento del consumo primero debe plantearse una *estrategia*, a partir de la situación del mercado y del cliente al que se pretende acceder (tendencias y necesidades), cual es el estado de la competencia y de los productos sustitutivos, que en este caso son los que más afectan. Y establecer unos objetivos, plazos de actuación.

En el caso de Tarazona, como no hay gran superficie de tiendas, creemos que no sería recomendable que cada empresa tenga su propio plan debido a que generaría mayores costes para las empresas, sino que se cree uno como actuación general y a partir de aquí cada empresa lo adapte de la manera que crea más conveniente.

Los elementos clave que se tienen que redefinirse son:

-Producto: el producto ecológico es percibido de manera diferente al convencional, ya no solo en el sentido de que es más saludable, sino que la sociedad piensa que solo lo van a consumir aquellas personas que son más selectas con la comida.

Debemos hacer ver a la gente lo beneficioso que son esta clase de alimentos y que no sean percibidos como un lujo, sino que pasen a ser parte de su dieta habitual, llegando a ser sustitutos de la agricultura convencional, por todo lo positivo que genera.

Para llegar a ello se debe tener en cuenta que el producto es una serie de atributos (calidad, precio, envase, diseño, marca...), por tanto estos deben estar en consonancia con lo que se pretende transmitir. Además en LA COMARCA tenemos la ventaja de que se pueden consumir productos ecológicos locales y como venimos comentando esto es un hándicap para los consumidores turiasonenses además se influye positivamente en la economía de LA COMARCA.

-Precio: de igual forma el precio influye en las ventas, es lógico que el precio y el producto estén relacionados, en el caso de los productos de producciones ecológicas, el precio suele ser más elevado comparando con el producto convencional y este es uno de los principales rechazos para los consumidores.

Debe meditar la idea poner precios ajustados, así se atraerían más clientes, pero este es un tema que es un poco complicado de establecer, debido a que hay empresas que no estarían dispuestas a bajarlos, pero sin embargo si se bajan los precios y se consigue afianzar a más clientela también esto se verá traducido en el aumento de beneficios. Así

que el beneficio por producto sería inferior pero el total seguiría siendo aproximadamente superior.

Aunar los precios entre establecimientos de acuerdo a la calidad percibida, pensamos que sería más conveniente, que la bajada de los mismos.

Si hablamos de precios, la vía de venta directamente de manos del agricultor es una salida muy económica para los consumidores ecológicos ya que los precios no se ven tan incrementados.

-Distribución: es la manera de hacer llegar el producto al consumidor final, se intenta que sea en el menor tiempo posible, de manera más eficaz y abarcar a la mayor parte de la demanda, en este caso que estamos tratando, para hacer accesible el producto a la mayoría de la población debe estar presente en diferentes establecimientos y no se encuentra así, además de otro tipo de distribución que sería innovadora como la venta online de estos productos.

Pues en Tarazona la mayoría de locales que venden este tipo de alimentos es en establecimientos especializados como herboristerías o directamente del productor, estando casi ausentes en las grandes superficies y supermercados, colocando así el producto en una situación de desventaja.

-Presentación: como se comenta en los estudios de marketing “lo que no se ve, no existe” el producto se debe presentar visible tanto en formato como en la ubicación, pues todo esto será decisivo en el proceso de compra del consumidor.

Que personas nos asesoren y sepan de lo que vamos a comprar y las propiedades que nos aporta, origen, principios y métodos de producción ecológica, es un punto a favor que lleva a los consumidor a la adquisición del producto.

5. IMPLICACIONES ECONÓMICAS DEL SECTOR PARA LA COMARCA.

A lo largo de nuestra investigación hemos podido acumular numerosa información sobre los productos ecológicos disponibles en LA COMARCA, así como a cerca de las características y perfil del consumidor ecológico local y las razones por las cuales en la zona de estudio se es más propenso a consumir producción ecológica.

También hemos contado con la colaboración de personas relacionadas con el sector que nos han dado su punto de vista sobre algunos aspectos que rodean el fomento de este tipo de agricultura y comercialización de productos ecológicos.

Por tanto a continuación vamos a dar respuesta a los objetivos que nos planteamos al principio del trabajo.

Podemos decir que el sector ecológico está creciendo en LA COMARCA; durante la última década tanto los datos extraídos de las encuestas a los ciudadanos como las opiniones de los expertos nos indican que el consumo ecológico aumenta considerablemente por distintas razones dependiendo en la mayoría de los casos de la edad. Para los consumidores más jóvenes es tanto una moda como una forma de vida adaptada a las ideologías ecológicas que surgen en la actualidad además de la preocupación por el medioambiente que se incrementa al ser la zona de estudio colindante con el parque natural del Moncayo. Para los consumidores de edad madura crece el consumo principalmente por salud.

Las facilidades de localización de los productos en LA COMARCA hacen que el consumo se incremente más aun, además del precio asequible de las frutas y verduras ecológicas traídas a domicilio directamente del campo.

A todo esto hay que añadirle el efecto sentimental del que hemos hablado a lo largo del todo el estudio, los habitantes de LA COMARCA prefieren consumir productos de la tierra ya sea por el “apego” a su lugar de origen o para contribuir con el desarrollo

económico de la misma COMARCA. “Para qué vas a hacer gasto fuera pudiendo beneficiar a los comercios vecinos”, este es para muchos un pensamiento muy implantado en LA COMARCA.

Así creemos que el comercio de productos ecológicos seguirá desarrollándose y haciendo crecer los datos en los años próximos.

Aun habiendo una demanda interna no muy elevada, cada vez los productos se presentan en mejores condiciones y se dan más a conocer. Esto hace que poco a poco se implante la cultura del producto ecológico y la demanda crezca así como la oferta, comprobamos que un alto porcentaje de los consumidores ecológicos tiene intención de aumentar su consumo. Un precio asequible de la producción puede suponer un incremento notable en la demanda.

Si hablamos de la incidencia económica para LA COMARCA, este sector en crecimiento podría suponer mayores beneficios para ésta.

Al hablar de agricultura en general, por la orografía del territorio, parte de LA COMARCA está catalogada como zona desfavorecida de montaña. Por este motivo solamente el 36% de las tierras son Superficie Agrícola Utilizada (SAU). A excepción de Tarazona, este sector supone la principal ocupación. Sin embargo, la decadencia de esta actividad por la vejez de las personas encargadas de ellas y la falta de interés de los jóvenes la han convertido en una agricultura de subsistencia dependiente de las ayudas europeas. La agricultura de esta zona se caracteriza por ser explotaciones de pequeño tamaño y muy parcelado.

En los últimos años surge el modelo de agricultura ecológica que despierta el interés de muchos agricultores, sobre todo entre los de mediana edad.

Además el ayuntamiento de Tarazona nos informamos de ayudas a jóvenes emprendedores agrícolas y subvenciones aún mayores para el sector de la agricultura ecológica.

Ya que el tejido industrial turiasonense así como el sector servicios se ha visto debilitado desde 2008, la agricultura se mantiene estable y como hemos podido comprobar el sector ecológico, incluso en época de recesión económica, aunque lentamente, se ha visto incrementado.

En este momento, con un consumo potencial elevado como hemos podido comprobar, sería económicamente muy factible que jóvenes de LA COMARCA se dedicasen al cultivo ecológico desde un comienzo, en zonas establecidas por el Ayuntamiento para ello, de este modo no sería necesario llevar a cabo el proceso de reconversión de agricultura convencional a ecológica, tan costoso para los agricultores. Esto beneficiaría a la economía de LA COMARCA, pudiéndose crear de este modo una nueva tradición agrícola, novedosa y con un futuro que parece que tendría éxito.

6. BIBLIOGRAFÍA.

- Chao, J. E. (2010). *Origen online*. Obtenido de www.origenonline.es/reportajes-sombra-del-moncayo/1/1205.html (Consultado el 14 de marzo de 2016).
- Comité Aragonés de agricultura ecológica. (s.f.). *Caae*. Obtenido de www.caaearagon.com (2015) (Consultado el 5 de febrero de 2016).
- Coopertativa San Atilano, Aceite de oliva extra. (2014). *Revista municipal de Tarazona y el Moncayo*. Obtenido de www.sanatilano.es (Consultado el 9 de junio de 2016).
- Dávila Moreno, Dra. N. (2011). *Del movimiento ecologista a las instituciones ambientalistas*. docplayer. (Consultado el 3 de septiembre de 2016)

- Marcellesi, F. (2008). *Historia del movimiento ecologista y verde. Hacia la ecología política*. EcoPolítica. (Consultado el 4 de septimbr de 2016)
- GfK. (2011/2014). *Magrama*. Obtenido de [www.magrama.gob.es/es/alimentacion/publicaciones/informe_consumidor_ecologico_Completo_\(con_NIPO\)_tcm7-183161.pdf](http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/publicaciones/informe_consumidor_ecologico_Completo_(con_NIPO)_tcm7-183161.pdf) (Consultado el 11 de enero de 2016).
- Hernández, E. L. (2014). *Análisis y tendencias del mercado de la agricultura ecológica*. Universidad de La Laguna. (Consultado el 12 de enero de 2016)
- Instituto aragonés de estadística. (2016). *Bonansa*. Obtenido de www.bonansa.aragon.es:81/iaest/fic_mun/pdf/12.pdf (Consultado el 6 de abril de 2016).
- Magallón, M.L. (2010). Miel la Carrasca del Moncayo. *Revista municipal de Tarazona y el Moncayo*. Obtenido de <http://lacarrascademoncayodemariluzmagallon.hostei.com/apiario.html> (Consultado el 9 de Junio de 2016).
- Maté, V. (2006). *El país*. Obtenido de www.elpais.com/diario/2006/07/02/negocio/1151845412_850215.html (Consultado el 23 de marzo de 2016).
- Ministerio de agricultura, alimentación y medio ambiente. (2009). *Magrama*. Obtenido de www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/la-agricultura-ecologica/ (Consultado el 23 de marzo de 2016).
- Ministerio de medio ambiente y medio rural y marino. (2010). *El mercado de productos ecológicos*. Gobierno de España. (Consultado el 23 de marzo de 2016)
- Muerza, A. F. (2010). *Consumer*. Obtenido de www.consumer.es/web/es/medio_ambiente/urbano/2010/02/18/191230.php (Consultado el 29 de abril de 2016).
- S.Arcega. (2014). La ganadería ecológica se puede mantener sin ayudas. *Heraldo*. (Consultado el 27 de marzo de 2016).

Páginas web adicionales:

Comisión europea de desarrollo agrícola y rural. Obtenido de http://ec.europa.eu/agriculture/organic/organic-farming/index_es.htm (Consultado el 1 de mayo de 2016).

Comisión europea de desarrollo agrícola y rural. Obtenido en ec.europa.eu/agricultura/organic/organic-farminf_es (Consultado el 2 de marzo de 2016).

En positivo, periodismo de soluciones. Obtenido de <http://enpositivo.com/2014/02/agricultura-ecologica-el-mercado-crece-entiempos-de-crisis/> (Consultado el 15 de julio de 2016).

EcoLogical. Bio; El Sector ecológico en España 2016. Obtenido en http://pae.gencat.cat/web/.content/al_alimentacio/al01_pae/05_publicacions_material_referencia/arxiu/2016_Informe_EcoLogical.pdf (Consultado el 29 de septiembre de 2016).

Everis. Obtenido de <http://www.everis.com/spain/es-ES/sala-de-prensa/noticias/Paginas/everismercado-ecologico.aspx> (Consultado el 23 de septiembre de 2016).

FAO. Obtenido de www.fao.org/themes/en (Consultado el 24 de septiembre de 2016).

<http://fci.uib.es/Servicios/libros/conferencias/seae/Estudio-comparativo-decostes-de-produccion-en.cid221650> (Consultado el 16 de agosto de 2016).

Instituto Aragonés de Estadística. Obtenido en <http://www.aragon.es/iaest> (Estadística Local Estadística Local de Aragón). Ficha territorial: COMARCA: Tarazona y el Moncayo. (Consultado el 23 de febrero de 2016).

Ministerio de agricultura, alimentación y medio ambiente. Obtenido de http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/publicaciones/Comercializaci%C3%B3n_ECO_libreservicios_%28%2B_100m2%29_2010_tcm7-161419.pdf (Consultado el 23 de marzo de 2016).

Ministerio de agricultura, alimentación y medio ambiente. Obtenido de http://www.magrama.gob.es/imagenes/es/Estrategia%20Apoyo%20Producci%C3%B3n%20Ecol%C3%B3gica_tcm7-319074.pdf (Consultado el 16 de febrero de 2016).

Ministerio de agricultura, alimentación y medio ambiente. Obtenido de http://www.magrama.gob.es/imagenes/es/Informe%20P%20y%20M%20Ecologico%20-%202012-WEB%201-_tcm7-310968.pdf. (Consultado el 16 de febrero de 2016).

Revista municipal de la comarca de Tarazona y el Moncayo. Obtenido de <http://www.tarazona.es/revista-municipal> (Consultado el 7 de Julio de 2016).

Reglamentos:

Reglamento (CE) nº 834/2007 del Consejo, de 28 de junio de 2007, sobre producción y etiquetado de los productos. (Consultado el 6 de marzo de 2016).

Orden de 25 de abril de 1996, sobre protección y control de las indicaciones de producción agraria ecológica. (BOC Nº 055, de 6.5.1996). (Consultado el 8 de marzo de 2016).

Orden de 30 de noviembre de 1998, por la que se regulan los Registros de operadores y el establecimiento de las normas de producción agraria ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios. (BOC Nº 160, de 23.12.1998), a nivel autonómico. (Consultado el 8 de marzo de 2016).

7. ANEXO.

1. Cuestionario adaptado para la comarca de Tarazona y el Moncayo.

CUESTIONARIO (Consumidores ecológicos)

Este cuestionario es una versión adaptada del realizado por el GfK para el Ministerio de Agricultura, alimentación y medio ambiente para realizar un trabajo de fin de grado de Economía en la Universidad de Zaragoza.

C.1. Estamos buscando a personas que trabajen en ciertas actividades, ¿Podría decirme si trabaja Vd, o cualquier miembro de su familia o amigos cercanos, en alguna de las siguientes actividades?

Para mayor simplicidad marque la opción "otros" si es estudiante y complete el espacio en blanco

- 1.Publicidad/Promoción de ventas/diseño.
- 2.Fabricación o venta de productos de alimentación.
- 3.Mayorista de alimentación.
- 4.Periodismo.
- 5.Marketing/Investigación de mercados.
- 6.Desarrollo de nuevos productos.
- 7.Relaciones públicas.
- 8.Supermercados o tiendas de alimentación.
- 9.Televisión, radio o prensa.
- Otro: _____

C.1. Sexo

- Hombre
- Mujer

C.2.¿Sería Vd. tan amable de indicarme su edad?

- Menos de 18. (Fin de la entrevista)
- 18-24
- 25-29
- 30-34
- 35-39
- 40-44
- 45-54
- Mas de 54

C.2b. ¿Tiene hijos menores de 14 años viviendo con usted?

- Si.
- No.

C.3. Zona geográfica en la que vive habitualmente.

- Tarazona.
- Pueblo de la Comarca de Tarazona y el Moncayo.
- Otros. (Fin de la entrevista)

C.4. Hábitat

- Menos de 100 hab.
- De 100 a 500 hab.
- De 500 a 1000 hab.
- De 1000 a 5000 hab.
- Más de 5000 hab.

4.



C.5. ¿Ha consumido en alguna ocasión algún producto de alimentación con esta etiqueta?

Sí.

No.

C.5b. ¿A qué tipo de productos relaciona usted estas etiquetas?

	alimento ecológico	alimento celiaco o diabético	certificación ecológica comunitaria	denominación de origen
Imagen 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Imagen 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Imagen 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Imagen 4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

C.5c. Por favor, dígame en su opinión cuál de las siguientes definiciones corresponde a alimento ecológico:

- Alimento ecológico es aquel que ha sido producido sin usar pesticidas ni fertilizantes sintéticos sino solamente naturales y evita todo tipo de alteración transgénica respetando el sistema natural o ecosistema donde se desarrolla el producto.
- Alimento ecológico es todo aquel producto que ha sido producido de una forma natural y no contiene productos perjudiciales para la salud.
- Alimento ecológico es aquel que ha sido cultivado de forma tradicional con las técnicas de toda la vida y es integral.

C.7. ¿Con qué frecuencia consume algún producto de alimentación ecológico?

- Todos o casi todos los días.
- 2 o 3 veces por semana.
- 1 vez por semana.
- Una vez cada 2 o 3 semanas.
- Una vez al mes.
- Con menor frecuencia.
- No consumo. (pasar a P6)

P.1. En concreto, ¿Qué tipo de PRODUCTOS ECOLÓGICOS de los que le muestro a continuación suele consumir y con qué frecuencia?

Filtro: si tiene todas las categorías con "nunca" o todas menos una, ir a P.6. y últimos DATOS DE CLASIFICACIÓN.

	Nunca	Al menos una vez al mes	1 o 2 veces al mes	1 vez por semana	Con mayor frecuencia
Fruta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vegetales, verduras frescas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lácteos(leche y sus derivados como queso y yogures)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bebidas(zumo, refrescos...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Carne fresca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pescado fresco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pollo u otro tipo de aves	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Snacks, dulces, mermeladas, miel y postres no lácteos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otro tipo de comidas envasadas, tipo comida preparada como conservas, aceite,salsas...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Congelados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alimentación infantil (en el caso de tener hijo/s)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

P.2. ¿Cuál es el motivo que le llevó a empezar a consumir productos ecológicos?

Tu respuesta

P.2b. ¿Además tiene otros motivos para seguir consumiendo este tipo de productos?

	Motivo inicial	Otros
Para cuidar la naturaleza, consumir productos que cuiden el ecosistema y el medio ambiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Para no consumir productos que hayan crecido con pesticidas y fertilizantes (químicos de síntesis)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Para tener una alimentación sin alimentos no naturales como colorantes y conservantes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Para tener garantía de que los animales se han criado con productos naturales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Por salud, ayudan a tener una vida mas saludable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Por su sabor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Los compra mi pareja/mis padres.. los consumo porque están en casa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Por recomendación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Solo por probar, sin motivo concreto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Como delicatesen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Por cuestiones de enfermedad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque vienen directamente del campo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Por su calidad superior	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque tienen mas nutrientes y alimentan más	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

P.3. ¿Cuál fue el producto con el que comenzó a consumir productos ecológicos?

- Leche
- Otros derivados lácteos
- Dulces; mermelada, miel...
- Fruta
- Bebidas
- Vegetales
- Carne
- Pollo u otras aves
- Conservas, platos preparados o similares.
- Alimentación infantil (compra)
- Otro: _____

P.4. ¿Hace cuánto tiempo comenzó a consumir este tipo de productos?

Respuesta en años. Si es menos de 1 año, ponga 1.

Tu respuesta

P.5. ¿Ha cambiado sus hábitos de consumo de alimentación ecológica durante el último año?

- Sí, antes no los consumía y ahora sí.
- Sí, he reducido el nº o gasto en este tipo de productos. (pasar a P.5a.)
- Sí, he aumentado el nº o gasto en este tipo de productos. (pasar a P.5a.)
- No, en general sigo consumiendo lo mismo.

P.6c. ¿Por qué no le gustaría aumentarlo?/ ¿Por qué no lo aumenta?

- Precio, son caros
- No es facil encontrarlos, no los venden en mi tienda
- Tengo total confianza en el reto de productos no ecológicos
- Ningun motivo en especil, no me lo he planteado
- No tengo decisión en compra
- En algunas categorias no creo que sea necesario
- Ya es suficiente con los que consumo
- Otro:

P.7. ¿Dónde suele comprar los productos de alimentación ecológicos que consume?

Puede marcar múltiples respuestas. En caso de no comprar marque la casilla "otro"

- Supermercados de la ciudad
- Tienda tradicional de barrio
- Tienda especializada
- Tienda gourmet o similar
- Herboristeria
- Internet
- Directamente al agricultor
- De cooperativas
- Otro: _____

P.8. Además de productos de alimentación ecológica, ¿consume o compra usted productos ecológicos de otro tipo?

Puede marcar varias respuestas

- Automóviles: eléctricos o híbridos
- Energía(ej ;placas solares)
- Textiles
- Bombillas de bajo consumo
- Electrodomésticos de clase A
- Papel (folios)
- Papel (higiénico)
- Cremas
- Detergentes y otros productos de droguería
- Ninguno
- Otro: _____

P.10. Ahora va a ver algunas afirmaciones y me gustaría que me dijese hasta que punto esta usted de acuerdo o desacuerdo, lo que nos interesa es conocer su opinión por lo que no hay respuestas correctas o incorrectas. Utilice, por favor, la escala: 1-Totalmente de acuerdo, 2- Algo de acuerdo, 3- Ni acuerdo ni desacuerdo, 4- Algo desacuerdo y 5-Totalmente desacuerdo.

	1	2	3	4	5
No compro marcas ni productos cuyas empresas no sean responsables con el medio ambiente y la sociedad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Participo en boicots contra marcas poco respetuosas con el medio ambiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me fio poco de las marcas en general	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prefiero consumir productos locales, cultivados cerca de donde vivo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suelo comprar algún producto de comercio justo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El cambio climático y el deterioro medioambiental no me incumben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El deterioro medioambiental es irrevocable y no hay solución	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intento coger menos el coche para reducir la contaminación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estaría dispuesto a vivir con menos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me suelo comprometer con los problemas de mi entorno e intento colaborar en ello	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conozco compañías que hacen sfuerzo por el medio ambiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sigo los temas de medio ambiente en los medios de comunicación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reciclo todo lo que puedo y reutilizo todo lo posible	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
estoy dispuesto a pagar más por productos respetuosos con el medio ambiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conozco la diferencia entre un producto ecológico y uno natural, sano o de la huerta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

No todo lo que dice que es ecológico, lo es	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consumo alimentos ecológicos porque es tendencia y está de moda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leo las etiquetas de los productos con cuidado para saber los ingredientes, elaboración, contenido, calorías...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Invierto mas en mi salud que en mi aspecto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mi alimentación y la de mi familia es muy importante para mi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intento darme un capricho todos los días	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intento evitar las comidas preparadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En lo que se refiere a alimentación siempre estoy buscando algo nuevo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sigo una dieta mediterránea y tradicional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hago ejercicio con regularidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cada vez como menos carnes y me oriento mas a una alimentación vegetariana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

DATOS DE CLASIFICACIÓN

Estos datos nos ayudan a segmentar la muestra para poder obtener los datos deseados.

A.3. ¿Cuál es el n° de personas de su hogar incluyéndose a usted mismo?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- Más de 5

C.6. ¿Me podría indicar su estado civil?

- Soltero/a
- Casado/a
- Conviviendo en pareja
- Divorciado/a o separado/a
- Viudo/a
- Ns/Nc

C.7. ¿Cuál es su posición dentro del hogar?

- Vd. es el sustentador de hogar (el que mas ingresos aporta)
- Es otra persona el principal sustentador
- Vd. con otra persona ingresan mas o menos por igual

C.14A. Marque por favor los estudios de más alto nivel que haya finalizado.

C.14A. entrevistado

No sabe leer ni escribir	<input type="radio"/>
Sin estudios (estudios primarios sin terminar)	<input type="radio"/>
Primer grado (certificado escolar, EGB 1° etapa)	<input type="radio"/>
Segundo grado 1° ciclo (graduado escolar, EGB 2° etapa, 1° y 2° de la Eso)	<input type="radio"/>
Segundo grado 2° ciclo (FP 1° y 2°, bachiller superior, BUP, COU, PREU)	<input type="radio"/>
Tercer grado 1° ciclo (estudios universitarios)	<input type="radio"/>
Tercer grado 2° ciclo (máster, doctorado, licenciado superior)	<input type="radio"/>

C.14B.¿Y el sustentador principal o cabeza de familia?

C.14B. sust.
principal

No sabe leer ni escribir	<input type="radio"/>
Sin estudios (estudios primarios sin terminar)	<input type="radio"/>
Primer grado (certificado escolar,EGB 1º etapa)	<input type="radio"/>
Segundo grado 1º ciclo(graduado escolar, EGB 2º etapa,1ºy 2º de la Eso)	<input type="radio"/>
Segundo grado 2º ciclo (FP 1º y 2º, bachiller superior,BUP,COU,PREU)	<input type="radio"/>
Tercer grado 1º ciclo (estudios universitarios)	<input type="radio"/>
Tercer grado 2º ciclo (máster, doctorado, licenciado superior)	<input type="radio"/>

C.15.A.Marque es su actual actividad

C.15A. entrevistado

Trabaja actualmente	<input type="radio"/>
Retirado, pensionista,incapacitado	<input type="radio"/>
Parado, hatrabajado anteriormente	<input type="radio"/>
Parado, busca primer empleo	<input type="radio"/>
Estudiante (que no trabaja)	<input type="radio"/>
Sus labores (que no trabaja)	<input type="radio"/>

C.15B.¿Y la del sustentador principal o cabeza de familia?

C.15.B. sust.
principal

Trabaja actualmente	<input type="radio"/>
Retirado, pensionista,incapacitado	<input type="radio"/>
Parado, hatrabajado anteriormente	<input type="radio"/>
Parado, busca primer empleo	<input type="radio"/>
Estudiante (que no trabaja)	<input type="radio"/>
Sus labores (que no trabaja)	<input type="radio"/>

C.16A.¿Cuál es su actual ocupación?

Tu respuesta _____

C.16B. ¿Y la del sustentador principal o cabeza de familia?

TCP (trabaja por cuenta propia), TCA (trabaja por cuenta ajena).

	C.16B. sus. principal
TCP: empresario agrario con 6 o más empleados	<input type="radio"/>
TCP: empresario agrario con 1 a 5 empleados	<input type="radio"/>
TCP: propietario agrícola sin empleados	<input type="radio"/>
TCP: miembro de cooperativas agrarias	<input type="radio"/>
TCP: empresario/comerciante con 6 o más empleados	<input type="radio"/>
TCP: empresario/comerciante con 1 a 5 empleados	<input type="radio"/>
TCP: empresario/comerciante sin empleados	<input type="radio"/>
TCP: profesionales/técnicos (médicos, etc)	<input type="radio"/>
TCP: trabajadores manuales/artesanos	<input type="radio"/>
TCA: direc. empresas públicas o privadas con 25 o más trabajadores	<input type="radio"/>
TCA: direc. empresas públicas o privadas con menos de 25 trabajadores	<input type="radio"/>
TCA: mandos superiores/empleados nivel superior de empresas, administración pública y oficiales del ejército	<input type="radio"/>
TCA: mandos intermedios/empleados nivel medio de empresas, administración pública y oficiales del ejército	<input type="radio"/>
TCA: capataces, encargados, suboficiales del ejército	<input type="radio"/>
TCA: agentes comerciales/representantes	<input type="radio"/>
TCA: administrativos	<input type="radio"/>
TCA: vendedores, dependientes	<input type="radio"/>
TCA: empleados subalternos (conserjes, etc)	<input type="radio"/>
TCA: obreros sin especializar, peones, servicio doméstico	<input type="radio"/>
TCA: jornaleros del campo	<input type="radio"/>
TCA: otro personal no cualificado	<input type="radio"/>

¡Gracias por su colaboración!

Sara Peña

2. Cuestionario del Gfk para el Ministerio de Agricultura y medio ambiente.

GfK www.gfk.com **CUESTIONARIO** Fecha: Julio 2014 Versión: 1.0
 Nº de Estudio: 12444 Técnico: Diana de Aquino
 Sergio Sobares

Cuestionario nº:

C1. Estamos buscando a personas que trabajen en ciertas actividades. ¿Podría decirme si trabaja Ud. o cualquier miembro de su familia o amigos cercanos, en alguna de las siguientes actividades?

- Publicidad/Promoción de ventas/distribución..... 10 → Fin de entrevista. Amigo contacto
- Fabricación o venta de productos de alimentación..... 20 → Fin de entrevista. Amigo contacto
- Marketing de alimentación..... 30 → Fin de entrevista. Amigo contacto
- Periodismo..... 40 → Fin de entrevista. Amigo contacto
- Marketing/Investigación de mercados..... 50 → Fin de entrevista. Amigo contacto
- Desarrollo de nuevos productos..... 60 → Fin de entrevista. Amigo contacto
- Relaciones públicas..... 70 → Fin de entrevista. Amigo contacto
- Supermercados o tiendas de alimentación..... 80 → Fin de entrevista. Amigo contacto
- Televisión, radio o prensa..... 90 → Fin de entrevista. Amigo contacto
- Ninguno de estos..... 150 → Continuar entrevista

C1. Sexo

- Hombre..... 1
- Mujer..... 2

CONTADOR DE CUOTAS

C2. ¿Cuál es su edad? Indíqueme su edad: (años)

PROGRAMADOR: Codificar en Intervalos

Edad

- 35 - 24 años..... 1
- 25 - 34 años..... 2
- 35 - 44 años..... 3
- 45 - 54 años..... 4
- 55 - 64 años..... 5
- Más de 64 años..... 6

CONTROL DE CUOTAS

PRG: PREGUNTA DE 15 años o más de 70 años o más → Fin de entrevista

C3. ¿CÓMO TIENE TODOS LOS MESES DE 14 AÑOS VIVIENDO CON ESTE?

- Si..... 1
- No..... 2

PRG: PREGUNTA DE PROVINCIA Y POBLACIÓN PARA OBTENER ZONA GEOGRÁFICA Y HABITAT.

C3. Zona geográfica en la que vive habitualmente

- Noroccidente..... 1
- Nordeste..... 2
- Este..... 3
- Sur y Canelas..... 4
- Centro..... 5

CONTROL DE CUOTAS

C4. Hábitat

- Habitante de 10.000 hab..... 1
- 30.000 a 50.000 hab..... 2
- 50.001 a 200.000 hab..... 3
- Más de 200.000 hab..... 4
- Madrid Capital..... 5
- Barcelona Capital..... 6

CONTROL DE CUOTAS

Pág. 1

USAR a mostrarle una serie de etiquetas que identifican determinados tipos de productos. Para cada una de ellas le gustaría saber si ha consumido productos con esta etiqueta y el tipo de producto que identifica.

Programador: Mostrar etiquetas una a una y realizar para cada una de ellas CS y C3. Rotar las etiquetas

1 2 3 4 5 6

C5. ¿Ha consumido en alguna ocasión algún producto de alimentación con esta etiqueta?

Si → Ir a CS
 No

C6. ¿A qué tipo de producto le reacciona usted?

PRG: Algoritmo respuestas

- Alimento ecológico..... 1
- Alimento dietético..... 2
- Alimento sin gluten..... 3
- Alimento con certificado europeo de calidad..... 4
- Alimento con denominación de origen..... 5
- OTROS (especificar)..... 6

PRG: Si ha consumido productos con las etiquetas 1/2/3 en CS → Ir a ÚLTIMOS DATOS DE CLASIFICACIÓN (PAG 7).
 PRG: Si consume todos los productos en CS → Ir a ÚLTIMOS DATOS DE CLASIFICACIÓN (PAG 7).
 PRG: Si ha reaccionado producto ecológico (código 1) en alguna de las etiquetas 1/2/3 → Ir a ÚLTIMOS DATOS DE CLASIFICACIÓN (PAG 7).
 PRG: Si reacciona producto ecológico (código 1) en alguna de las etiquetas 4/5/6 → Ir a ÚLTIMOS DATOS DE CLASIFICACIÓN (PAG 7).

C7. Por favor, dígame en su opinión cuál de las siguientes definiciones corresponde a su alimento ecológico

PRG: BOMAR

- Alimento ecológico es aquel que ha sido producido sin usar pesticidas y fertilizantes sintéticos sino solamente naturales y en su todo tipo de alteración (transgénica respaldada en sistema natural o accedida donde se desarrolla este producto)..... 1
- Alimento ecológico es aquel producto que ha sido producido de una forma natural y no contiene productos perjudiciales para la salud..... 2
- Alimento ecológico es aquel que ha sido cultivado de forma tradicional con las técnicas de toda la vida y es integral..... 3

Programador: Si no está en 1 en C7 → Ir a ÚLTIMOS DATOS DE CLASIFICACIÓN (PAG 7).

C7. ¿Con qué frecuencia consume algún producto de alimentación ecológico?

- Todo los días o casi todos los días..... 1
- 2 o 3 veces por semana..... 2
- 1 vez por semana..... 3
- Una vez cada dos o tres semanas..... 4
- 1 vez al mes..... 5
- Con menor frecuencia..... 6

→ Ir a ÚLTIMOS DATOS DE CLASIFICACIÓN (PAG 7).

Ha indicado que consume productos ecológicos de alimentación al menos una vez al mes.

Pág. 2

P1. En concreto, ¿qué tipo de PRODUCTOS ECOLÓGICOS de los que le muestra a continuación suele consumir y con qué frecuencia?

	Nunca	MENOS DE 1 vez al mes	1 O 2 veces al mes	3 o 4 veces por semana	Con mayor frecuencia
ACEITE	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Lácteos (leche, quesos, yogur)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Líquidos (leche y sus derivados, jugos, salsas, etc.)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Carnes frescas	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Embutidos frescos	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Carne u otro tipo de hueso	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Quesos, carnes, mermeladas, miel u productos no lácteos	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
OTROS (de origen animal) embutidos, quesos, salsas, etc.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Preparados, conservas, salsas, etc.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Conservas	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Alimentación infantil (no consumo personal), consumo de su hijo	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Alimentos infantiles (no consumo personal), consumo de su hijo	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Otros (especificar).....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

Filtro: Si todo "Nunca" a todas las categorías con "Nunca" excepto 1 con "al menos una vez al mes" → Ir a ÚLTIMOS DATOS DE CLASIFICACIÓN (PAG 7). Si solo tiene "Nunca" para al menos 2 categorías con "al menos una vez al mes" seguir.

P1. ¿Cuál es el principal motivo que le induce a empezar a consumir productos ecológicos?

P2. ¿Además, tiene otros motivos para seguir consumiendo este tipo de productos?

Motivo inicial Otros

- Para cuidar la naturaleza, para consumir productos que cuiden el ecosistema, el medio ambiente..... 1
- Para no consumir productos que hayan crecido con pesticidas y fertilizantes químicos de síntesis..... 2
- Para tener una alimentación sin aditivos no naturales como colorantes y conservantes químicos de síntesis..... 3
- Para tener garantía que los animales de gran cría son productos naturales..... 4
- Por salud, evitar o llevar una vida más saludable..... 5
- Por su sabor..... 6
- Por su aroma y perfume/olor, porque caen en taste..... 7
- Por recomendación..... 8
- Solo por probar, sin motivo en concreto..... 9
- Como **DEPORTE**..... 10
- Por cuestiones de enfermidad..... 11
- Porque vienen directamente del campo..... 12
- Por su calidad superior..... 13
- Porque tienen más nutrientes y nutrientes más..... 14
- Ninguno más..... 15
- Otros (especificar)..... 16

Pág. 3

P2. ¿Cuál fue el primer producto con el que comenzó el consumo de alimentos ecológicos?

- Leche..... 1
- Otros derivados lácteos..... 2
- Quesos (Parmesano, mozzarella, etc.)..... 3
- Frutas..... 4
- Verduras..... 5
- Vegetales..... 6
- Carnes..... 7
- Pollo u otras aves..... 8
- Conservas, platos preparados o similares..... 9
- Embutidos..... 10
- Alimentación infantil (bebidas, etc.)..... 11
- Otros..... 12

P4. ¿Desde cuándo tiempo comenzó a consumir este tipo de productos? años

(Nota: Si hace menos de un año, indique "0")

P5. ¿Ha cambiado sus hábitos de consumo de productos de alimentación ecológicos durante el último año?

- Si, antes no los consumía y ahora sí..... 1
- Si, ha reducido el número o el gasto en este tipo de productos..... 2
- Si, ha aumentado el número o el gasto en este tipo de productos..... 3
- No, en general sigue consumiendo lo mismo..... 4

→ Ir a P4. Por qué motivo.....
 → Ir a P4. Por qué motivo.....

P6. ¿Y con qué motivos nunca consume..... (Programador: mostrar categorías "leche" como "frutas")?

- Porque, solo muy caro, no puedo permitirme comprar todo ecológico..... 1
- No lo encuentro fácilmente, no hay dónde comprar..... 2
- No consumo estas categorías (tampoco no ecológicas)..... 3
- No sabe que existen productos ecológicos de ese tipo..... 4
- Otros (especificar)..... 5

P7. De todos los productos que consume qué porcentaje aproximadamente son productos ecológicos? %

P8. ¿Le gustaría aumentar este porcentaje?

- Si..... 1
- No..... 2

P9. ¿Por qué no le gustaría aumentar? / ¿Por qué no aumenta este porcentaje?

- Porque, se han otros..... 1
- No es fácil encontrarlos, no los venden en mi tienda..... 2
- Tengo total confianza en el resto de productos no ecológicos..... 3
- Ningún motivo en concreto, no me lo he planteado..... 4
- No tengo ocasión en la compra..... 5
- En algunas categorías no creo que sea necesario..... 6
- Ya es suficiente con los que consumo..... 7
- Otros (especificar)..... 8

Pág. 4

P7. ¿CÓMO SUELE COMPARAR LOS PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN ECOLÓGICOS QUE CONSUME?
PREV. ENCUESTA INICIAL

No informado, aún no sabe
 Superiormente
 Tendría tradicional de barrio, en el mercado tradicional
 Tendría ecológicos en casi tipo de productos
 Tendría gourmet, delicatesen o similar
 Intermedios
 Internet
 Directamente del agricultor
 De cooperativas
 Otras (especificar): _____

P8. Además de productos de alimentación ecológica, consume o compra otros productos ecológicos de otra tipo IDn qué otras categorías consume productos ecológicos?

Automóviles eléctricos o híbridos
 Energía (ej. placas solares)
 Techos
 Suelos de bajo consumo
 Electrodomésticos de bajo C
 Papel (poco tinta)
 Papel tipo office, térmico, servietas
 Cuentas
 Dispositivos y otros de protección
 Otros (especificar): _____
 Ninguno

Pág. 5

P.30. Ahora va a ver algunas afirmaciones y me gustaría que me dijera si le gusta más o si le gusta menos de acuerdo o en desacuerdo. Si que nos interesa en conocer su opinión no hay respuestas correctas o incorrectas, úbrece por favor la escala. Totalmente de acuerdo, Algo de acuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, Algo en desacuerdo, Totalmente en desacuerdo.
Programador: Rocio Arribas

	Totalmente de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
NO compra marcas ni productos cuyos empaques no sean responsables con el medio ambiente y la sociedad	1	2	3	4	5
Preferido en tienda como la marca pero practica con el precio ecológico	1	2	3	4	5
Me da poco de las marcas en general	1	2	3	4	5
Prefero consumir productos locales, cultivos orgánicos de campo fresco	1	2	3	4	5
Suele comprar algún producto de comercio justo	1	2	3	4	5
El cambio climático y el deterioro medioambiental no me interesan	1	2	3	4	5
El planeta medioambiental es inabarcable y no me equivoco	1	2	3	4	5
Intento comprar menos el agua ya que los productos ecológicos se venden más sostenibles	1	2	3	4	5
Intento comprar a vivir con menos	1	2	3	4	5
Me gusta comprometer con los problemas de mi entorno y suelo colaborar en ello	1	2	3	4	5
Conozco cómo las empresas hacen un esfuerzo por el medio ambiente	1	2	3	4	5
Digo los temas del medio ambiente en los medios de comunicación	1	2	3	4	5
Recorro 1000 lo que puedo y recorro 1000 lo posible	1	2	3	4	5
Me gusta pagar más por productos relacionados con el medio ambiente	1	2	3	4	5
Conozco la diferencia entre un producto ecológico y un producto natural, sano o de la naturaleza	1	2	3	4	5
No todo lo que dice que es ecológico es ecológico	1	2	3	4	5
Conozco algunas actividades que se hacen en las empresas ecológicas	1	2	3	4	5
Las las etiquetas de los productos son cuidados para saber sus ingredientes, elaboración, sostenibilidad, etc.	1	2	3	4	5
Intento más en mi agua que en mi comida	1	2	3	4	5
Me alimentación y la de mi familia es muy importante para mí	1	2	3	4	5
Intento comer un capricho todos los días	1	2	3	4	5
Intento evitar las comidas preparadas	1	2	3	4	5
En lo que se refiere a alimentación prefiero más productos ecológicos	1	2	3	4	5
Digo una dieta mediterránea y tradicional	1	2	3	4	5
Me gusta comer productos ecológicos	1	2	3	4	5
Como vez consumo menos carne y me orienta hacia una alimentación más vegetariana	1	2	3	4	5

Pág. 6

DATOS DE CLASIFICACIÓN

A.3. ¿CUÁL ES EL NÚMERO DE PERSONAS DE SU HOGAR, INCLUYÉNDOSE USTED MISMO?
(Pasar a C6 si A.3=1)

A.4. DÍGAMME LA EDAD, EL SEXO, LA RELACIÓN DE CONVIVENCIA QUE TIENEN CON VD. CADA UNO DE LOS MIEMBROS QUE VIVEN EN SU HOGAR. EMPEZAMOS POR EL MÁS MAYOR Y SIGUIENDO POR EL SIGUIENTE MIEMBRO DE MÁS EDAD. (D.A.2=2, 3, 4, 5, 6 O MÁS)

MEMBRO	SEXO				RELACIÓN CON ENTREVISTADO				
	EDAD	HOMBRE	MUJER	PARZIA	HIJOS/A	HERMANO/A	OTRO CONVIVIENTE	OTRO CONVIVIENTE	OTRO CONVIVIENTE
Miembro 1									
Miembro 2									
Miembro 3									
Miembro 4									
Miembro 5									
Miembro 6									
Miembro 7									
Miembro 8									
Miembro 9									
Miembro 10									

C.6. ¿En qué posición indica su estado civil?

Soltero/a
 Casado/a
 Conviviente en pareja
 Divorciado/a o Separado/a
 Viudo/a
 No/No sé

C.7. ¿Cuál es su posición dentro del hogar?

VD. es el principal sustentador (el que más ingresos aporta al hogar)
 Se da otra persona el principal sustentador
 VD. con otra persona ingresos más o menos par igual

C.14.A. Dígame por favor los estudios de más alto nivel que haya finalizado VD.

C.14.B. ¿Y el sustentador principal o cabeza de familia?
(EVT. Si C.7 código 1 ó 3 anotar lo mismo en C14B y C14A)

	C14A. PRIN.	C14B. SUST.
No sabe leer ni escribir	1	1
Sin estudios (Estudios primarios sin terminar)	2	2
Primer grado (Ceniciento escolar, entre 1º y 2º grado, más o menos 10 años)	3	3
Segundo grado 1º año (Gradado escolar, 22º 2º grado, 1º y 2º grado, hasta 14 años)	4	4
Segundo grado 2º año (2º y 3º Secundaria superior, BUP, 2º y 4º grado, CDU, PRSU, 2º y 3º Bachillerato, hasta los 16 años)	5	5
Tercer grado (2º año del ciclo (Ceniciento técnico, escuelas universitarias, bachilleratos técnicos, bachilleratos universitarios, bachilleratos superiores, etc.)	6	6
Tercer grado 3º año (Ceniciento técnico, bachilleratos superiores, bachilleratos superiores, etc.)	7	7

Pág. 7

C.15.A. ¿Cuál es su actual actividad?

C.15.B. ¿Y la del sustentador principal o cabeza de familia?
(EVT. Si C.7 código 1 ó 3 anotar lo mismo en C15B y C15A)

	C15A. ENTREV.	C15B. SUST. PRIN.
Trabaja actualmente	1	1
Retirado/a (pensionado/a / incapacitado)	2	2
Parado, sin trabajos anteriormente	3	3
Parado, bajo primer empleo	4	4
Retirado/a (que no trabaja)	5	5
Sin labores (que no trabaja)	6	6

Entrevistado: si trabaja actualmente preguntar ocupación y anotar en el cuadro siguiente. En el caso de jubilado o parado preguntar por su última ocupación que tuvo y anotar en el cuadro siguiente.

C.16.A. ¿Cuál es su actual ocupación?

C.16.B. ¿Y la del sustentador principal o cabeza de familia?
(EVT. Si C.7 código 1 ó 3 anotar lo mismo en C16B y C16A)

	C16A. ENTREV.	C16B. SUST. PRIN.
TRABAJO POR CUENTA PROPIA		
Empresas agrarias con 5 o más empleados	1	1
Empresas agrarias con 1 a 5 empleados	2	2
Propietarios agrícolas sin empleados	3	3
Miembros de cooperativas agrícolas	4	4
Empresas comerciales con 5 o más empleados	5	5
Empresas comerciales con 1 a 5 empleados	6	6
Empresas/comercios sin empleados	7	7
Profesionales (técnicos cuenta propia (médicos, etc.))	8	8
Tribalistas manuales (artesanos cuenta propia)	9	9
TRABAJO POR CUENTA AJENA		
Dir. Empresa pública y privada 25 y + años	0	0
Dir. Empresa pública y privada, menos de 25 años	1	1
Mandos superiores (empleados nivel superior de empresas, Accion. pública y privada) 25 y + años	2	2
Mandos intermedios (empleados nivel medio de empresas, Accion. pública y privada) 25 y + años	3	3
Cooperados, empleados, subalternos (dirigido)	4	4
Operarios, comerciales, representantes	5	5
Administrativos	6	6
Otros especialistas, numereros (Guardia Civil y Policía)	7	7
Vecinales, dependientes	8	8
Empleados subalternos (domésticos, etc.)	9	9
Otros sin especializar, peones, servicio doméstico	0	0
Artesanos de campo	1	1
Otros (personas no cualificadas)	2	2

Pág. 8

3. Definiciones.

- **Alimento ecológico:**

A) Alimento ecológico es aquel que ha sido producido sin usar pesticidas y fertilizantes sintéticos sino solamente naturales y evita todo tipo de alteración transgénica respetando el sistema natural o ecosistema donde se desarrolla ese producto.

B) Alimento ecológico es aquel producto que ha sido producido de una forma natural y no contiene productos perjudiciales para la salud.

C) Alimento ecológico es aquel que ha sido cultivado de forma tradicional con las técnicas de toda la vida y es integral.

- **Comercio Justo consensuada internacionalmente:**

“El Comercio Justo es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos, especialmente en el Sur”.

(Organización Mundial del Comercio Justo, WFTO)