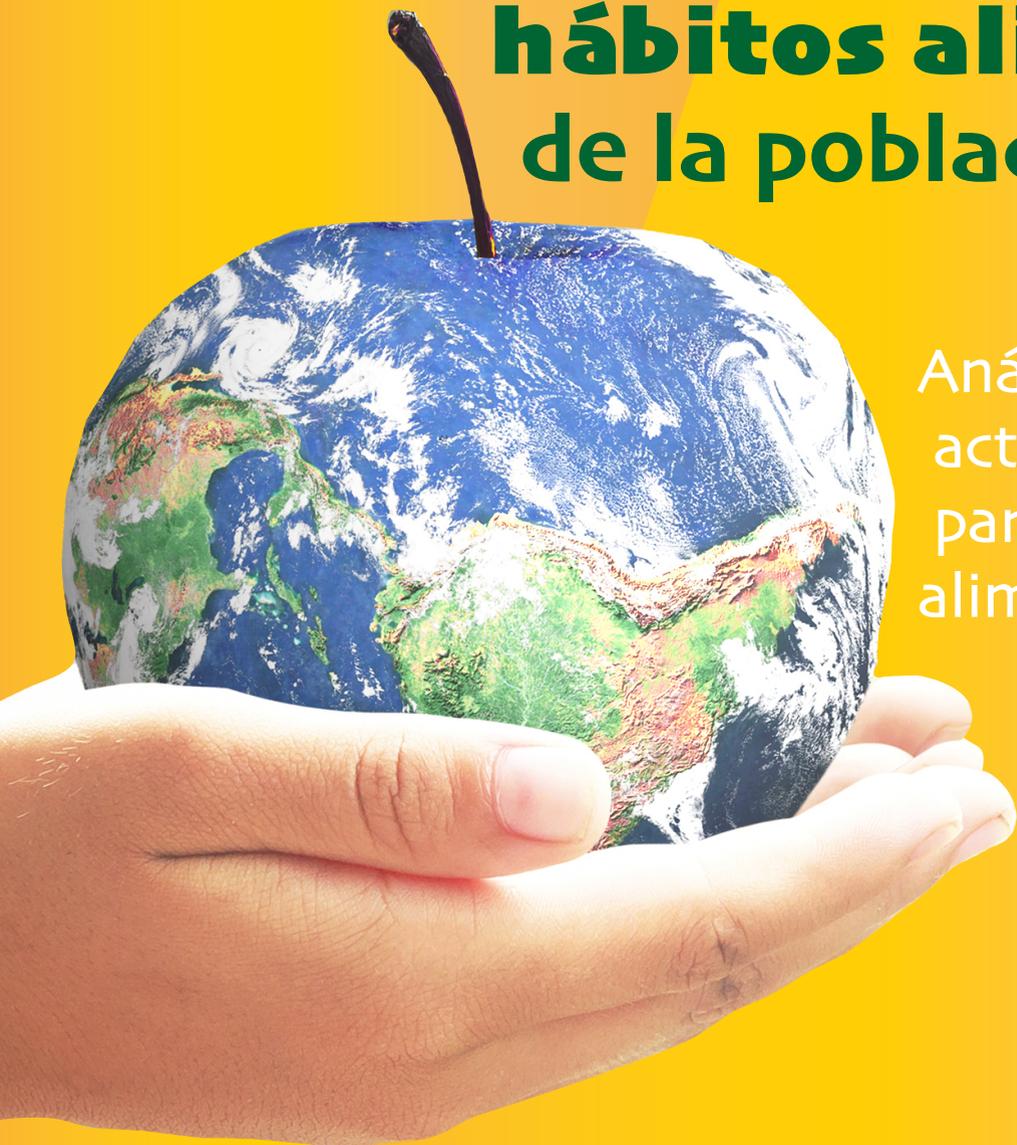




Estudio sobre el impacto ecológico de los hábitos alimentarios de la población española



Análisis de la situación actual y de las alternativas para lograr un sistema alimentario más sostenible



**HISPA
COOP**

Confederación Española
de Cooperativas
de Consumidores
y Usuarios



**HISPA
COOP**

HISPACOOP

Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios

www.hispacoop.es

hispacoop@hispacoop.es



El programa ha sido subvencionado por el Ministerio de Consumo,
siendo su contenido responsabilidad exclusiva de la organización beneficiaria.

En cumplimiento de la legislación vigente en materia de asociaciones, el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, HISPACOOP no autoriza la reproducción total o parcial del contenido de este estudio para la realización de ningún tipo de comunicación comercial. La información contenida en este estudio sólo podrá ser utilizada para fines informativos o formativos carentes de ánimo de lucro y siempre que se cite expresamente su origen.

Índice

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 1. | Introducción..... | 3 |
| 2. | Objetivos específicos..... | 4 |
| 3. | Ficha técnica | 5 |
| 3.1. | Fase cualitativa | 5 |
| 3.2. | Fase cuantitativa | 6 |
| 4. | Resultados..... | 8 |
| 4.1. | Consideraciones generales | 9 |
| a) | Posicionamiento sobre el fenómeno del impacto ambiental | 10 |
| b) | El impacto de la dieta y el tipo de alimentación..... | 12 |
| c) | La necesidad vs dificultad de modificar los hábitos de alimentación | 14 |
| 4.2. | Las barreras al cambio..... | 17 |
| 4.3. | El papel de la planificación alimentaria..... | 23 |
| a) | Expectativas de cambio..... | 28 |
| b) | Demanda de ayudas | 29 |
| 4.4. | Modificaciones en la dieta, cocinado y uso de los alimentos..... | 32 |
| a) | Expectativas de cambio..... | 36 |
| b) | Demanda de ayudas | 37 |
| 4.5. | La importancia de la información..... | 40 |
| a) | Expectativas de cambio..... | 41 |
| b) | Demanda de ayudas | 42 |
| 5. | Conclusiones | 45 |

1 Introducción

La elección de alimentos en nuestra vida diaria tiene un gran impacto en el medio ambiente. Sin embargo, las personas consumidoras no son conscientes de los impactos ecológicos de sus hábitos, ni tampoco del sistema actual de producción y consumo de alimentos. Para avanzar hacia modelos con menor impacto ecológico debemos fomentar un cambio en las dietas y en los hábitos cotidianos en torno a la alimentación de la población española.

Se dice que aquellas personas consumidoras con más conocimientos y conciencia medioambiental componen sus menús diarios con productos con menor huella ambiental, y son los que tienden a hacer una elección de alimentos más respetuosa con el entorno. Sin embargo, los hábitos cotidianos se ven influenciados por múltiples factores que inciden de manera directa e indirecta en la elección de alimentos, constituyendo en muchas ocasiones barreras para mitigar el impacto ecológico de nuestros comportamientos de compra y consumo de alimentos.

HISPA COOP, la Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios presenta el *«Estudio sobre el impacto ecológico de los hábitos alimentarios de la población española»* que engloba un trabajo de **análisis de la situación actual y de las alternativas para lograr un sistema alimentario más sostenible.**

Este trabajo forma parte del **Proyecto «Impacto ecológico de la alimentación»**, subvencionado por Ministerio de Consumo, y cuenta con el apoyo y colaboración del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Este proyecto responde a la línea prioritaria de **impacto ecológico de los hábitos alimentarios de la población española.**

Los **objetivos generales del proyecto** son los siguientes:

- ▶ Ahondar en el impacto ecológico de los hábitos de alimentación de la población española y cómo mitigarlo.
- ▶ Analizar el impacto ecológico de las conductas alimentarias de las personas consumidoras.
- ▶ Determinar barreras e inconvenientes que impiden reducir el impacto ecológico de los hábitos alimentarios.
- ▶ Desarrollar estrategias motivadoras para impulsar hábitos de alimentación o dietas con menor impacto ecológico.

- ▶ Informar y difundir la opinión de expertos y profesionales de los sectores implicados para mitigar el impacto ecológico de la alimentación a través de un cambio en hábitos y dietas de la población.

El **principal objetivo** que se persigue este estudio es indagar sobre el impacto ecológico de los hábitos alimentarios de la población española mediante la opinión de varios expertos y de la ciudadanía, así como la conciencia de ésta sobre el mismo. Conocer su posicionamiento ante el hecho del impacto, qué se está dispuesto a cambiar y qué no, así como las motivaciones que funcionan como barreras o como incentivos para ello.

Presentamos el **Resumen Ejecutivo** con las principales conclusiones del estudio realizado sobre el impacto ecológico de los hábitos alimentarios a través de las **técnicas cualitativas y cuantitativas**. El estudio se planificó, por tanto, en base a **dos fases de análisis**, una primera fase con las **entrevistas abiertas y semiestructuradas a expertos mediante la técnica cualitativa**, y una segunda fase centrada en las **encuestas a la ciudadanía empleando la metodología cuantitativa**. Los objetivos generales de cada una de las fases se distribuyeron en base a la naturaleza de la información, para contar así con una visión lo más completa posible.

El resultado de análisis de ambas técnicas nos ha permitido extraer las principales conclusiones del estudio para tener una visión global de los hábitos de alimentación de la población en España, con el propósito de ahondar en su impacto ecológico y cómo poder mitigarlo a través de un cambio de hábitos de alimentación en las personas consumidoras.

2 Objetivos específicos

Pasamos a clasificar las necesidades operativas que se querían atender a partir de los resultados del estudio:

En la **primera fase, las entrevistas abiertas y semiestructuradas con expertos**, el objetivo principal era realizar un primer acercamiento al tema para recabar el diagnóstico genérico sobre los hábitos alimenticios y su impacto en el medio ambiente, así como sobre cuáles son los cambios que se deberían realizar y las acciones que facilitarían dichos cambios. Este primer acercamiento ha sido básico para el desarrollo del cuestionario a utilizar en la fase cuantitativa.

En la **segunda fase, la metodología cuantitativa (encuesta a la ciudadanía)**, los objetivos específicos fueron:

- ▶ Conocer el posicionamiento de la población española en cuanto a los efectos ambientales de sus hábitos de alimentación.
- ▶ Indagar sobre la predisposición a cambiar de dieta por motivos medioambientales.
- ▶ Identificar las principales barreras a ese cambio.
- ▶ Valorar la necesidad del conocimiento del impacto por parte de la ciudadanía.
- ▶ Conocer qué medidas pueden ayudar a la ciudadanía a la hora de plantearse un cambio en sus hábitos de alimentación.

3

Ficha técnica

3.1. Fase cualitativa

La fase cualitativa consistió en realizar tres **entrevistas en profundidad a expertos profesionales del sector del consumo alimentario e impacto medioambiental**. Los expertos participantes en esta fase de la investigación tienen la siguiente cualificación:

Manuel Moñino Gómez es Diplomado en Nutrición Humana y Dietética por la Universidad del País Vasco. Especialista en Comunicación de Ciencias de la Salud y Alimentación Humana por la Universidad de las Islas Baleares. Dietista-Nutricionista Colegiado en Islas Baleares. Consultor senior en salud pública y nutrición comunitaria. Vicepresidente 2º del Consejo General de Colegios Oficiales de Dietistas-Nutricionistas. (EP1).

Eva Gosenje Ábalos es Gestora en materia de Nutrición en el Departamento de Marketing Salud, Sostenibilidad y Calidad de Eroski S.Coop. Graduada en Nutrición Humana y Dietética por la Universidad de Navarra. Tiene un Máster en Salud Pública por la Universidad del País Vasco. Postgrado en Alimentación de las Personas Mayores por el Instituto de Ciencias de la Alimentación de la Universidad de Navarra. Diplomada en Nutrición Humana y Dietética por la Universidad de Navarra. Certificado de Aptitud Pedagógica (CAP) por la Universidad de Navarra. (EP2).

Rafael Urrialde de Andrés es Especialista en alimentación seguridad alimentaria, nutrición, sostenibilidad y salud. Doctor en Ciencias Biológicas por la Universidad Complutense de Madrid. Especialista Universitario en Ciencias Ambientales por la Universidad Complutense de Madrid. Diploma en Nutrición, Curso postgraduados de la Escuela de Nutrición de la Universidad de Granada. Profesor Asociado de la Unidad Docente de Genética, Fisiología y Microbiología de la Facultad de Ciencias Biológicas de la Universidad Complutense de Madrid y del Departamento de Ciencias Farmacéuticas y de la Salud de la Facultad de Farmacia de la Universidad San Pablo CEU. Colaborador como Profesor Invitado de Seguridad Alimentaria y Nutrición en Másteres de la Universidad de Barcelona, Universidad Complutense de Madrid, Universidad de Sevilla y Universidad de Granada. Pertenece a diferentes sociedades científicas, instituciones o institutos de investigación en el ámbito de la alimentación, seguridad alimentaria, nutrición y dietética. (EP3).

Además, se contó con la colaboración de **Ujué Fresán Salvo**, con la cual se mantuvo **una entrevista complementaria que sirvió para ampliar, fijar o reforzar los hallazgos obtenidos en las entrevistas en profundidad**. Es investigadora de dietas sostenibles, licenciada en Farmacia por la Universidad de Navarra, Máster en Salud Pública por la Universidad Pública de Navarra, y doctora en Biomedicina por la Universitat de Barcelona. (EP4).

3.2. Fase cuantitativa

La investigación cuantitativa se realizó mediante la técnica de **encuesta telefónica con el servicio Ómnibus**. Presentamos las características técnicas que fueron las que se detallan a continuación:

Ámbito: España.

Universo: ciudadanos de 18 y más años de edad.

Muestreo: polietápico estratificado. Muestra proporcional a la población del universo por tamaño de hábitat y Comunidades Autónomas con cuotas por sexo y edad.

Muestra: 1.126 entrevistas, distribuidas de la siguiente manera:

| | | | | Total - 1.126 | |
|-----------------------|----------------------|-----------------|-------------|-----------------|-----|
| SEXO | Hombres | 548 | CCAA | Andalucía | 144 |
| | Mujeres | 578 | | Aragón | 37 |
| EDAD | De 18 a 24 años | 110 | | Asturias | 27 |
| | De 25 a 34 años | 173 | | Balears (Illes) | 22 |
| | De 35 a 44 años | 223 | | Canarias | 43 |
| | De 45 a 54 años | 206 | | Cantabria | 13 |
| | De 55 a 64 años | 168 | | Castilla y León | 60 |
| | 65 y más años | 246 | | C-La Mancha | 43 |
| | Hasta 2.000 h. | 40 | | Cataluña | 204 |
| TAMAÑO HÁBITAT | 2.001 - 5.000 h. | 60 | | C. Valenciana | 86 |
| | 5.001 - 10.000 h. | 77 | | Extremadura | 16 |
| | 10.001 - 20.000 h. | 105 | | Galicia | 86 |
| | 20.001 - 50.000 h. | 141 | | Madrid | 249 |
| | 50.001 - 100.000 h. | 146 | | Murcia | 25 |
| | 100.001 - 200.000 h. | 126 | | Navarra | 12 |
| | 200.001 - 500.000 h. | 183 | | País Vasco | 45 |
| | > 500.001 h. | 65 | | Rioja (La) | 9 |
| MAD y BCN | 183 | Ceuta y Melilla | | 5 | |

Cuestionario: estructurado según los objetivos del estudio. Este cuestionario fue elaborado y posteriormente consensuado con los responsables técnicos de HISPACOOP. Consta de 4 baterías de entre 5 y 10 ítems y una pregunta múltiple con diez opciones de respuesta.

Margen de error: $\pm 2,98\%$. Calculado partiendo de los criterios del muestreo aleatorio simple, en el caso de mayor incertidumbre posible; p y $q = 50\%$. Al 95,5% de margen de confianza y en un entorno de universo infinito.

Trabajo de campo: todos los datos fueron recogidos entre el 3 y el 17 de octubre de 2022.

Equilibraje: debido a la estructura de la muestra, para adaptarse a los objetivos y con la finalidad de dar el peso a cada entrevista en función de la distribución real de la población general se ha procedido al equilibraje del fichero según se distribuyen los ciudadanos españoles, a partir de los datos más recientes del INE.

4 Resultados

Presentamos los principales resultados del estudio, estructurados en cinco apartados, según el siguiente esquema de contenidos:

Consideraciones generales

- ▶ Posicionamiento global
- ▶ Impacto del tipo de alimentos y la dieta
- ▶ Necesidad vs dificultad de modificar los hábitos

Las barreras al cambio

El papel de la planificación alimentaria

- ▶ Expectativas
- ▶ Demanda de ayudas

Modificaciones en la dieta, cocinado y uso de los alimentos

- ▶ Expectativas
- ▶ Demanda de ayudas

La importancia de la información

- ▶ Expectativas
- ▶ Demanda de ayudas

En el cuestionario utilizado como herramienta para obtener la información, se utilizó una batería para las consideraciones generales y una pregunta múltiple para identificar las barreras al cambio. Esta información es la que aparece directamente en los dos primeros apartados. El resto de información se obtuvo de tres baterías de preguntas cuya información se ha combinado en tres apartados. Las baterías recogieron la información sobre el grado en el que una serie de posibles hábitos pueden contribuir a reducir el impacto ambiental, la intención a adoptar ese tipo de hábitos y la valoración sobre en qué medida pueden ayudar a tomar esa decisión una serie de ayudas externas.

De estas tres baterías se han seleccionado los aspectos específicos que tienen que ver con el contenido de los tres apartados con los que se cierra el estudio:

- ▶ **La planificación alimentaria.**
- ▶ **La dieta, cocinado y uso de los alimentos.**
- ▶ **La información.**

La forma en la que se presentan los resultados se inicia con un análisis descriptivo univariable, de los datos globales registrados para cada una de las variables del estudio.

Adicionalmente, se ha realizado un análisis de las diferencias entre ese dato global y los diferentes segmentos de población. Para este segundo paso –análisis entre segmentos- se analizan de forma transversal en todo el estudio las diferencias entre los distintos segmentos de población, atendiendo a un total de siete variables explicativas de clasificación: sexo, edad, número de personas en el hogar, ingresos, clase social, tamaño de hábitat y CCAA.

Con respecto a este análisis, se hace referencia únicamente a las diferencias que son estadísticamente significativas con respecto al dato global y/o que reflejan aspectos relevantes para el estudio.

4.1. Consideraciones generales

El principal reto para la transición alimentaria, según se afirma en el Libro Blanco de la Alimentación Sostenible en España, se basa en *"la necesidad urgente de abordar una transición justa y ecológica hacia Sistemas Alimentarios Sostenibles y Resilientes, sanos y respetuosos con personas, animales y planeta"*¹.

La urgencia de trabajar en esta dirección también fue señalada por los expertos entrevistados, aunque aportaron miradas diferentes en algunas cuestiones concretas. **Todos ellos recalcan la importancia de avanzar hacia sistemas alimentarios más sostenibles.**

"Todos somos conscientes de que nuestra alimentación, los sistemas alimentarios tienen un impacto muy negativo no solo en la salud del planeta sino también en nuestra salud. Considerando que los sistemas alimentarios son uno de los grandes generadores de efectos de gases de efecto invernadero y de que esta emisión se ha ido incrementando a lo largo de las últimas décadas, es importante y urgente el tomar decisiones que puedan ir encaminadas a reducir ese impacto que los sistemas alimentarios tienen en el planeta y en nuestra salud". EP1-Manuel Moñino Gómez

Para acercarnos a la ciudadanía era imprescindible contextualizarla adecuadamente iniciando la encuesta con una aproximación exploratoria sobre la actitud hacia este tema. Para ello se utilizó una batería de cinco afirmaciones para que las personas entrevistadas se posicionaran de acuerdo o en desacuerdo con ellas, comenzando

¹ Libro Blanco de la Alimentación Sostenible en España. Fundación Alternativas. Fundación Daniel y Nina Carasso. https://www.fundacionalternativas.org/storage/publicaciones_archivos/61ab882cbe810bbdcfa4717e66a07244.pdf

con la más generalista: “En general, los hábitos de alimentación de la población (compra y consumo) tienen un impacto ambiental”, cuyo análisis se aborda en el subapartado A.

Las otras cuatro afirmaciones de la batería se han clasificado en dos grupos:

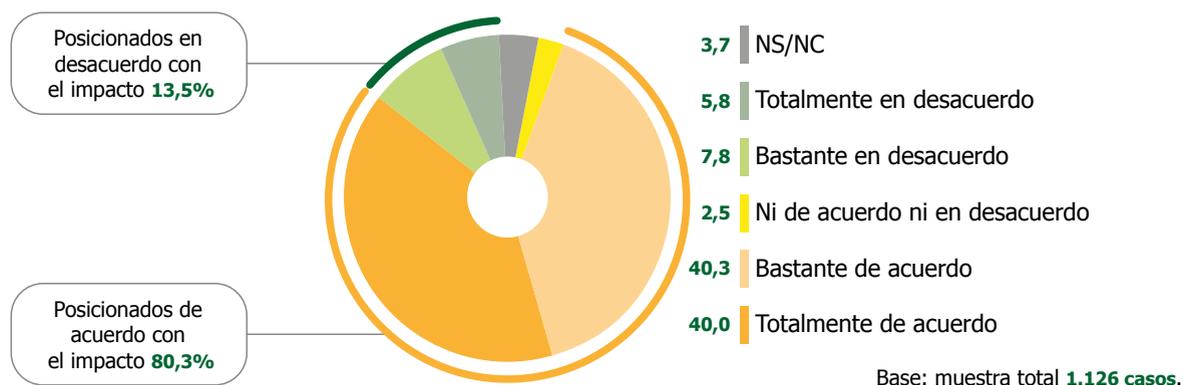
- ▶ El primero para evaluar las creencias con respecto al impacto de los llamados hábitos saludables con respecto a los no saludables y la importancia en el impacto del tipo de dieta (subapartado B).
- ▶ Y el segundo para conocer la opinión respecto a la necesidad de modificar los hábitos alimenticios frente a la dificultad para hacerlo (subapartado C).

a) Posicionamiento sobre el fenómeno del impacto ambiental

La idea de que los hábitos de alimentación (compra y consumo) tienen un impacto ambiental está bastante generalizada entre la población española.

Ocho de cada diez ciudadanos/as se muestran de acuerdo con tal afirmación (80,3%), mientras que representan un 13,6% del total quienes se posicionan en desacuerdo.

En general, los hábitos de alimentación de la población (compra y consumo) tienen un impacto ambiental



En efecto, **observando las frecuencias de respuesta**, al escuchar la primera afirmación “**En general, los hábitos de alimentación de la población (compra y consumo) tienen un impacto ambiental**”, el 40,0% de los informantes aseguran que están totalmente de acuerdo y el 40,3% de acuerdo, **lo que agregado supone el 80,3% de ciudadanos/as**.

Por su parte, un 7,8% asegura estar bastante en desacuerdo y un 5,8% totalmente en desacuerdo, **ambos porcentajes suman un 13,5% de ciudadanos/as que tienen una actitud contraria a creer que los hábitos de alimentación tienen tal impacto**, lo que podría considerarse la tasa nacional de quienes muestran una actitud más cercana al “negacionismo” sobre este aspecto.

Cabe señalar también el 2,5% de quienes no se muestran ni de acuerdo ni en desacuerdo, que agregado al 3,7% que no quisieron o supieron contestar a esta cuestión, suman un 6,2% de “no posicionados”.

El reconocimiento del problema, la afirmación de que los hábitos de alimentación tienen un impacto ambiental, podría considerarse un primer nivel de concienciación, el más básico. Los expertos entrevistados ya nos señalaban su percepción de que la población está concienciada, aunque esta concienciación se asiente sobre unos conocimientos reducidos o incluso erróneos.

“Y en cuanto a la sostenibilidad creo que sí que hay concienciación, pero creo que es un área más desconocida o confusa si cabe que el de la alimentación saludable. Y mira que en el tema de la alimentación saludable hay confusión, el marketing en estos temas también hace un poco de daño y en la sostenibilidad también”. EP2-Eva Gosenje Ábalos

Con el objetivo de profundizar en el análisis de los tres grupos definidos en función del reconocimiento o no del impacto de la alimentación (posicionados de acuerdo, en desacuerdo y no posicionados), han sido incluidos como segmentos de análisis junto con el resto de las variables sociodemográficas, para entender mejor las diferencias entre ellos. La inclusión del segmento “No posicionados” permitirá comprobar en qué aspectos se muestran afines a cualquiera de los otros dos.

El perfil sociodemográfico del segmento de población que se muestra de acuerdo con que los hábitos de alimentación tienen un impacto medioambiental, con respecto al 80,3% registrado entre el total, aumenta significativamente en las mujeres (84,3%), menores de 45 años ($\geq 88,7\%$), con estudios secundarios o universitarios ($\geq 86,15\%$), clase social alta, media-alta (89,1%), posicionamiento ideológico de izquierdas (95,0%) y grandes urbes Madrid-Barcelona (88,4%).

El perfil sociodemográfico del segmento de población que se muestra en desacuerdo con que los hábitos de alimentación tienen un impacto medioambiental, respecto al 13,5% registrado entre el total, aumenta significativamente en los hombres (19,1%), entre 45 y 64 años de edad ($\geq 17,7\%$), estudios hasta primarios (24,8%), clase social media-baja o baja (18,4%), posicionamiento ideológico de derechas (23,7%) y hábitat rural (17,5%).

El perfil sociodemográfico del segmento de población que no se posiciona con que los hábitos de alimentación tienen un impacto medioambiental, con respecto al 6,2% registrado entre el total, aumenta significativamente entre los mayores de 65 años (16,0%), estudios hasta primarios (16,6%) y clase social media baja-baja (13,7%).

b) El impacto de la dieta y el tipo de alimentación

Este segundo apartado se centra en conocer la postura sobre dos afirmaciones concretas: “Los hábitos alimenticios saludables impactan menos en el medio ambiente que los no saludables” y “El tipo de dieta alimentaria que se sigue tiene importancia en cuanto al impacto ambiental”. **La estrecha interrelación entre salud y sostenibilidad cuando hablamos de hábitos alimenticios es uno de los argumentos que los expertos señalaron en las entrevistas abiertas como uno de los elementos que puede ejercer de dinamizador del proceso:** primero, porque **los conocimientos sobre hábitos alimenticios saludables se presuponen más extendidos y sólidos** y, en segundo lugar, porque **unir ambos objetivos (salud y sostenibilidad) podría multiplicar la disposición a actuar entre la población.**

Adoptar una dieta más saludable, conlleva aparejado de un modo simultáneo su mayor sostenibilidad.

"Si nosotros moviéramos nuestros hábitos alimentarios hacia modelos alimentarios más saludables, con solo... acercándonos más a la dieta mediterránea ya estaríamos consiguiendo ese objetivo de hacer nuestra alimentación más sostenible. Solamente comiendo más frutas y verduras, comiendo más legumbres, reduciendo el consumo de carne, reduciendo el consumo de alimentos ultraprocesados, y en definitiva también de aprovechar más los alimentos cuando los tenemos en la cocina y reducir lo más posible el desperdicio alimentario". EP1-Manuel Moñino Gómez

"La mayoría de los alimentos que son saludables tienen un bajo impacto ambiental, pero esto no ocurre siempre. Hay alimentos saludables que pueden tener un alto impacto ambiental. El pescado puede ser saludable, pero según de qué fuentes se obtiene... si esas fuentes no son sostenibles pueden tener un alto impacto ambiental [...] pero, grosso modo, sí que ocurre que los alimentos más saludables tienen un bajo impacto ambiental". EP4-Ujué Fresán Salvo

Por otro lado, este tipo de cambios, positivos en sí mismos, impulsarían cambios sobre otros actores de la cadena de valor promoviendo un movimiento global con un impacto mucho mayor sobre el medio ambiente.

"Por sí mismo creo que tendría un impacto pequeño si no va acompañado también de medidas en la industria, es decir, en toda la cadena alimentaria. ¿Qué pasa? Que también es cierto que el hecho de que nosotros cambiemos hábitos puede hacer que cambien ciertas prácticas de esa cadena alimentaria y de esa industria alimentaria. Esto es un poco lo de siempre: si no lo compro, no lo como; y si no lo como, no se produce". EP2-Eva Gosenje Ábalos

"El que tiene todas las llaves para lograr todos los cambios o modificaciones en la oferta de alimentos y bebidas es el consumidor. La industria alimentaria, tanto de la transformación como de la distribución, va a hacer lo que quiera el consumidor. [...] Yo creo que el consumidor está concienciado, tiene intención, pero no es ejecutor, no tiene acción". EP3-Rafael Urrialde de Andrés

La población española también se muestra mayoritariamente de acuerdo cuando escuchan estas dos afirmaciones: "Los hábitos alimenticios saludables impactan menos en el medio ambiente que los no saludables" (75,2%) y "El tipo de dieta alimentaria que se sigue tiene importancia en cuanto al impacto ambiental" (79,8%). Quienes se muestran en desacuerdo con estas afirmaciones representan un 16,8% y un 14,7% respectivamente.

Posicionamiento con respecto a las siguientes afirmaciones:

Los hábitos alimenticios saludables impactan menos en el medio ambiente que los no saludables



El tipo de dieta alimentaria que se sigue tiene importancia en cuanto al impacto ambiental



- Totalmente de acuerdo
- Bastante de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Bastante en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo
- NS/NC

Base: muestra total **1.126 casos.**

Representan un 41,0% quienes están totalmente de acuerdo y un 34,2% bastante de acuerdo con que los hábitos alimenticios saludables impactan menos en el medio ambiente que los no saludables. De forma similar, con respecto a la **importancia del tipo de dieta alimentaria que se sigue para el impacto ambiental, se muestran total y bastante de acuerdo un 38,4% y un 41,4% respectivamente.** En la opinión contraria, en desacuerdo se muestran el 11,1% bastante y el 5,7% totalmente con la primera de las afirmaciones, y el 9,3% y el 5,4% respectivamente con respecto a la segunda. Mientras que representan un 7,9% y un 5,6% respectivamente los no posicionados.

Con respecto a los porcentajes registrado sobre la consideración global del impacto, el agregado de opiniones de acuerdo con estas dos afirmaciones, aunque es mayoritario, es levemente inferior, mientras que el de opiniones en desacuerdo levemente superior. Lo cual refleja un leve aumento del desacuerdo cuando se consideran aspectos más específicos del impacto. Aunque hay que señalar que esta variación es muy leve.

Con respecto a los distintos segmentos de población, los perfiles son muy similares a los descritos en el caso de la consideración global. Existiendo una clara correlación entre quienes están de acuerdo o en desacuerdo en cada una de las tres afirmaciones.

c) La necesidad vs dificultad de modificar los hábitos de alimentación

Hay un consenso absoluto sobre la necesidad de cambios entre los expertos consultados, pero también sobre la existencia de importantes dificultades para que la ciudadanía los adopte. Más allá de que cualquier cambio de hábitos supone dificultades, en sus análisis surgen distintos factores interrelacionados entre sí que amplifican estas dificultades:

El estilo de vida mayoritario (falta de tiempo, rapidez e inmediatez, búsqueda de la facilidad).

La enorme accesibilidad (en variedad, cantidad y precio) **de productos de baja calidad nutricional y con un alto impacto medioambiental.**

La pérdida de conocimientos y habilidades relacionados con el tratamiento de los alimentos.

"Se ha primado muchas veces el comer fuera de casa, no se tiene tiempo para cocinar, la facilidad que te puede suponer comer fuera de casa y mantener un horario de trabajo adecuado a lo que te están exigiendo... Ha habido sin duda múltiples

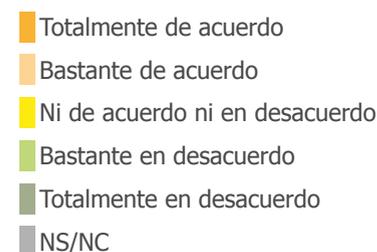
factores. Pero al final lo que ha resultado es que los entornos alimentarios en los que nos hemos estado moviendo estos últimos 20 años hay una disponibilidad muy alta de alimentos de baja calidad nutricional con un alto impacto medioambiental, que además han sido alimentos siempre envasados, alimentos que han utilizado en sus formulaciones componentes que vienen de sobreexplotaciones agrícolas de otras regiones del mundo". EP1-Manuel Moñino Gómez

Posicionamiento con respecto a las siguientes afirmaciones:

Es necesario modificar nuestros hábitos de alimentación para causar menor impacto ambiental



Resulta difícil modificar nuestros hábitos de alimentación para reducir el impacto ambiental



Base: muestra total **1.126 casos.**

En cuanto a la necesidad y dificultad de modificar los hábitos de alimentación de la población, ambas afirmaciones cuentan con el acuerdo de la mayoría de la ciudadanía, aunque existe un consenso más amplio respecto a la necesidad (79,8%) que a la dificultad (73,9%).

Si observamos las frecuencias de cada opción de respuesta, esa diferencia es más pronunciada aún. Mientras que casi la mitad de la población española está totalmente de acuerdo con que es necesario modificar nuestros hábitos de alimentación para causar menor impacto ambiental (45,0%), ese porcentaje se queda en el 32,5% cuando se afirma que resulta difícil modificar los hábitos.

Además, representan dos de cada diez (20,8%), quienes están bastante (12,2%) o totalmente en desacuerdo (8,6%) con que este cambio sea difícil, mientras que, con respecto a la necesidad, sólo el 7,4% está bastante y el 8,0% totalmente en desacuerdo.

Tomando como referencia la posición más extrema (totalmente de acuerdo o totalmente en desacuerdo), se observan los siguientes contrastes por los diferentes segmentos:

| | Necesidad de cambiar los hábitos | Dificultad de cambiar los hábitos |
|--------------------------|--|--|
| Totalmente de acuerdo | <i>En total, representan el 45,0%.</i> | <i>En total, el 32,5%.</i> |
| | El 54,5% de quienes tienen entre 35 y 44 años está totalmente de acuerdo con la necesidad de cambiar los hábitos. | |
| | Estudios universitarios (50,7%) | Estudios secundarios (37,1%) |
| | Clase social alta-media alta (50,8%) | Clase media (36,5%) |
| | Izquierda ideológica (55,4%) | |
| | De acuerdo con el impacto (51,8%) | De acuerdo con el impacto (36,3%) |
| Totalmente en desacuerdo | <i>En total representan un 8,0%.</i> | <i>En total representan un 8,6%.</i> |
| | El 10,9% de los hombres están totalmente en desacuerdo con cambiar los hábitos de alimentación | Hombres (10,4%) |
| | 45-54 años de edad (13,2%) | |
| | Estudios hasta primarios (13,7%) | |
| | Derecha ideológica (13,6%) | Derecha ideológica (12,1%) |
| | No posicionados-impacto (18,4%) | |
| | Desacuerdo con el impacto (35,4%) | Desacuerdo con el impacto (26,3%) |

Como puede observarse, el perfil de la población que se muestra de acuerdo con la necesidad de cambiar los hábitos alimenticios se corresponde en gran medida con quienes se mostraron de acuerdo con la existencia del impacto. Lo mismo ocurre con los que se muestran en desacuerdo.

En cuanto a la dificultad de cambiar los hábitos, se percibe además que quienes destacan por otorgar el grado máximo de acuerdo, lo hacen también en otros segmentos: estudios secundarios y clase media.

Por otro lado, se puede establecer una clara vinculación entre quienes están en desacuerdo con las dos afirmaciones y los hombres y la derecha ideológica.

Analizando las repuestas de estos segmentos, se puede interpretar que el incremento porcentual se produce por tratarse de un supuesto que ni siquiera contemplan, más que por el desacuerdo en sí; ya que se trata de ciudadanos/as que niegan, tanto el impacto, como cualquier fenómeno que pueda estar asociados a él.

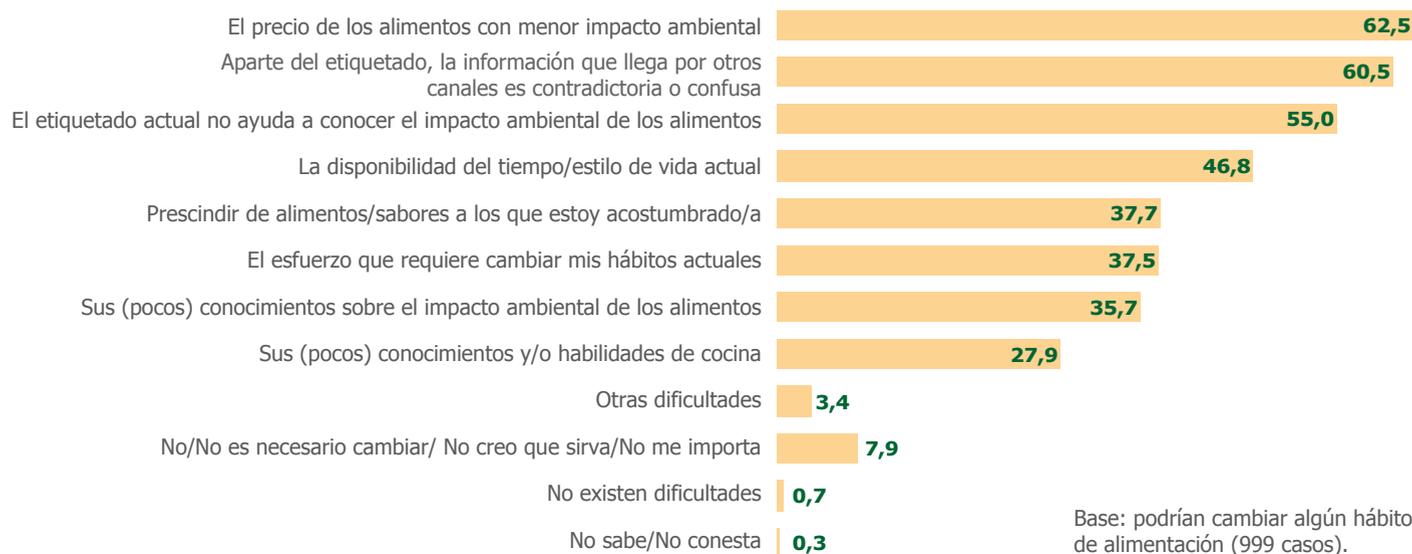
4.2. Las barreras al cambio

A continuación, **se exponen los aspectos que la ciudadanía percibe como principales barreras para afrontar un cambio en dichos hábitos**. Para ello, se seleccionó a todas aquellas personas que se muestran abiertas a cambiar alguno de los hábitos de alimentación para reducir el impacto ambiental, y se les enumeró una serie de aspectos tratados en la fase cualitativa, con la finalidad de que cada uno valorase si para él/ella supone una dificultad a la hora de cambiar sus hábitos de alimentación.

Esta selección se hizo a través de las respuestas a una batería de preguntas en la que se consultaba por la intención de tomar próximamente una serie de 10 posibles medidas relacionadas con el cambio de hábitos y se daban 3 opciones de respuesta: más bien sí / más bien no / ya lo hago².

Para excluir a quienes no están abiertos a ningún cambio, se seleccionaron las personas que respondieron “Ya lo hago” a todas las posibles medidas de cambio. Una vez seleccionadas, **la base muestral de personas abiertas al cambio quedó en 999 casos de los 1.126 totales, lo que supone un 88,7% de la muestra total**. Véase los resultados de esta consulta en el siguiente gráfico.

De los siguientes aspectos ¿cuál/cuáles supone para usted una dificultad a la hora de cambiar esos hábitos de alimentación?



2 El análisis de resultados de esta batería se muestra en los capítulos siguientes del resumen ejecutivo del estudio.

El 62,5% de la población española abierta a cambiar algún hábito, sostiene que el precio de los alimentos con menor impacto ambiental supone una dificultad. Este motivo lidera el ranking y podría enmarcarse con otros **aspectos relacionados con la compra y la planificación de alimentos**, como **la disponibilidad del tiempo o estilo de vida actual**, que se sitúa en cuarta posición ya que casi la mitad la señala **como barrera o impedimento (46,8%)** y **el esfuerzo que requiere cambiar los hábitos actuales, al que aluden el 37,5% de los ciudadanos/as.**

En segundo lugar, es preciso señalar la gran incidencia de otros aspectos que registran también porcentajes mayoritarios de respuestas como son **la información contradictoria o confusa que llega a la ciudadanía por otros canales aparte del etiquetado (60,5%), el propio etiquetado actual, que no ayuda a conocer el impacto ambiental de los alimentos (55,0%) y en menor medida, los pocos conocimientos reconocidos sobre el impacto ambiental (35,7%),** dando los tres una clara relevancia a **la importancia de la información y la necesidad de adquirirla de una forma más clara y precisa.**

Completan la clasificación otros dos aspectos que están más relacionados con **la dieta y el cocinado de los alimentos.** En ese sentido, **casi cuatro de cada diez ciudadanos/as señalaron como barrera el tener que prescindir de alimentos o sabores a los que están muy acostumbrados (37,7%) y el 27,9% sus pocos conocimientos de cocina.** También se registraron un 7,9% de respuestas de personas que no identifican barreras porque no contemplan la posibilidad de cambiar.

Con los expertos tratamos las que, desde su punto de vista, son las principales dificultades para que se adopten cambios por parte de la población hacia unos hábitos alimenticios más saludables y sostenibles. En buena medida, sus análisis coincidían con las respuestas ofrecidas por la ciudadanía en la encuesta:

- ▶ El **precio**, el primer argumento que señala la ciudadanía, aparece conjugado en el discurso de los expertos con un elemento que no citan los/las ciudadanos/as: **la disponibilidad. El hecho de que los alimentos menos sostenibles sean más fácilmente accesibles por estar más disponibles y, al mismo tiempo, por tener un menor precio es un freno claro al cambio de hábitos.**

"Y luego en precio, precio y disponibilidad. Que realmente cuesta, y eso muchos de los consumidores lo ven, "que es que yo voy al súper y toda la legumbre es de fuera", pues hay que hacer algo con eso también". EP2-Eva Gosenje Ábalos

"Entonces esto no es una realidad actual. La realidad actual es que es más accesible acceder a carnes y a derivados cárnicos y a los alimentos ultraprocesados por disponibilidad, pero también por precio". EP1-Manuel Moñino Gómez

- ▶ La necesidad de contar con una **información** suficiente para posibilitar la toma de las mejores decisiones alimenticias también implica un freno, señalado por la propia ciudadanía, pero **se trata de una información compleja de adquirir y de gestionar, para la que se necesita una visión global en la que hay que manejar muchas variables interrelacionadas entre sí, que hacen que asimilarla e incluso transmitirla no parezca un proceso sencillo**. Por ejemplo, las bondades del consumo de fruta de temporada en términos de sostenibilidad, que podría ser un mensaje sencillo (en su transmisión y su interiorización) se hace mucho más complejo si introduces elementos como los alimentos bajo plástico (pensando en lo más cercano), o en regiones productoras lejanas en las que las exportaciones de sus frutas son básicas para su supervivencia económica.

"El hecho de que tú no conozcas la temporalidad puede hacer que comas las naranjas nacionales, pero con una huella de impacto mucho mayor que si comes las naranjas en enero, que es cuando es su época. Por lo tanto, la temporalidad sí es importante. Ocurre también que la temporalidad cada vez está más diluida, porque en nuestro país hay mucha producción de alimentos bajo plástico. Al final aumentas la disponibilidad de frutas y verduras y aunque tengan un mayor impacto medioambiental que las que están cultivadas al aire libre, todavía tienen muchas más ventajas para la salud y para el medioambiente que consumir un exceso de carne, o consumir en vez de frutas de postre, yogur. [...] En definitiva, la información es clave, y la información al consumidor regulada es importantísima y es la que nos va a marcar las reglas del juego". EP1-Manuel Moñino Gómez

Esta complejidad probablemente intervenga en la sensación de que la **información es confusa y contradictoria**, como señala el 60,5%. Probablemente también contribuya a esta sensación el hecho de que no existan acuerdos internacionales estandarizados sobre cómo medir y qué información hay que trasladar a la población para facilitar decisiones más sostenibles.

"Son, muchas veces cosas que son difíciles de medir, que no hay ahora mismo una forma de medir estandarizada, las legislaciones de cada país... pues ahora unificar todo eso va a ser muy muy complejo, como lo fue en su momento todo el tema de alimentación saludable, que al final contamos con una legislación de información al consumidor de hace relativamente pocos años, no hace ni diez años". EP2-Eva Gosenje Ábalos

- ▶ También en el caso del **etiquetado** las personas expertas tienen una visión crítica. **No sólo no proporciona información útil, sino que puede llegar a contribuir a la desinformación.**

"Encontramos muchísimos elementos en el etiquetado frontal que nos orienta hacia alimentos sostenibles, pero realmente esos eco labels, esos distintivos no están armonizados, no está claro cuál es, en qué se basan, y esa falta de armonización y regulación también repercute en que se contribuye a la desinformación, a la sobre información, pero no hay un marco legal que armonice su uso". EP1-Manuel Moñino Gómez

- ▶ Como cuarto elemento, las personas consumidoras señalan la **falta de tiempo** y el **estilo de vida como barreras para adquirir unos hábitos más sostenibles**; también los expertos dibujan una gran barrera relacionada con el estilo de vida actual, aunque sus perspectivas son variadas, desde visiones más basadas en las circunstancias que rodean nuestra forma de vida, a otras centradas en nuestra forma de entender el mundo que nos rodea. Por tanto, el estilo de vida o esfuerzo que requiere.

"Pero desde ir a comprar a las tiendas de cerca producto de cerca, a cada tienda su tipo de alimento, la frutería, la carnicería, tal... Y luego cocinar, que es otra cosa muy clave. Una de las patas fundamentales de los hábitos alimentarios de cara a la sostenibilidad es comprar producto fresco, de temporada, origen cercano, etc. Pero claro, producto fresco. Eso exige preparación y cocinado en casa. Cada vez se hace menos, cada vez se sabe cocinar menos, cada vez hay menos tiempo, y claro, el consumidor también exige los alimentos que sean muy imperecederos y que me aguanten mucho tiempo, plato preparado... pues eso, todos estos estilos de vida está claro que hace... la conveniencia es un tema clarísimo, la búsqueda de la conveniencia es un tema muy importante aquí". EP2-Eva Gosenje Ábalos

"Para mí la primera barrera es mentalidad. Lo que nos hemos metido es en una sociedad consumista que quiere todo fácil, pronto y rápido. Fácil, rápido y que no me cueste. Y hay cosas... el mantenimiento sostenible del planeta tiene un coste, el coste primero es individual, pero ese individual va luego dentro del colectivo". EP1-Manuel Moñino Gómez

- ▶ **Las dificultades para prescindir de alimentos a los que estamos acostumbrados**, señalados por el 38%, seguramente está directamente relacionado con su palatabilidad.

"Yo siempre digo que los adultos tenemos el paladar un poco pervertido, nos hemos criado con sabores muy dulces, muy salados, por eso todo esto es básico y muy importante atacarlo desde edades tempranas". EP2-Eva Gosenje Ábalos

- ▶ Aunque aparece muy al final de la lista elaborada según las respuestas de la población, **la falta de conocimientos y habilidades relacionadas con la alimentación** es un elemento que los expertos conceden una importancia máxima. Es cierto que pueden no ser percibidos como barreras cuando se padecen, pero si se carece de este tipo de habilidades, las posibilidades de adoptar cambios se reducen considerablemente. Además, **su combinación con determinados estilos de vida y formas de entender el consumo amplifican las dificultades para que se produzcan este tipo de cambios en los hábitos alimenticios.**

"Los consumidores en general cuentan con un bajo nivel de alfabetización alimentaria. La alfabetización alimentaria es un compendio no solamente de conocimientos, de habilidades alimentarias, de comportamientos, que al final se traducen en que una persona sabe gestionar y planificar bien su alimentación, selecciona los alimentos adecuadamente según sus necesidades, los sabe preparar y consumir, y sabe sacar el máximo provecho de ello, eso es la alfabetización alimentaria". EP1-Manuel Moñino Gómez

"Al final, entre la falta de habilidades y la falta de hábito de ciertas fases de lo que es la alimentación, junto con estilos de vida y la búsqueda de la conveniencia, y el marketing de la industria alimentaria, creo que estas tres cosas son clarisisísimas. Si yo he perdido habilidades para organizarme por mí mismo, si además mi estilo de vida no me facilita poder tener tiempo para hacer compra, hacer comida y además la industria alimentaria y el marketing no hace más que venderme productos procesados y

ultraprocesados con un halo de salud y sostenibilidad muy buenos, pues el consumidor ya tiene el combo perfecto para inclinarse hacia una alimentación que no solo no es saludable, sino que además tampoco es sostenible". EP2-Eva Gosenje Ábalos

"En los últimos 50 años, hemos pasado de un modelo de contención y de ahorro, como consecuencia del poder adquisitivo, a un modelo de mayor poder económico y mucho más simplista, queremos todo fácil y rápido, y con el menor esfuerzo posible". EP3-Rafael Urrialde de Andrés

Barreras por sexo. En la investigación cuantitativa, la única barrera que presenta diferencias significativas de las personas informantes es el precio de los alimentos con menor impacto ambiental, siendo identificada por un porcentaje de mujeres (66,7%) significativamente superior al 62,5% registrado entre el total, y entre ellas, destaca el porcentaje de las que consideran que no es necesario cambiar de hábitos (10,9%).

Barreras por edad. Las personas mayores de 65 años es el único segmento en el que se produce un fenómeno transversal a todos los aspectos evaluados, reconociendo como dificultad cada una de ellas y siendo significativamente inferior a las registradas entre el total. En el otro extremo, con porcentajes significativamente superiores a los del conjunto, están los más jóvenes de 18 a 24 años, que identifican como barreras la disponibilidad del tiempo o estilo de vida actual (59,0%), sus pocos conocimientos sobre el impacto ambiental de los alimentos (51,0%), prescindir de alimentos o sabores a los que están acostumbrados (49,3%) y sus pocos conocimientos o habilidades culinarias (37,4%). Hay que destacar que la disponibilidad del tiempo o estilo de vida actual se reconoce como un impedimento en todos los segmentos de edad inferiores a los 55 años ($\geq 58,8\%$) así como el esfuerzo que requiere cambiar de hábitos de entre los 45 a 54 años (44,9%).

Barreras por nivel de estudios. Las personas con estudios universitarios destacan como barrera la disponibilidad del tiempo o estilo de vida actual (53,9%) y el etiquetado actual (59,0%); con estudios secundarios, identifican como barrera sus pocos conocimientos sobre el impacto medioambiental de los alimentos (41,1%); y los que tienen un menor nivel de estudios identifican menos barreras, que es significativamente inferior al total, como el esfuerzo por cambiar sus hábitos personales (31,5%), la disponibilidad del tiempo o estilo de vida (33,3%), el precio de los alimentos con menor impacto ambiental (53,9%) y el etiquetado actual no ayuda a conocer el impacto ambiental (46,9%).

Barreras por clase social. El reconocimiento de barreras aumenta en función de la clase social de la ciudadanía. En los de clase social media baja-baja, se registran porcentajes significativamente inferiores en siete de los nueve aspectos (todos excepto los pocos conocimientos de cocina y sobre el impacto medioambiental). Sin embargo, entre los de clase media aumenta significativamente el porcentaje de quienes señalan como barreras el precio de los alimentos con menor impacto ambiental (66,5%) y tener que prescindir de alimentos y sabores a los que están acostumbrados (43,8%). Y entre los de clase alta-media alta, el aumento se produce en los que señalan la disponibilidad del tiempo o estilo de vida actual (61,6%) y el etiquetado actual que no ayuda a conocer el impacto ambiental de los alimentos.

Barreras por posicionamiento ideológico. Entre los posicionados en la izquierda ideológica, aumenta significativamente el porcentaje de quienes identifican cuatro barreras: el esfuerzo que requiere cambiar sus hábitos actuales (42,9%), el precio de los alimentos con menor impacto ambiental (69,2%), el etiquetado actual no ayuda a conocer el impacto ambiental de los alimentos (65,6% frente a 55,0%) y la información que llega por otros canales es contradictoria o confusa (66,0% frente a 60,5%). Y los de la derecha, afirman que el etiquetado actual no ayuda a conocer el impacto ambiental de los alimentos (48,8%), es significativamente inferior al 55,0% registrado entre el total.

Además, existe una clara relación según la cual todos los aspectos son reconocidos en mayor medida como barreras por el segmento de quienes están de acuerdo con la existencia del impacto, que por los segmentos en desacuerdo o no posicionados.

4.3. El papel de la planificación alimentaria

Entre las personas entrevistadas como expertas, una de las cuestiones que surgieron con fuerza fue **el importante papel que tiene la fase de planificación de la compra de alimentos y el proceso de compra en sí en la sostenibilidad de la alimentación**. La planificación implica realizar una previsión antes de realizar la compra de aquello que se va a consumir, de dónde se va a comprar y de cuándo y de cómo se va a consumir. El principal efecto de esta planificación es la reducción del desperdicio alimentario, uno de los problemas en los hogares que es necesario atajar.

"Para mí lo más importante en el consumidor es la planificación, porque si yo me planifico, en realidad, el plato preparado que podría comprar en el supermercado, me

lo puedo hacer yo, me lo preparo, congelo las raciones que haga falta y lo puedo tener ahí durante meses. Pero es verdad que exige una planificación y un manejo en la cocina, por decirlo de alguna manera, y es que cada vez tenemos menos, ese es un hábito que se está perdiendo y es clarísimo de cara a la sostenibilidad y de cara a la salud también". EP2-Eva Gosenje Ábalos

"En España lo que más se desperdician precisamente son las frutas y verduras. ¿Por qué se desperdician estos alimentos? Por una falta de gestión, por la falta de esas habilidades que he comentado antes, y la falta de planificación. Esa planificación, ese andamiaje de conocimientos y habilidades que son la alfabetización alimentaria, son las que manejan este tipo de asuntos. El ¿por qué vas a tirar la fruta y la verdura? Probablemente es porque has comprado demasiado, porque la has almacenado mal, porque has comprado en una época que vas a comer más veces fuera de casa. Son decisiones que al final tienes que tener en cuenta cuando haces la compra. Eso es la alfabetización alimentaria". EP1-Manuel Moñino Gómez

De nuevo, se señala la pérdida de habilidades y conocimientos como una de las causas más claras del desperdicio alimentario. Una planificación detallada y realista de las necesidades, previa a la realización de la compra, es imprescindible para evitar el desperdicio de alimentos. Cuanto más detallada sea esta planificación mayor será el control sobre los alimentos y menos probable que se produzca desperdicio. No sólo se trata de decidir qué comer, también cuándo, cómo se va a cocinar o qué se va a hacer con las sobras si las hay... Es decir, anticipar y prever para un periodo de tiempo concreto cómo va a ser la alimentación del hogar y hacer una compra totalmente ajustada a esa planificación.

"Yo creo que en este panorama general la clave sería que hay un exceso de consumo de alimentos, hay una inadecuada selección de alimentos con un impacto en la salud claramente asociado a un mayor riesgo de enfermedades crónicas y la obesidad por ej., y que además también hay una cantidad importantísima de desperdicio alimentario en la cadena de valor de los alimentos, muy especialmente en los hogares". EP1-Manuel Moñino Gómez

La realización de una compra planificada, además de suponer un mayor control del desperdicio, también ayudaría a realizar una selección más reflexiva de los alimentos que, a su vez, facilitaría una alimentación más saludable y, por ende, más sostenible. También alguna de las personas expertas señalaba otro problema que podría aminorarse incorporando este proceso de planificación-reflexión: **el exceso de consumo de alimentos.**

"Por eso reducir el consumo en general, porque realmente hay un sobreconsumo de todo y eso también revierte en un mal uso de los alimentos y el desperdicio. Ese consumo excesivo y la mala elección de los alimentos son las claves para poder mitigar ese impacto de los sistemas alimentarios en el medioambiente". EP1-Manuel Moñino Gómez

Continuando con la línea temporal del proceso alimenticio, tras la planificación, los expertos señalan la elección del lugar para realizar la compra como otra fase en la que es necesario detenerse: **es necesario realizar la compra en un establecimiento de cercanía y, siempre que sea posible, al que se pueda ir caminando** (estableciendo, de nuevo, un nexo entre salud y sostenibilidad).

"Para el hábito de compra, en este caso sí que voy a decantarme totalmente por el de la cercanía. Lo que no puede ser que se siga produciendo este gasto de combustibles fósiles con los coches para la realización de la compra. Esto... y sobre todo ahora en un momento de ahorro energético, estos gastos para ir a todos los sitios con coche deben ser replanteado... además que debemos fomentar la actividad física con la realización de la compra de cercanía... Sí que tenemos que ser muy tajantes. Ahí sí que soy km 0, compra de cercanía, con el establecimiento de cercanía y compra de proximidad". EP3-Rafael Urrialde de Andrés

"Hay cosas que es importante hacerlas antes incluso de hacer la compra, o planteárnoslas antes, como por ejemplo el medio de transporte. Claro, no es lo mismo si tengo que coger el coche cada vez que quiero ir a hacer la compra que si voy andando a la tienda del barrio que, además, contribuyo más a la economía local, a que puedan mantenerse y subsistir estos pequeños proveedores de origen local. Pero bueno, de cara a, el medio de transporte que se utiliza también". EP2-Eva Gosenje Ábalos

Volviendo a las personas consumidoras, les solicitamos su opinión y valoración sobre estas aportaciones de los expertos, para conocer en qué medida creen que estas cuestiones pueden contribuir a reducir el impacto ambiental. Concretamente sobre tres cuestiones: hacer una compra de proximidad o cercanía; reducir la cantidad de alimentos que se consumen; y hacer una compra planificada, en vez de intuitiva o compulsiva.

¿En qué medida cree usted que puede contribuir a reducir el impacto ambiental...?

Hacer una compra planificada, en vez de intuitiva o compulsiva



Hacer una compra de proximidad o de cercanía



Reducir la cantidad de alimentos que se consumen



Base: muestra total **1.126 casos**.

Para la mayoría de la ciudadanía, dos de estas medidas gozan de un consenso mayoritario como posibles reductoras del impacto ambiental: **El 85,1% considera que hacer una compra planificada, en vez de intuitiva y compulsiva contribuye bastante (29,9%) o mucho (55,2%) a reducir el impacto ambiental**. Lo mismo que opina el **84,7% respecto de hacer una compra de proximidad o cercanía** (34,1% bastante y 50,6% mucho). El porcentaje de quienes consideran que contribuye poco o nada se sitúa en el 11,7% y 11,6%, respectivamente.

Sin embargo, con respecto a **reducir la cantidad de alimentos que se consumen como medida para reducir el impacto**, aunque mayoritariamente se opina que contribuye, **el consenso en este caso no es tan generalizado** como en el caso de las dos medidas anteriores. De hecho, el porcentaje de quienes afirman que contribuye mucho se reduce a la mitad (26,9%). Además, representan un 32,2% de los ciudadanos quienes afirman que contribuye poco (21,0%) o no contribuye nada (11,2%).

Atendiendo a los distintos segmentos, y tomando como referencia la posición más extrema (contribuye mucho; no contribuye nada) con respecto al porcentaje total, se destaca:

| | Compra de proximidad | Reducir compra de alimentos | Compra planificada |
|-------------------------|---|---|---|
| Contribuye mucho | <i>En total, representan el 50,6%.</i> | | <i>En total, representan el 55,2%.</i> |
| | | | El 58,2% de las mujeres creen que contribuye mucho |
| | Entre quienes tienen de 35 a 44 años, el 54,5% opinan que la compra de proximidad contribuye mucho | Entre quienes tienen de 35 a 44 años (33,4%) | |
| | Estudios universitarios (54,6%) | | |
| | Clase social alta-media alta (55,8%) | Clase social alta-media alta (59,9%) | |
| | Izquierda (58,1%) | Izquierda (30,6%) | Izquierda (60,7%) |
| | De acuerdo impacto (55,8%) | De acuerdo impacto (29,8%) | De acuerdo impacto (60,7%) |
| No contribuye nada | <i>En total, representan el 3,8%</i> | | <i>En total, representan el 4,3%</i> |
| | Entre los hombres (5,4%) | Entre los hombres (13,6%) | |
| | Más de 65 años (7,2%) | 45-54 años (15,5%) | |
| | | Estudios hasta primarios (16,8%) | |
| | Clase social media baja-baja (5,7%) | Clase social media baja-baja (14,3%) | Clase social media baja-baja (7,3%) |
| | Derecha ideológica (6,5%) | Derecha ideológica (6,6%) | |
| | Desacuerdo impacto (10,8%) | Desacuerdo impacto (32,9%) | Desacuerdo impacto (18,0%) |
| No posicionados (11,3%) | | | |

- ▶ Lógicamente, entre quienes se muestran de acuerdo con la existencia del impacto ambiental de los hábitos alimenticios, se registra un mayor porcentaje de quienes consideran que modificar esos hábitos contribuye a reducir dicho impacto.
- ▶ Esta creencia es mayor entre los posicionados a la izquierda ideológica para las tres medidas; entre la clase social alta-media alta y los de 35 a 44 años para dos de ellas; y entre las mujeres y con estudios universitarios para una.
- ▶ La nula contribución de estas medidas aumenta significativamente entre la clase social media baja-baja en los tres casos, y entre los hombres y los de la derecha ideológica para dos de las tres. También aumenta para una de las medidas los de 65 y más años, entre 45 y 54 años, con estudios hasta primarios y los no posicionados con el impacto.

a) Expectativas de cambio

Con la finalidad de profundizar en la predisposición al cambio, se trasladaron todos los posibles cambios de hábitos al ámbito personal; de manera que se consultó si tenían la intención de realizar próximamente cada uno de ellos.

En el caso de los hábitos relacionados con la compra y planificación, se usaron los mismos ítems adaptados a conocer las expectativas en cuanto a:

- ▶ Apostar por la compra de productos de proximidad y locales.
- ▶ Modificar la dieta reduciendo la cantidad de alimentos que consume.
- ▶ Y planificar más la compra para evitar que sea intuitiva o compulsiva.

Concretamente, usted ¿tiene intención próximamente de...?

Planificar más la compra para evitar que sea intuitiva o compulsiva



Apostar por la compra de productos de proximidad o locales



Reducir la cantidad de alimentos que consumo



■ Más bien si
■ Más bien no
■ Ya lo hago
■ NS/NC

Base: muestra total **1.126 casos**.

El porcentaje de quienes señalan tener previsto próximamente cada uno de los cambios es muy similar en los tres casos. **Algo más de dos de cada diez están más bien dispuestos a planificar más la compra para que no sea intuitiva o compulsiva (21,4%), a apostar por la compra de productos de proximidad o locales (21,1%) y a reducir la cantidad de alimentos que consumen (22,8%).**

Sin embargo, existe una gran diferencia en el porcentaje de quienes aseguran que no lo harán, llegando a **representar a una cuarta parte de la población (24,0%) cuando se les pregunta por reducir la cantidad de alimentos que consumen**, porcentaje superior al de quienes dicen que sí (22,8%).

Quienes no están dispuestos a planificar más (5,1%) y a comprar productos de proximidad o locales (5,9%) representan porcentajes claramente minoritarios. De hecho, **más de siete de cada diez aseguran que ya lo hacen** (71,5% y 70,9% respectivamente), **mientras que ese porcentaje es del 49,9% cuando responden sobre reducir el consumo de alimentos.**

Expectativas para la compra de productos de proximidad o cercanía, por segmentos. Resalta el 21,1% registrado entre el total, que aumenta significativamente entre los menores de 35 años ($\geq 29,9\%$), en la derecha ideológica (25,4%), los que están de acuerdo con la existencia del impacto (22,4%) y en las grandes urbes de Madrid y Barcelona (29,4%).

Expectativas para la reducción de la cantidad de alimentos que consumen, por segmentos. Destaca el porcentaje de quienes no están dispuestos a reducirlo, con respecto al 22,8% total, los hombres (27,7%), menores de 35 años ($\geq 32,4\%$), con estudios universitarios (28,2%), de clase alta o media-alta (28,9%), posicionados en la derecha ideológica (30,4%) y en desacuerdo con la existencia del impacto (31,7%).

Expectativas para planificar la compra, por segmentos. Destaca significativamente los jóvenes de 18-24 años (38,0%), con estudios secundarios (25,0%), de clase media (24,9%) y los que están de acuerdo con la existencia del impacto ambiental de los hábitos de alimentación (22,7%), con respecto al 21,4% registrado entre el total.

b) Demanda de ayudas

El cuestionario se cerraba con una batería dirigida a aquellas personas que previamente se habían manifestado de acuerdo con la necesidad de modificar los hábitos de alimentación para causar menor impacto ambiental. En esta batería se leyeron una serie de medidas externas para que las personas encuestadas dijeran en qué grado podrían suponer una ayuda para cambiar sus hábitos de alimentación. Se incluyeron concretamente dos que estuvieran relacionadas con la compra de alimentos y con el precio de los alimentos:

- ▶ Reducir el precio de los alimentos con menor impacto ambiental.
- ▶ Aumentar el precio de los alimentos con mayor impacto ambiental.

Los expertos, que fueron interrogados sobre cómo se puede facilitar la adopción de hábitos más sostenibles, también señalaron medidas relacionadas con la fiscalidad de determinados productos, como una de las posibles acciones que podrían empujar un avance en la dirección adecuada.

"No sé si medidas como gravar con impuestos a productos altos en azúcar, que tiene su impacto positivo, bueno, pues a lo mejor también por ahí a los menos sostenibles, más contaminantes... pero eso tiene que pasar también por incentivar en precio los más sostenibles o los más saludables, porque si no al consumidor le estás encareciendo la compra". EP2-Eva Gosenje Ábalos

"Otro sería la fiscalidad de alimentos saludables y sostenibles diferenciada de aquellos que son poco saludables y nada sostenibles si las políticas fiscales de incentivos hacia frutas y verduras fuese mayor... [...] alimentos ultraprocesados ricos en azúcares, ricos en grasas saturadas o en sal, podrían tener una fiscalidad que les gravara para poder hacerlos menos accesibles. Esto tiene un impacto importante". EP1-Manuel Moñino Gómez

¿En qué grado le suponen a usted una ayuda para cambiar sus hábitos de alimentación estas posibles medidas?

Reducir el precio de los alimentos con menor impacto ambiental



Aumentar el precio de los alimentos con mayor impacto ambiental



Base: consideran necesario modificar los hábitos de alimentación para causar menor impacto ambiental **902 casos**.

Entre las personas encuestadas, la reducción del precio de los alimentos con menor impacto ambiental es considerada una ayuda, en mayor medida que el aumento del precio de los alimentos con mayor impacto ambiental.

Más de la mitad de la ciudadanía afirma que reducir el precio de los alimentos con menor impacto ambiental le ayudaría mucho a cambiar sus hábitos de alimentación (53,4%), porcentaje que agregado al 33,1% de quienes afirman que les ayudaría bastante, **representan un 86,5% de ciudadanos/as que ven con buenos ojos este tipo de ayuda**, porcentaje claramente mayoritario frente al 10,5% de quienes creen que les ayudará poco (6,7%) o nada (3,8%).

Este consenso general no se observa respecto de la otra medida, que consiste en aumentar el precio de los alimentos con mayor impacto ambiental. Así, representan algo más de la mitad (59,4%) quienes afirman que les ayudaría bastante (27,8%) o mucho (31,6%) a cambiar sus hábitos de alimentación, mientras que un tercio de la población (35,8%) piensan que les ayudaría poco (18,8%) o nada (16,9%).

Atendiendo a los distintos segmentos, y tomando como referencia la posición más extrema (ayudaría mucho; no ayudaría nada) con respecto al porcentaje total, destacan:

| | Reducir el precio de los alimentos con menor impacto | Aumentar el precio de los alimentos con mayor impacto |
|-------------------------|--|---|
| Ayudaría mucho | <i>En total, representan un 53,4%.</i> | <i>En total, representan un 31,6%.</i> |
| | | El 39,7% de quienes tienen de 25 a 34 años consideran que aumentar el precio de los alimentos con mayor impacto ayudaría mucho |
| | | Estudios universitarios (37,1%) |
| | Clase social alta-media alta (59,3%) | Clase social alta-media alta (37,1%) |
| | Izquierda ideológica (58,2%) | Izquierda ideológica (37,0%) |
| | | Ámbito rural (40,1%) |
| No ayudaría nada | <i>En total, representan un 3,8%.</i> | <i>En total, representan un 16,9%.</i> |
| | Entre quienes tienen más de 65 años, el 7,1% afirman que no ayudaría nada | Más de 65 años (22,1%) |
| | | Estudios hasta primarios (26,0%) |
| | Clase social media baja-baja (7,1%) | Clase social media baja-baja (22,3%) |
| | Derecha ideológica (7,0%) | |
| | | Ciudades grandes (21,6%) |

Entre los de clase social alta o media-alta y los posicionados a la izquierda ideológica aumenta significativamente el porcentaje de quienes consideran que las dos medidas les ayudarían a cambiar sus hábitos. Mientras que entre los mayores de 65 años y de clase social baja o media-baja, aumenta el porcentaje de quienes afirman que ninguna de las dos medidas les ayudaría nada.

La medida de reducir el precio de los alimentos con menor impacto destaca el 7,0% de los posicionados a la derecha ideológica y los que afirman que no les ayudará nada.

Aumentar el precio de los alimentos con mayor impacto, es una medida con mayor aceptación entre los de 25 a 34 años (39,7%), con estudios universitarios (37,1%) y en el ámbito rural (40,1%); y disminuye su apoyo quienes tienen estudios hasta primarios (26,0% nada) y en las ciudades grandes (21,6%).

4.4. Modificaciones en la dieta, cocinado y uso de los alimentos

Con respecto a las modificaciones en la dieta, los cambios que suscitan un mayor acuerdo entre los expertos consultados corresponden al **incremento del consumo de producto fresco para ser elaborado en casa de modo tradicional, la disminución de consumo de carne y el aumento paralelo de las verduras y frutas, priorizando los productos de origen cercano y de temporada.**

"Origen cercano, temporada, producto fresco y reducir el consumo de carne. [...] Pero sí, en realidad producto fresco, de temporada, de origen cercano y reducir el consumo de carne ya haría mucho, mucho en la huella medioambiental que el consumidor pueda provocar. Si luego además cuidamos las maneras de cocinar y el tema del desperdicio, pues vamos, ya redondeamos". EP2-Eva Gosenje Ábalos

"Se ha acompañado de una falta de habilidades culinarias de la población y de conocimientos de los alimentos, de su temporalidad, por ejemplo, de cómo cocinar unas acelgas, unos grelos, unas legumbres que no estén ya preparadas [...]. Las frutas y verduras deben estar en la base de la pirámide. Se deben consumir cinco raciones cada día, por tanto, están en la base. Nuestra base tiene que ser las frutas y verduras, las legumbres, los cereales integrales". EP1-Manuel Moñino Gómez

"Ahora tenemos todo lo que queremos en el momento que queremos y en el lugar que queremos. Tenemos demasiada comida a nuestro alrededor. Por ejemplo, una de las cosas es que se consume mucha más carne de la que se consumía, embutidos incluidos. Esto para el impacto ambiental ha sido lo más importante". EP4-Ujué Fresán Salvo

Aunque **exista cierto consenso sobre la mayor sostenibilidad de la elección de producto cercano y de temporada**, uno de los expertos señalaba la excesiva simplicidad de esta afirmación y remarcaba la necesidad de tener en cuenta las consecuencias económicas y sociales que implica.

"Las zonas productivas están en unas comarcas o regiones y las zonas consumidoras en otras. Tampoco nos olvidemos que nosotros, afortunadamente, en España, aunque hay zonas muy productoras que luego tienen que vender a otras zonas, si estas últimas impiden la compra de nuestros productos, habría sitios que volverían a ser improductivos y económicamente pobres. Al igual ocurre con países terceros que viven gracias a que son productores como es todo Latinoamérica, y venden en países o regiones ricas que son consumidoras, como es EE. UU. y Europa, si no se les compra lo que producen les condenamos también a la pobreza porque no tienen otros sistemas productivos, ni industriales ni de servicios". EP3-Rafael Urrialde de Andrés

Cuando se habla de soluciones, se reclama una visión a nivel planeta, descartando que existan soluciones locales, y sobre todo trabajando de modo simultáneo con **"las seis eses": Segura, Salubre, Sostenible, Satisfactoria, Social y Solidaria.**

Para comprobar la actitud de las personas encuestadas con respecto a la dieta, el cocinado y el uso de los alimentos, se incluyeron cinco posibles cambios de hábitos:

- ▶ Cambiar hacia una dieta más equilibrada y saludable.
- ▶ Aumentar el consumo de alimentos de temporada.
- ▶ Sustituir el consumo de algunos alimentos de origen animal por otros de origen vegetal.
- ▶ Apostar por la cocina tradicional y de elaboración doméstica.
- ▶ Desperdiciar menos alimentos y aprovechar más los sobrantes.

Al ser consultados por el grado en el que cada uno de estos posibles cambios de hábitos puede contribuir a reducir el impacto ambiental, **lidera la clasificación la medida de desperdiciar menos alimentos y aprovechar más los sobrantes**, registrándose un 61,5% de informantes que afirman que contribuye mucho

y un 28,9% que contribuye bastante, lo que agrupa un 90,4%, es decir, **nueve de cada diez ciudadanos consideran que este cambio reduce el impacto ambiental.**

¿En qué medida cree usted que puede contribuir a reducir el impacto ambiental...?

Desperdiciar menos alimentos y aprovechar más los sobrantes



Aumentar el consumo de alimentos de temporada



Apostar por la cocina tradicional y de elaboración doméstica



Cambiar hacia una dieta más equilibrada y saludable



Sustituir el consumo de algunos alimentos de origen animal por otros de origen vegetal



Base: muestra total 1.126 casos.

A esta medida le siguen otras con un amplio consenso: **aumentar el consumo de alimentos de temporada** (56,1% mucho + 32,0% bastante=88,1%) **y apostar por la cocina tradicional y de elaboración doméstica** (51,0% mucho + 34,6% bastante=85,6%). En estos tres casos, el porcentaje de quienes consideran que cada medida contribuye poco o nada es claramente minoritario e inferior al 12% de la población.

La cuarta medida del ranking, con una mayoría de opiniones favorables, pero que en este caso se quedan en **el 79,5% es cambiar hacia una dieta más equilibrada y saludable**, sobre la cual el 10,0% consideran que contribuye poco y el 5,6% que no contribuye nada.

Por tanto, **en los cambios de hábitos relacionadas con la dieta, cuatro de ellos reúnen, en general, un amplio consenso, excepto, en el caso de sustituir algunos alimentos de origen animal por otros de origen vegetal, en los que se detecta una mayor polarización entre la población.** Representan

un 56,9% quienes consideran que esta última medida contribuye a reducir el impacto ambiental y un 36,9% quienes opinan lo contrario. Si bien la diferencia entre los dos es de 20 puntos porcentuales, **hay que señalar la gran incidencia general de quienes se muestran contrarios, más de uno de cada tres, ya que el 24,3% de los ciudadanos afirman que contribuye poco y el 12,6% que no contribuye nada.**

Contraste entre el perfil sociodemográfico de quienes creen que cambiar a una dieta equilibrada y saludable contribuye mucho reducir el impacto ambiental, con respecto al 42,0% registrado entre el total, son los posicionados a la izquierda (47,6%) y los que muestran de acuerdo con la existencia del impacto ambiental (46,5%); y **el de quienes creen que no contribuye nada**, con respecto al 5,6% total, son de estudios hasta primarios (9,7%), los posicionados ideológicamente a la derecha (8,0%) y los que están en desacuerdo con el impacto (23,6%).

Contraste entre el perfil sociodemográfico de quienes creen que el consumo de alimentos de temporada contribuye mucho, con respecto al 56,1% total, son los de 35 a 44 años (64,1%), con estudios universitarios (59,7%), de clase media alta o media-alta (61,8%), de izquierdas (63,6%) y quienes están de acuerdo con el impacto (62,0%); y **el de quienes creen que no contribuye nada**, con respecto al 2,8% total, son los de 45 a 54 años (4,9%), con estudios hasta primarios (5,2%), de clase media baja-baja (4,7%), en desacuerdo con el impacto (10,0%) o no posicionados al respecto (7,1%).

Contraste entre el perfil sociodemográfico de quienes creen que sustituir alimentos de origen animal por otros de origen vegetal contribuye mucho, con respecto al 25,0% total, destaca entre las mujeres (28,0%), de izquierdas (31,4%) y que están de acuerdo con el impacto (28,1%); y **el de quienes creen que no contribuye nada** (12,6%), destaca entre los hombres (16,0%), de 45 a 54 años (19,3%), de derechas (16,3%) y que están en desacuerdo con la existencia del impacto (35,0%).

Contraste entre el perfil sociodemográfico de quienes creen que apostar por la cocina tradicional y de elaboración doméstica contribuye mucho, que es el de las mujeres (53,9%) y que están de acuerdo con la existencia del impacto (55,2%) con respecto al 51,0% registrado entre el total; y **el de quienes creen que no contribuye nada** representa un 3,5% entre los hombres y un 8,5% entre quienes están en desacuerdo con el impacto ambiental, ambos significativamente superiores al 2,4% registrado entre el total.

Contraste entre el perfil sociodemográfico de quienes creen que desperdiciar menos alimentos y aprovechas más los sobrantes contribuye mucho, con un amplio consenso (61,5%) es significativamente mayor entre los de 25 a 44 años ($\geq 71,3\%$), con estudios universitarios (65,6%), de clase social alta-media alta (68,0%), los de la izquierda (69,4%) y que están de acuerdo con la existencia del impacto ambiental (67,3%); **y el de quienes creen que no contribuye nada** (2,7%) representa un porcentaje significativamente superior entre los hombres (3,8%), de 65 años (4,7%), con estudios hasta primarios (6,0%) y están en desacuerdo con la existencia del impacto (10,4%).

a) Expectativas de cambio

Cuando se les consultó sobre la intención de realizar estos cambios en un futuro próximo, como ocurriera con los cambios relacionados con la planificación, el porcentaje de quienes afirman estar más bien en disposición de llevarlas a cabo se sitúa en torno al 20% con algunas variaciones.

Concretamente, usted ¿tiene intención próximamente de...?

Cocinar más, apostando por la cocina tradicional



Desperdiciar menos alimentos y hacer recetas de aprovechamiento



Aumentar el consumo de alimentos de temporada, especialmente los alimentos frescos



Cambiar hacia una dieta más equilibrada y saludable



Sustituir el consumo de algunos alimentos de origen animal por otros de origen vegetal



- Más bien si
- Más bien no
- Ya lo hago
- NS/NC

Base: muestra total **1.126 casos**.

Hay tres medidas sobre las que una amplia mayoría asegura que ya las hacen ($\geq 73,0\%$), que son las referidas a cocinar más apostando por la cocina tradicional, desperdiciar menos alimentos y hacer recetas de aprovechamiento y aumentar alimentos de temporada, especialmente los alimentos frescos. En ellas se registra tanto el menor porcentaje de quienes tienen previsto hacerlas próximamente ($\leq 21,0\%$) y también es claramente minoritario el porcentaje de quienes no ($\leq 5,6\%$).

En cuanto a **cambiar hacia una dieta más equilibrada y saludable, la cuarta parte de las personas encuestadas tiene previsto hacerlo próximamente** (24,7%), sólo el 6,2% aseguran que no lo harán y el 67,0% señalan que ya lo hacen.

Por el contrario, **existe menos expectativas de cambio para la medida de sustituir el consumo de algunos alimentos de origen animal por otros de origen vegetal**. Casi cuatro de cada diez ciudadanos/as aseguran que no lo harán próximamente (38,3%), opción mayoritaria entre las tres propuestas y casi 16 puntos superior al porcentaje de quienes afirman que sí lo harán (22,6%). Por su parte, un 36,4% declaran que ya lo hacen.

Por segmentos, se establece una clara vinculación entre la intención de poner en marcha estas medidas a corto plazo y el posicionamiento de acuerdo con la existencia del impacto y viceversa, la intención de no hacerlo con el desacuerdo. Los matices de perfil se producen en el mismo sentido que cuando opinan sobre su contribución al impacto.

b) Demanda de ayudas

Desde la óptica de los expertos, **para avanzar hacia unos hábitos alimenticios más respetuosos con el medio ambiente es imprescindible aumentar la formación y la información de las personas, como ciudadanía**. Se trata de contar con los conocimientos necesarios para realizar las mejores elecciones, pero, sobre todo, contar con las habilidades culinarias básicas para ser capaces de tratar y conservar los alimentos.

"Por lo tanto, para comer más frutas y verduras no basta con saber que tienes que comer cinco, sino que tienes que saber cómo manejarlas en casa para que no se te pongan malas y terminen en la basura, cuál es la temporalidad, porque eso también va a tener un efecto importante en el impacto al medioambiente, cómo manejar los restos de alimentos para aprovechar al máximo esos alimentos y reducir los

desperdicios alimentarios y, en definitiva, mejorar esa alfabetización alimentaria para poder hacer una elección más saludable y sostenible". EP1-Manuel Moñino Gómez

"Como conclusión diría que al consumidor le hace falta formación y concienciación, pero que no vale esto por sí solo, que aquí nos tenemos que poner el mono de trabajo todos, desde administraciones, industria y también el consumidor. Que el consumidor tiene que ver que aquí el esfuerzo es de todos. La formación, educación y concienciación tiene que empezar en edades tempranas. O sea, la labor en los colegios, en esto, así como en la alimentación saludable es fundamental. Si no conseguimos crear conciencia desde pequeños no hacemos nada". EP2-Eva Gosenje Ábalos

A las personas que consideran necesario modificar los hábitos de alimentación para causar menor impacto ambiental, se les preguntó por tres posibles medidas externas que podrían ayudar a cambiar los hábitos en el ámbito de la dieta y el cocinado:

- ▶ Dedicar más tiempo a la alimentación (en la compra, cocinado y consumo).
- ▶ Disponer de información sobre dietas ecológicas o sostenibles.
- ▶ Conocer cómo conservar, almacenar o cocinar alimentos para generar menor impacto ambiental.

¿En qué grado le suponen a usted una ayuda para cambiar sus hábitos de alimentación estas posibles medidas?

Conocer cómo conservar, almacenar o cocinar los alimentos para generar menor impacto ambiental



Base: consideran necesario modificar los hábitos de alimentación para causar menor impacto ambiental **902 casos.**

Las tres medidas son vistas como posibles ayudas por la mayoría de la ciudadanía, aunque no con la misma intensidad.

El 83,4% respalda el hecho de conocer cómo conservar, almacenar o cocinar los alimentos para generar menor impacto ambiental, el 44,5% mucho y el 38,9% bastante. Representan un 13,7% quienes afirman que les ayudarían poco (9,5%) o nada (4,2%).

En cuanto a la posibilidad de **dedicar más tiempo a la alimentación (compra, cocinado y consumo), tres de cada cuatro informantes (75,8%) afirman que les ayudará bastante (38,2%) o mucho (31,9%).** Mientras que quienes se muestran contrarios representan un 21,3%, el 13,0% afirma que ayudaría poco y el 8,3% nada.

Por último, **la posibilidad de disponer de información sobre dietas ecológicas / sostenibles es la ayuda que, en mayor medida, polariza las opiniones.** Representan siete de cada diez (70,1%) quienes creen que esta información les ayudaría bastante (38,2%) o mucho (31,9%) y casi tres de cada diez (27,1%) quienes afirman que les ayudaría poco (16,7%) o nada (10,4%).

Dedicar más tiempo a la alimentación, por segmentos. Destaca significativamente quienes les ayudaría mucho a cambiar de hábitos aquellos entre 24 a 44 años ($\geq 45,3\%$), con estudios secundarios (43,1%), de izquierdas (43,7%) y de acuerdo con la existencia del impacto (39,9%), respecto del 38,7% registrado entre el total. Entre las mujeres, quienes creen que no les ayudaría nada (10,0%) significativamente superior al 8,3% total.

Disponer de información sobre dietas ecológicas, por segmentos. Destaca el porcentaje de mujeres que les ayudaría mucho (35,8%) con respecto al 31,9% total. Mientras que no ayudaría nada corresponde a los mayores de 65 años (24,7%), con estudios hasta primarios (18,1%), de clase social media baja-baja (16,1%), posicionados a la derecha (15,6%), quienes no se posicionan sobre el impacto ambiental (31,2%) y en el ámbito rural (16,3%).

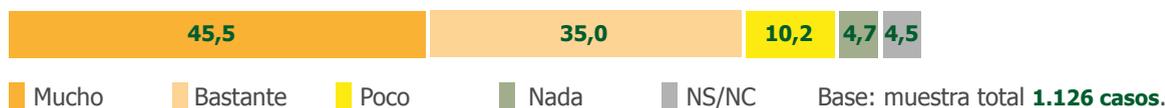
Conocer cómo conservar, almacenar o cocinar los alimentos, por segmentos. Se observan diferencias significativas entre los que consideran nula la ayuda, que son los mayores de 65 años (22,1%), los que están en desacuerdo con el impacto (14,6%), los no posicionados (11,5%) y en el ámbito rural (7,3%).

4.5. La importancia de la información

Una de las conclusiones más claras obtenidas del estudio es la importancia de la información y el acceso de las personas a ella. Si bien, en el capítulo anterior ya se ponía de manifiesto la necesidad de contar con una información más completa con relación a las dietas, la gestión de los alimentos y las posibles derivaciones que tienen hacia un impacto ambiental. Por ello, se ha dedicado un capítulo a la información, utilizando los ítems de cada batería directamente relacionados con la disponibilidad (o no) de información crucial para las personas encuestadas a fin de tomar las mejores decisiones al respecto.

¿En qué medida puede contribuir a reducir el impacto ambiental conocer mejor el impacto ambiental de los alimentos?

Conocer mejor el impacto ambiental de los alimentos



“Conocer mejor el impacto ambiental de los alimentos” es una de las medidas que, con carácter genérico, podrían contribuir a reducir el impacto ambiental. Casi la mitad de la población cree que esta medida puede contribuir mucho a reducir el impacto (45,5%) y el 35,0% opinan que puede contribuir bastante, lo que agregado representa **un 80,5%, ocho de cada diez ciudadanos/as**. En sentido contrario, **uno de cada diez asegura que contribuiría poco (10,2%) y el 4,7% que no contribuiría nada**. Opinión minoritaria, aunque aumenta sensiblemente entre los segmentos más vinculados al desacuerdo con la existencia del impacto ambiental.

Perfil sociodemográfico de quienes afirman que conocer mejor el impacto ambiental de los alimentos puede contribuir mucho a reducirlo. Con respecto al 45,5% registrado entre el total, destaca significativamente este porcentaje entre las mujeres (48,6%), de 25 a 44 años de edad ($\geq 52,2\%$), con estudios universitarios (51,1%), de clase alta y media-alta (53,2%), posicionados en la izquierda ideológica (57,2%) y los que se muestran de acuerdo con la existencia del impacto ambiental (46,5%).

Perfil sociodemográfico de quienes afirman que conocer mejor el impacto ambiental de los alimentos no contribuye nada a reducirlo. Entre el total de la población un 4,7%, destacan significativamente los hombres (6,2%), de 45 a 54 años (8,0%), con estudios hasta primarios (7,5%), posicionados ideológicamente a la derecha (8,0%) y en desacuerdo con la existencia del impacto ambiental (23,6%).

a) Expectativas de cambio

Para llevar al ámbito personal las expectativas de cambio en los hábitos relacionados con la información, se consultó sobre el mismo aspecto de carácter más generalista, “Conocer mejor el impacto ambiental de los alimentos” y se incluyó otro aspecto más específico sobre “guiarse por posibles recomendaciones dietéticas saludables y sostenibles”.

Concretamente, usted ¿tiene intención próximamente de...?

Conocer mejor el impacto ambiental de los alimentos



Guiarme más por las recomendaciones dietéticas saludables y sostenibles



■ Más bien sí
■ Más bien no
■ Ya lo hago
■ NS/NC

Base: muestra total **1.126 casos**.

La intención de cambio aumenta considerablemente cuando las personas responden sobre un hábito específico. El 31,7% asegura que sí tiene intención próximamente de guiarse por las recomendaciones dietéticas saludables y sostenibles, y un 21,0% asegura lo mismo sobre conocer mejor el impacto ambiental de los alimentos.

Sin embargo, se registra un porcentaje muy similar de quienes no tienen intención de realizar estos cambios (15,2% y 16,7% respectivamente), encontrándose la diferencia en el porcentaje de **quienes afirman que ya lo hacen, cuando se refiere a guiarse por las recomendaciones (50,4%) y a conocer mejor el impacto ambiental de los alimentos (59,5%)**.

Tomando como referencia la intención declarada en uno de los dos sentidos (más bien sí o más bien no), se observan los siguientes contrastes entre los distintos segmentos:

| | Conocer mejor el impacto ambiental de los alimentos | Guiarme por recomendaciones dietéticas sostenibles |
|-------------|--|--|
| Más bien sí | <i>En total, representan el 21,0%.</i> | <i>En total, representan el 31,7%.</i> |
| | Entre las mujeres, el 23,5% afirman que más bien sí | |
| | De 18 a 24 años (30,3%) | De 18 a 34 años (≥39,5%) |
| | Estudios secundarios (26,1%) | |
| | | Izquierda ideológica (36,3%) |
| | De acuerdo con el impacto (22,6%) | De acuerdo con el impacto (34,8%) |
| Más bien no | <i>En total, representan el 16,7%.</i> | <i>En total, representan el 15,2%.</i> |
| | Hombres (22,1%) | Hombres (19,0%) |
| | 45-54 años de edad (13,2%) | |
| | Derecha ideológica (25,3%) | |
| | Desacuerdo con el impacto (36,4%) | Desacuerdo con el impacto (24,8%) |

Se vuelve a poner de manifiesto la relación entre estar o no de acuerdo con la existencia del impacto con la intención de afrontar cambios en un futuro a corto plazo. En el sentido favorable al cambio, la edad (los más jóvenes) es la característica coincidente ($\geq 30,3\%$), mientras que, en el desfavorable, es el sexo (hombres, $\geq 19,0\%$).

La intención de conocer mejor el impacto destaca entre las mujeres (23,5%) y con estudios secundarios (26,1%) y la de guiarse por las recomendaciones, entre los de la izquierda ideológica (36,3%). Quienes no tienen intención de conocer mejor el impacto, tienen un peso significativamente mayor entre los de 45 a 54 años de edad (13,2%) y los de la derecha ideológica (25,3%).

b) Demanda de ayudas

La importancia de la información se percibe con más claridad cuando se analizan las posibles ayudas que las personas consumidoras demandan.

Antes de analizar las respuestas de las personas informantes, conviene contextualizar esta necesidad a través de la siguiente afirmación de Saioa Ramos, investigadora del área de Procesos Eficientes y Sostenibles de la Unidad de Investigación Alimentaria del centro científico y tecnológico AZTI:

"La mayoría de los consumidores, pese a estar sensibilizados con este tema, están bastante confundidos debido a la diversidad de información ambiental que actualmente existe en algunos productos"³.

Alguno de los expertos señala **el valor que tendría para clarificar la información sobre sostenibilidad alimentaria, la introducción de ésta como un eje transversal de las guías alimentarias.**

"Confiamos que en el futuro más próximo esa metodología y decisión, que la propia autoridad europea de sanidad alimentaria, la EFSA, ya estableció en su momento y confiamos en que las autoridades sanitarias en España tomen la iniciativa de hacer unas guías alimentarias basadas en la evidencia, pero sobre todo que integren la sostenibilidad como un eje transversal como han hecho otros". EP1-Manuel Moñino Gómez

Sobre las opiniones de la población respecto a la utilidad que se concede a determinadas informaciones y conocimientos se incluyeron cuatro afirmaciones en la última batería del estudio:

- ▶ Recibir información e identificar claramente los alimentos con menor impacto ambiental.
- ▶ Clarificar la información del etiquetado (unificación de criterios).
- ▶ Conocer la relación existente entre la comida saludable y la comida con menor impacto ambiental.
- ▶ Y conocer qué hábitos de alimentación se deben modificar para causar menor impacto ambiental.

Entre las personas que consideran necesario modificar los hábitos de alimentación para causar menor impacto ambiental, todas las medidas que ayuden a ampliar la información sobre los alimentos y su impacto son bienvenidas. Representan porcentajes claramente mayoritarios (entre el 81,9% y el 85% del total) quienes consideran que ayudarían bastante o mucho cada una de ellas. Por el contrario, el porcentaje acumulado de quienes afirman que ayudarían poco o no ayudarían nada oscila entre el 11,8% y el 14,9%, siendo estos porcentajes claramente minoritarios.

³ Revista Consumer. "Etiquetado ambiental. Cómo saber si lo que comemos es sostenible". 2022.
<https://revista.consumer.es/portadas/2022/10/edicion-impresa/digital/#page=44>

¿En qué grado le suponen a usted una ayuda para cambiar sus hábitos de alimentación estas posibles medidas?

Recibir información e identificar claramente los alimentos con menor impacto ambiental



Clarificar la información del etiquetado/unificación de criterios



Conocer qué hábitos de alimentación se deben modificar para causar menor impacto ambiental



Conocer la relación existente entre la comida saludable y la comida con menor impacto ambiental



- Mucho
- Bastante
- Poco
- Nada
- NS/NC

Base: consideran necesario modificar los hábitos de alimentación para causar menor impacto ambiental **902 casos**.

Recibir información e identificar claramente los alimentos con menor impacto ambiental, por segmentos.

Con respecto al 48,8% total, destaca quienes consideran que sí les ayudaría mucho a cambiar de hábitos entre los de 55 a 64 años (58,6%), con estudios secundarios (52,6%), de izquierdas (55,1%) y de acuerdo con la existencia del impacto (50,0%). Entre las mujeres, quienes creen que no les ayudaría nada (7,8%) porcentaje significativamente superior al 5,8% registrado entre el total. Lo mismo ocurre entre los mayores de 65 años (10,3%), con estudios hasta primarios (12,4%), de clase media-baja o baja (12,7%), en desacuerdo con la existencia del impacto (22,7%) y en el ámbito rural (12,0%).

Clarificar la información del etiquetado, por segmentos. Con respecto al 44,9% registrado entre el total, destaca significativamente los aseguran que les ayudaría mucho que son los de estudios universitarios (49,0%) y de izquierdas (50,0%).

Conocer la relación existente entre la comida saludable y la comida con menor impacto ambiental, por segmentos. El 40,6% asegura que les ayudaría mucho, destacando los de clase alta y media-alta (45,1%) y de acuerdo con la existencia del impacto ambiental (41,8%).

Conocer qué hábitos de alimentación se deben modificar para causar menor impacto ambiental, por segmentos. Con respecto al 44,6% total que aseguran que mucho, destaca los que consideran que conocer esta información les ayudaría mucho a cambiar de hábitos, son los de 25 a 34 años (53,7%) y con estudios secundarios (49,5%).

5 Conclusiones

En este trabajo se han abordado las distintas alternativas para lograr un sistema alimentario más sostenible, por lo que, tras el análisis de la situación actual, se incide de manera considerable en la urgencia por trabajar hacia una transición alimentaria más justa y ecológica que nos permita avanzar hacia un sistema alimentario más sostenible y resiliente, sano y respetuoso con las personas, los animales y el planeta.

A continuación, se exponen las principales conclusiones del estudio sobre el impacto ecológico de los hábitos de alimentarios de la población en España.

Con respecto al posicionamiento ante el **fenómeno del impacto ambiental, está bastante generalizada entre la población española (80,3%) que los hábitos de alimentación (compra y consumo) tienen un impacto ambiental**, aumentando significativamente entre las mujeres (84,3%), los menores de 45 años ($\geq 88,7\%$), con estudios secundarios o universitarios ($\geq 86,15$), de clase social alta, media-alta (89,1%), posicionamiento ideológico de izquierdas (95,0%) y residentes en las dos grandes ciudades del país: Madrid y Barcelona (88,4%). Por el contrario, representan el 13,5% quienes tienen una actitud contraria a que exista tal impacto, siendo el porcentaje significativamente superior al 13,5% entre los hombres (19,1%), quienes tienen entre 45 y 64 años de edad ($\geq 17,7\%$), con estudios hasta primarios (24,8%), clase social media-baja o baja (18,4%), posicionados ideológicamente en la derecha (23,7%) y en el hábitat rural. El 6,2% de quienes no se posicionan tienen un perfil con dos características comunes (estudios y clase social) pero se diferencia por incluir a los mayores de 65 años.

Todas o algunas de las características de estos perfiles, aparecen de forma constante durante todo el análisis posterior sobre otras afirmaciones: las barreras encontradas, la consideración de las medidas a cambiar, en la intención de cambiar y en las posibles ayudas a recibir; aumentando entre los favorables a la existencia del impacto todas las consideraciones relacionadas con el mismo y disminuyendo entre los desfavorables.

La población española también se muestra mayoritariamente de acuerdo cuando escuchan estas dos afirmaciones: “Los hábitos alimenticios saludables impactan menos en el medio ambiente que los no saludables” (75,2%) y “El tipo de dieta alimentaria que se sigue tiene importancia en cuanto al impacto ambiental” (79,8%), a diferencia de quienes se muestran en desacuerdo que representan un 16,8% y un 14,7% respectivamente. El agregado de opiniones de acuerdo con estas dos afirmaciones, aunque

mayoritario, es levemente inferior, y el de opiniones en desacuerdo levemente superior al registrado sobre la consideración global. Lo cual refleja un aumento del desacuerdo cuando se consideran aspectos más específicos del impacto. Las diferencias por segmentos se producen en el mismo sentido que en la valoración global.

Existe un consenso más amplio de la población española sobre la necesidad de modificar los hábitos de alimentación (79,8%) que de la dificultad de hacerlo (73,9%), aunque en ambos casos, se cuenta con la mayoría. Referente al perfil de la población que se muestra de acuerdo con la necesidad de cambiar los hábitos alimenticios, se corresponde en gran medida con quienes se mostraron de acuerdo con la existencia del impacto, lo mismo ocurre con los que se muestran en desacuerdo. Además, se establece una clara vinculación entre los que están en desacuerdo con las dos afirmaciones y el perfil de los hombres y de la derecha ideológica.

Respecto a las **barreras al cambio de hábitos alimenticios** se hace la siguiente clasificación en tres grupos:

- ▶ **Barreras relacionadas con la compra y la planificación de los alimentos:** el precio de los alimentos con menor impacto ambiental (62,5%), la disponibilidad del tiempo o estilo de vida actual (46,8%) y el esfuerzo que requiere cambiar los hábitos actuales (37,5%) de la población.
- ▶ **Barreras relacionadas con la información y la necesidad de adquirirla:** la información contradictoria o confusa que llega a las personas por otros canales aparte del etiquetado (60,5%); el propio etiquetado actual, que no ayuda a conocer el impacto ambiental de los alimentos (55,0%) y los pocos conocimientos reconocidos sobre el impacto ambiental (35,7%).
- ▶ **Barreras relacionadas con la dieta y el cocinado de los alimentos:** el hecho de tener que prescindir de alimentos o sabores a los que están muy acostumbrados (37,7%) y sus pocos conocimientos de cocina (27,9%). Estas dos barreras son percibidas por un porcentaje menor de las personas.

Por segmentos, existe una clara relación según la cual todos los aspectos son reconocidos como barreras por quienes están de acuerdo con la existencia del impacto en mayor medida que por los segmentos en desacuerdo o no posicionados.

Otro de los aspectos abordados en el estudio es **la planificación alimentaria**. **Hacer una compra planificada, en vez de intuitiva o compulsiva y realizar una compra de proximidad o cercanía son medidas que gozan de un consenso mayoritario para reducir el impacto ambiental de los hábitos alimentarios** y que tienen un menor rechazo en cuanto a la intención futura para ponerlas en práctica. Sin embargo, **reducir la cantidad de alimentos que se consumen**, es una medida que, aunque se percibe mayoritariamente como reductora del impacto ambiental, **muestra un consenso menor; y, además, alcanza una de las mayores tasas de rechazo (24,0%)**.

En cuanto a los posibles facilitadores a través de la variación de precios, **la reducción del precio de los alimentos con menor impacto ambiental despierta más adhesiones entre la población española** que el aumento del precio de los alimentos con mayor impacto.

Otra de las temáticas abordadas en el estudio es **la dieta, el cocinado y el uso de los alimentos**. **Para la mayoría de la población, las medidas de desperdiciar menos alimentos y aprovechar más los sobrantes, aumentar el consumo de alimentos de temporada, apostar por la cocina tradicional y de elaboración doméstica y cambiar hacia una dieta más equilibrada y saludable, son las que pueden contribuir a reducir el impacto ambiental**, y que, además, su rechazo a ponerlas en práctica es prácticamente residual.

Sin embargo, **sustituir el consumo de algunos alimentos de origen animal por otros de origen vegetal, genera una mayor controversia**, representando un 56,9% los que consideran que esta medida contribuye a reducir el impacto ambiental y un 36,9% quienes opinan lo contrario. Además, **cuatro de cada diez ciudadanos/as aseguran que no tienen intención de hacerlo próximamente (38,3%)**, opción mayoritaria entre las tres propuestas y casi 16 puntos superior al porcentaje de quienes afirman prever cambios en esa dirección (22,6%).

Finalmente, las ayudas propuestas para generar menor impacto ambiental son vistas con buenos ojos por la ciudadanía, sobre todo aumentar los conocimientos sobre conservación, almacenaje o cocinado de alimentos, seguida de el hecho de dedicar más tiempo a la alimentación y, en menor medida, disponer de información sobre las dietas ecológicas o sostenibles.

Un aspecto relevante del estudio es **la información**. Ocho de cada diez ciudadanos/as creen que **conocer mejor el impacto ambiental de los alimentos puede contribuir a reducirlo (80,5%)**, medida que **reúne un consenso mayoritario**.

La intención de cambio aumenta considerablemente cuando se responde sobre un hábito específico.

Así, el 31,7% asegura su intención próxima de guiarse por las recomendaciones dietéticas saludables y sostenibles, mientras que el 21,0% asevera su propósito de interesarse por conocer mejor el impacto ambiental de los alimentos.

Destacar que **todas las medidas que ayuden a ampliar la información sobre los alimentos y su impacto son bienvenidas**, especialmente entre las personas que consideran necesario modificar los hábitos de alimentación para causar menor impacto ambiental.

Los resultados del estudio, vistos globalmente, muestran una **elevada concienciación⁴ respecto al impacto medioambiental de los hábitos alimenticios**, siendo abrumadora la mayoría que cree que existe dicho impacto (80%), que considera necesario realizar cambios en los hábitos alimenticios (80%) y que reconoce, al mismo tiempo, que se trata de un proceso difícil (74%).

Sin embargo, los resultados del estudio muestran una **baja predisposición a la acción**, no porque las acciones propuestas generen rechazo, sino porque la mayoría de la población niega que supongan cambios en sus hábitos actuales. Esto ocurre sobre todo en el caso de aquellos hábitos que no implican cambios ni en el tipo ni en la cantidad de alimentos a consumir, concretamente, alrededor de **siete de cada diez considera que "ya actúa de ese modo", es decir, ya planifica su compra, ya la realiza en establecimientos de proximidad, cocina productos frescos, no desperdicia alimentos y lleva una dieta equilibrada y saludable**. Globalmente, sólo dos de cada diez muestran una predisposición real a realizar cambios, siendo el rechazo la postura más minoritaria. Esta baja predisposición a la acción se torna, en buena medida, en rechazo cuando se trata de reducir la cantidad de alimentos consumidos o la sustitución de alimentos de origen animal por otros de origen vegetal. En estas dos propuestas se reduce la proporción que afirma que ya está ejecutando el cambio (al 50% y al 36%, respectivamente) aumentando los que rechazan hacerlo que pasan a representar el 24% y el 38%, respectivamente.

Esta baja predisposición a la acción, junto con **la elevada adhesión a las distintas medidas que podrían facilitar la transición a una alimentación más sostenible, pone claramente de manifiesto las dificultades y las barreras que existen para llevar a cabo cambios profundos**, y, por consiguiente, la necesidad de implantar acciones que favorezcan el proceso de transformación hacia una alimentación con menor impacto ambiental.

⁴ "Los consumidores adquieren una mayor conciencia a la hora de comprar productos y servicios que cumplan con criterios sostenibles. Así, la oferta ha sufrido un importante cambio para responder a esta tendencia del mercado." Informe de Sostenibilidad de ANGED". 2021. *El impacto de ANGED*.

"Muchas veces también creo que el consumidor se ve abrumado, entonces entre que no conoce, que no sabe y que no tiene fácil hacer los cambios que se le piden y que son tantos los cambios que se le piden, que se ve muy abrumado y renuncia. [...] tratar de darle al consumidor píldoras muy fáciles y muy prácticas, y sobre todo que el ciudadano tenga claro que cualquier cambio que haga, por muy pequeño que sea, es muy importante y puede tener un gran impacto, y ya es mucho mejor que no hacer nada".
EP2-Eva Gosenje Ábalos

Por último, destacar del análisis realizado que los perfiles menos concienciados apuntan hacia sectores de la población más vulnerables socioeconómicamente y que requieren una especial atención, sobre todo si el objetivo es avanzar, sin que se amplíen las desigualdades que ya existen en el ámbito de la alimentación por parte de la población en nuestro país.

"Y luego también importante es considerar que no hay que dejar a nadie atrás, que las desigualdades en la alimentación cada vez son claras y más sostenidas en el tiempo, y cada vez como una brecha más difícil de abordar, por lo tanto ese gap que hay en la fabricación alimentaria de disponibilidad económica para poder adquirir los diferentes alimentos en diferentes grupos sociales, es algo que debe abordarse de manera transparente y efectiva para evitar el resultado que te daba de la obesidad en niños, que hay una diferencia de casi 14 puntos (13,9%) de diferencia en la obesidad y sobrepeso en familias desfavorecidas (47,3%) frente a los que tienen más recursos (33,7%)". EP1-Manuel Moñino Gómez

En conclusión, HISPACOOOP quiere transmitir la necesidad de una apuesta firme y decidida por un cambio en los comportamientos de la ciudadanía para reducir el impacto ecológico de los hábitos alimentarios de la población española. Implicar a la población para mejorar sus hábitos alimentarios es la clave, pero este cambio debe impulsarse a través de un mayor conocimiento e información del impacto ambiental de nuestros hábitos de alimentación. Finalmente, no deberíamos olvidar la importancia de lograr una vinculación entre los aspectos de la salud y la sostenibilidad para favorecer una rápida transición hacia un sistema alimentario más sano y sostenible. Todo ello implicará que como personas consumidoras, adoptemos mejores decisiones en relación con la alimentación y nuestros hábitos para causar un menor impacto ambiental.

edita:

Confederación Española
de Cooperativas
de Consumidores
y Usuarios



**HISPA
COOP**

Quintana, 1. 2º. 28008 Madrid · T: 915 930 935
hispacoop@hispacoop.es · www.hispacoop.es



MINISTERIO
DE CONSUMO

El programa ha sido subvencionado por el Ministerio de Consumo,
siendo su contenido responsabilidad exclusiva de la organización beneficiaria.

