

Hábitos alimentarios y comparación con las diferentes zonas españolas

D^a. Raquel Chocarro Egüaras

Departamento de Gestión de
Empresas
Universidad Pública de Navarra

RESUMEN

España ha sufrido importantes transformaciones a nivel económico, demográfico, social y cultural en la última década que han supuesto modificaciones en la estructura de la dieta y en el trazado del nuevo modelo alimentario. El objetivo principal de este trabajo es detectar diferentes tipologías de consumo entre las distintas zonas españolas y, en concreto, Navarra, observando si estos hábitos alimentarios han mostrado cambios significativos recientes. Los resultados parecen confirmar la dieta mediterránea en España aunque se constata que no se asocia a un determinado territorio y que está sufriendo alteraciones en cuanto a disminuciones y aumentos en ciertos alimentos considerados como base de dicha dieta.

Por otra parte, una explicación causal del cambio alimentario en España ha estado motivada por las crecientes inquietudes de los consumidores por una alimentación sana y una protección del medio ambiente, sobre todo en momentos de crisis alimentarias, donde comienzan a cuestionarse los modelos productivos de carácter intensivo. Este hecho está poniendo de moda el consumo de productos procedentes de la agricultura ecológica y las etiquetas que avalen la calidad de los productos.

I. INTRODUCCIÓN

La alimentación es una actividad primaria de la sociedad y, por tanto, ha sido y será siempre fiel reflejo de su situación económica, de su estructura social y laboral, formando parte de su acervo cultural y de sus tradiciones.

Así pues, cada región desarrolla un patrón alimentario inmerso en un tipo de cultura, caracterizada por una organización social y modos de vida que dependen de unas particulares condiciones socioambientales y que reciben variadas y cambiantes influencias. Las culturas, y con ellas los modelos alimentarios, evolucionan con el tiempo, adaptándose a las nuevas situaciones (Farré y Frasquet, 2000).

En los últimos veinticinco años se han producido cambios muy significativos en nuestra dieta que, en general, ha mejorado en la calidad de los productos, en las presentaciones y preparaciones previas y en la diversidad de cada categoría de productos. Como hemos mencionado al principio, la mayoría de los cambios alimentarios, están vinculados con cambios de tipo económico, social, cultural, demográfico, etc. que producen una readecuación de la dieta a las necesidades. En este sentido, cabe señalar que la preocupación por la salud y la delgadez, por el deterioro medioambiental y por la calidad, son factores de gran peso a la hora de explicar el nuevo modelo alimentario.

Con este trabajo se pretende comparar los hábitos alimentarios de las distintas zonas españolas, observando la evolución de las dietas a lo largo del tiempo y cómo han repercutido los

últimos acontecimientos (agricultura ecológica, denominaciones de origen, problema de la EEB “Encefalopatía Espongiforme Bovina”...) en el consumidor español en general y en el consumidor navarro en particular. El trabajo consta de cuatro partes: en el segundo epígrafe, se intenta buscar tipologías de consumo entre las distintas zonas españolas en los años 93, 97 y 2000, observando si existe o no una permanencia estructural; en la tercera sección, se determina las comunidades autónomas que más se asemejan y diferencian al consumo de los navarros en el año 2000; en la cuarta, se estudia el impacto de la agricultura ecológica, los indicativos de calidad y las denominaciones de origen en los hábitos alimentarios de los españoles y, en particular, de los navarros. Finalmente, se exponen las principales conclusiones derivadas de la investigación.

II. EVOLUCIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LA DIETA EN LAS DISTINTAS ZONAS ESPAÑOLAS

España es un país con características muy diferenciadas entre sus regiones. Perduran factores de tradición y climatología muy acusados y determinadas zonas reciben gran influencia del exterior derivada del turismo. Con lo cual, al ser la alimentación un concepto dinámico, cabe prever que ésta no sea homogénea ni a lo largo del tiempo ni en las diferentes regiones españolas.

Para describir los hábitos alimentarios de las distintas zonas españolas en los años 93, 97 y 2000 se van a utilizar los datos recogidos por el panel de consumo de los hogares del Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación (M.A.P.A.). Los datos analizados expresan la cantidad comprada per cápita en los diferentes grupos de alimentos (*carnes, pescados y mariscos, leches y derivados lácteos, productos varios, aceites y grasas vegetales, patatas y hortalizas frescas, frutas frescas, frutas y hortalizas transformadas, platos preparados, bebidas alcohólicas y bebidas analcohólicas*) para las distintas zonas españolas (*Nordeste, Levante, Andalucía, Centro-Sur, Castilla-León, Noroeste, Norte y Canarias*). Además, se van a tener en cuenta características de los hogares (*status socioeconómico, tamaño de la población, edad del ama de casa, tamaño de la familia, actividad del ama de casa y presencia de niños en el hogar*) para detectar si estas características guardan relación o no con los hábitos alimentarios de las distintas zonas.

Dado que, en la información de la que disponemos, aparecen relacionados dos conjuntos de datos (alimentos y zonas geográficas), se emplea para su análisis el “Análisis de Correspondencias Simples”, (Grande y Abascal 2001). Esta técnica es muy útil para la extracción efectiva de información de grandes bases de datos y descifrar grandes cantidades de datos interrelacionados dado que indica relaciones interesantes que podrían no haber sido obvias mediante la simple investigación de los datos primarios (Anderson et al., 1999). A través de esta técnica, tratamos de buscar una representación clara de las relaciones entre los alimentos y las zonas geográficas.

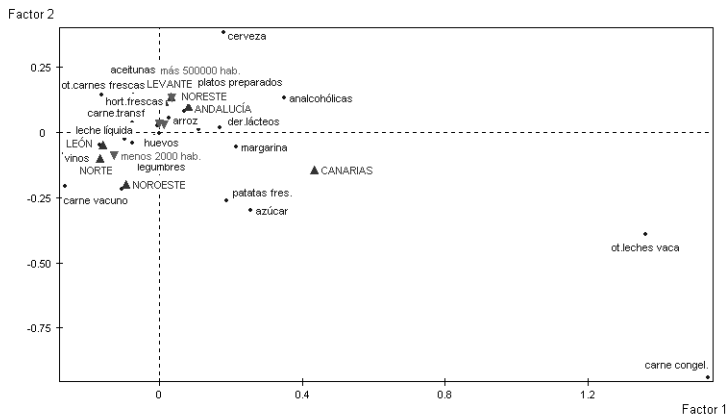
Los resultados de los análisis son similares para los distintos años. Así, aparecen tres zonas con hábitos de consumo diferentes como se puede apreciar en el Gráfico 1.

Tipologías resultantes:

- Canarias está caracterizada sobre todo por un alto consumo de derivados lácteos, patatas, carnes congeladas, leches de vaca diferentes de las pasterizadas y esterilizadas, margari-

na, cerveza y bebidas sin alcohol. Esta comunidad autónoma esta dotada de unas peculiaridades alimentarias diferentes del resto de España, al consumir cantidades per cápita de mantequilla y patatas muy superiores al total nacional, lo que claramente muestra la influencia de hábitos alimentarios del turismo del Norte de Europa. El gran consumo de bebidas analcohólicas en Canarias se debe a que el agua corriente contiene una gran cantidad de sal, lo que provoca la compra de agua mineral para el consumo doméstico.

GRÁFICO 1
REPRESENTACIÓN DEL ANÁLISIS FACTORIAL DE CORRESPONDENCIAS, EJES 1 Y 2



- Noreste, Levante y Andalucía destacan por el consumo de aceitunas, hortalizas frescas, carnes frescas diferentes de la carne de vacuno, platos preparados, arroz y cerveza. Esta zona está caracterizada por tamaños de población grandes (desde 10.000 a más de 500.000 habitantes), y el ama de casa ejerce un trabajo remunerado externo, estos factores pueden explicar un mayor consumo de platos preparados en los hogares.
- En el Norte, Noroeste y Castilla-León prima más el consumo de carne de vacuno y otras carnes frescas, huevos, leche líquida, pescado, hortalizas frescas, legumbres y vino. Esta zona está caracterizada por tamaños de población pequeños (menos de 2000 habitantes) y el ama de casa posee una edad de entre 50 y 64 años.

Es evidente, que si trazamos una diagonal en un mapa político desde el oeste de Andalucía hasta Aragón, España presenta diferencias en los hábitos de consumo entre las comunidades autónomas que quedan por encima de la diagonal y las que quedan por debajo de ella. Mientras que en el Norte, Noroeste y Castilla-León destaca el consumo de carne de vacuno y vino, en el Noroeste Levante y Andalucía destaca el consumo de otras carnes frescas como el pollo, el conejo, el cerdo... y la cerveza. A pesar de estas diferencias, los análisis muestran gran similitud entre todas las zonas españolas en el consumo de alimentos que componen la llamada “Dieta Mediterránea”. Esta dieta da prioridad al consumo de pescados, legumbres, frutos secos, cereales, frutas, verduras y hortalizas frescas, aceite de oliva y vino, mientras que el consumo de carne, huevos y productos lácteos debe ser moderado.

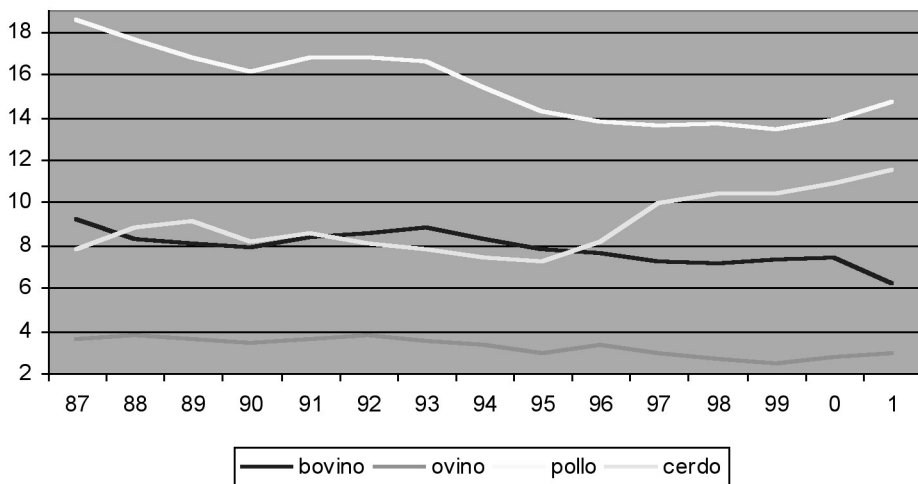
Con lo cual, estas particularidades en cuanto al clima, culturas y costumbres parecen no ser suficientes para hacer las áreas más limitadas nutricionalmente. En definitiva, se puede afirmar

que la influencia de la dieta mediterránea se deja sentir claramente en toda España, aun cuando haya regiones alejadas de esta área (Díaz, 2002).

Por otra parte, el hecho de que se den resultados similares en los años 93, 97 y 2000 en la estructura alimentaria en cuanto a asemejar determinadas zonas con el consumo de ciertos alimentos, no significa que no se hayan producido variaciones cuantitativas en la ingesta. A continuación se exponen las tendencias en las categorías de productos que han sufrido unos cambios más significativos:

- Según el Gráfico 2 el consumo de carne en España, que creció de forma notable en las décadas de los sesenta y los setenta, está estacionado en los últimos años. Pero, mientras que la carne de cerdo muestra una tendencia al alza, la de bovino, pollo, ovino y caprino muestran una tendencia a la baja.

GRÁFICO 2
CANTIDAD COMPRADA PER CÁPITA DE CARNES (KG/CÁPITA)

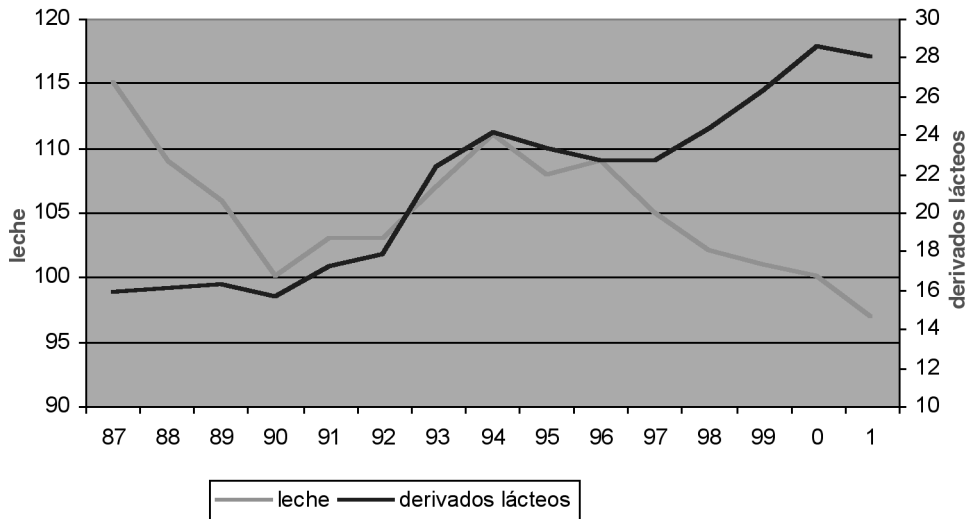


Fuente: M.A.P.A.

Los últimos acontecimientos, problemas como los pollos con dioxinas y el mal de las “vacas locas”, han perjudicado el incremento del consumo de estos productos. Por eso, se han vuelto más estrictos los controles en la producción de carne y la alimentación de los animales tiende a ser más natural y garantizada por las diferentes marcas de calidad que, cada vez, son más buscadas por los consumidores, (Fernández y González, 2000). Más adelante se comentará cómo han afectado estos hechos en el consumidor navarro.

- En el Gráfico 3 se observa como el consumo de leche líquida muestra síntomas de retroceso a favor de otros productos derivados, como yogures y postres vitaminados, debido a la creciente preocupación por la salud que ahora está poniendo de moda los alimentos reforzados con calcio, vitaminas, etc. (Langreo Navarro, 2002).

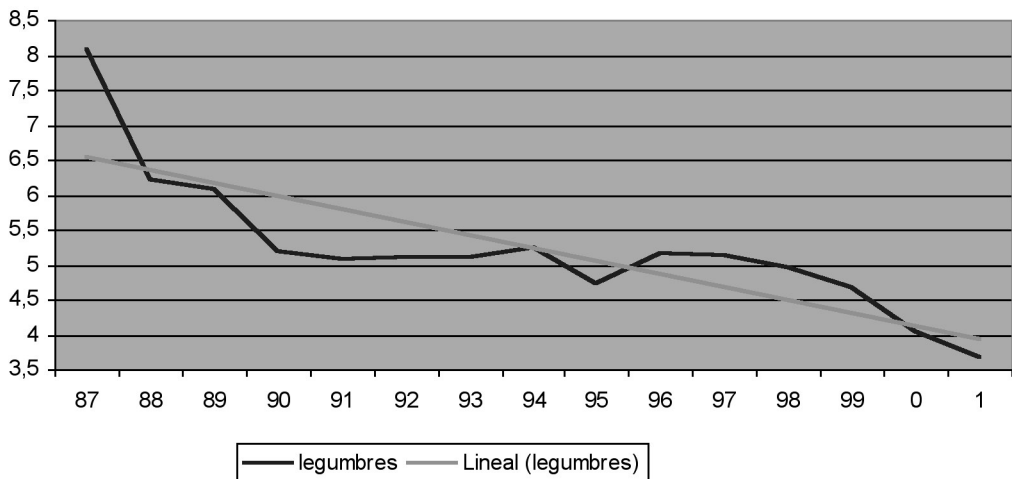
GRÁFICO 3
CANTIDAD COMPRADA PER CÁPITA DE LÁCTEOS (KG/CÁPITA)



Fuente: M.A.P.A.

- Lo que respecta al consumo de legumbres, desde hace quince años, hemos reducido el consumo hasta llegar a niveles por debajo de los recomendados (ver Gráfico 4). Según los expertos en nutrición, lo ideal es consumir 210 gramos al día de legumbres, mientras que en la actualidad apenas se consumen 100 gramos por habitante al día, (M.A.P.A., 2001).

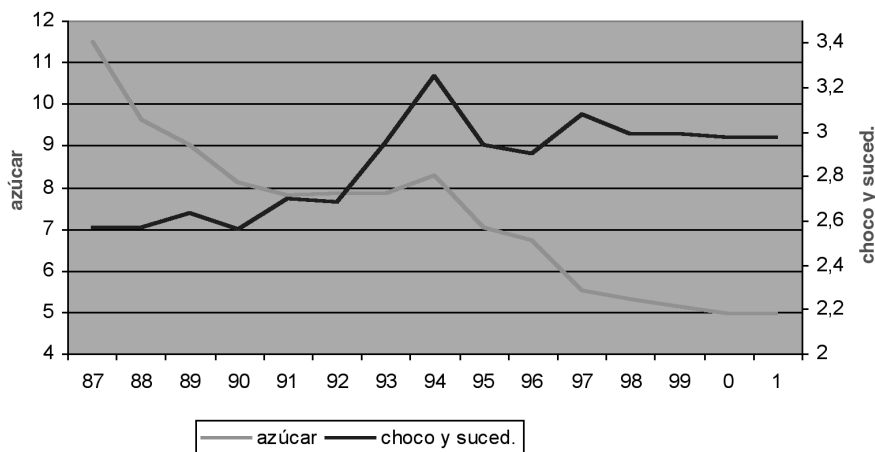
GRÁFICO 4
CANTIDAD COMPRADA PER CÁPITA DE LEGUMBRES (KG/CÁPITA)



Fuente: M.A.P.A.

- Asimismo, disminuye el consumo directo de azúcar de manera notable (ver Gráfico 5), de tal forma que se sitúa ya en torno a 5 kilos por habitante, aproximadamente la mitad del consumo que había en 1985. Sube en cambio su consumo indirecto, en caramelos, chocolates, bollería, pastelería, turrone, mazapanes, etc.

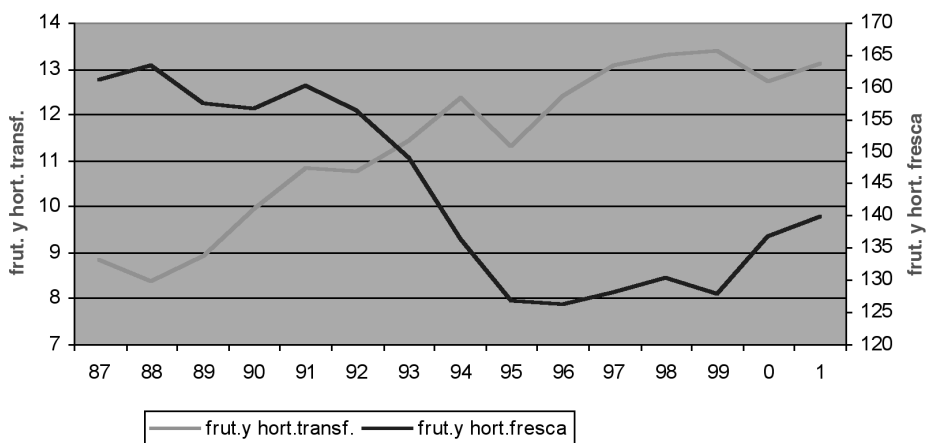
GRÁFICO 5
CANTIDAD COMPRADA PER CÁPITA DE AZÚCAR, CHOCOLATES Y SUCEDÁNEOS (KG/CÁPITA)



Fuente: M.A.P.A.

- El consumo de frutas y hortalizas, aunque es uno de los más altos de Europa, muestra una tendencia a la baja en la categoría de frescos debida al incremento en el consumo de frutas y hortalizas transformadas (ver Gráfico 6).

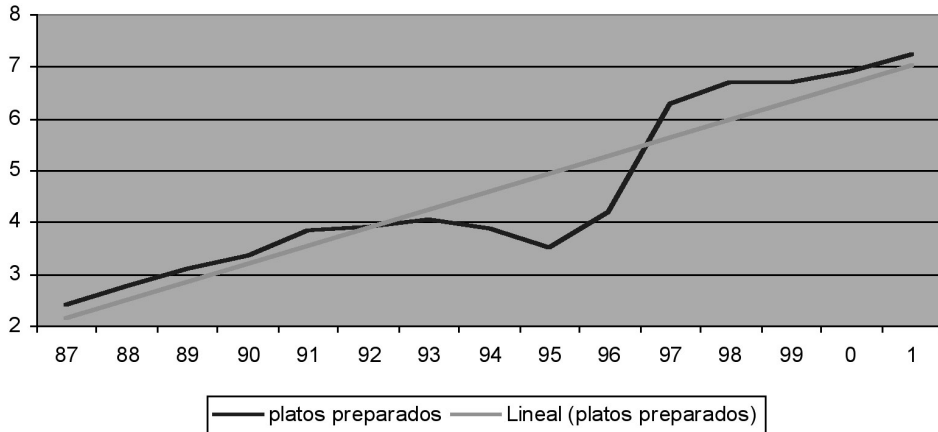
GRÁFICO 6
CANTIDAD COMPRADA PER CÁPITA DE FRUTAS Y HORTALIZAS (KG/CÁPITA)



Fuente: M.A.P.A.

- Si se observa el Gráfico 7, se detecta que el consumo de platos preparados está experimentando un crecimiento interanual durante los últimos diez años de un 10%, lo cual es lógico dado que la sociedad cada vez valora más la disponibilidad del tiempo, (Encuesta Mundial de Valores del 2000).

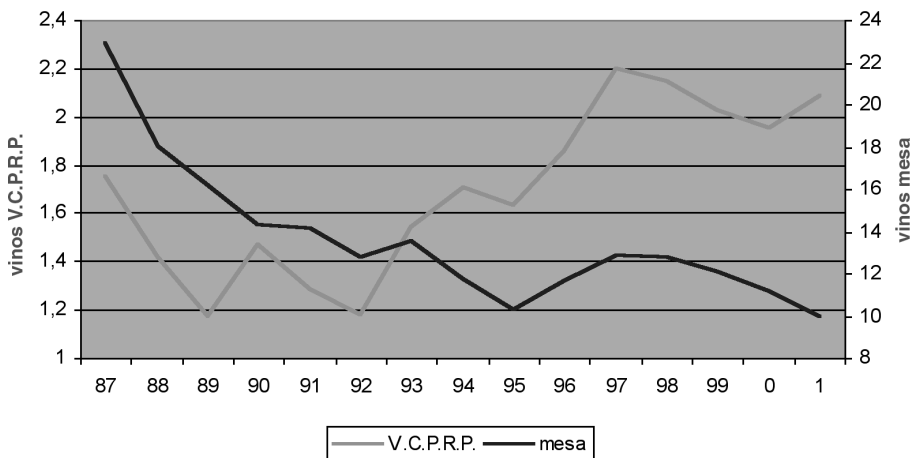
GRÁFICO 7
CANTIDAD COMPRADA PER CÁPITA DE PLATOS PREPARADOS (KG/CÁPITA)



Fuente: M.A.P.A.

- En el Gráfico 8 se refleja como cada vez bebemos menos vino pero aumenta el consumo de vino de calidad procedente de una región determinada (V.C.P.R.D.).

GRÁFICO 8
CANTIDAD COMPRADA PER CÁPITA DE VINOS (LITROS/CÁPITA)



Fuente: M.A.P.A.

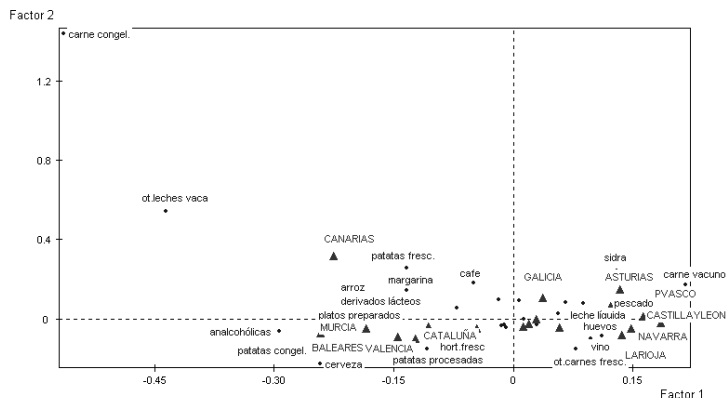
En definitiva, estas tendencias que acabamos de exponer ponen de manifiesto que nuestra dieta está sufriendo una desviación con respecto a la dieta mediterránea modelo. Consumimos menos frutas y hortalizas frescas, menos legumbres y hemos aumentado la ingesta de productos más ricos en grasas como son los chocolates, la bollería y los platos preparados. Sin duda estos datos ofrecen señales para considerar una tendencia a la homogeneización en el comportamiento alimentario de los europeos, Cecilia Díaz Méndez y Cristóbal Gómez Benito, (2001). Según el estudio realizado por el Instituto Nacional del Consumo (2000), en el futuro, se espera un equilibrio entre los alimentos “sanos” (verduras, frutas, ensaladas, alimentos ricos en fibra, alimentos dietéticos, alimentos sin colesterol y productos adelgazantes) y comida rápida (platos preparados y pizzas).

III. LA ALIMENTACIÓN EN NAVARRA EN 2000

Con el fin de determinar las comunidades autónomas que presentan semejanzas y disimilitudes con respecto a los hábitos alimentarios de los navarros en el año 2000, se vuelve a utilizar la técnica factorial de Correspondencias Simples, para así facilitar la interpretación de la información. Los datos se obtienen también del M.A.P.A., los diferentes alimentos indican la cantidad per cápita de distintas categorías de alimentos en el año 2000, para cada Comunidad Autónoma.

En el Gráfico 9 se ve claramente cómo España puede dividirse en tres tipologías de la alimentación. Por un lado, Navarra, La Rioja, País Vasco, Castilla-León y Asturias, que se caracterizan por el consumo de carne, tanto de vacuno como de otras carnes frescas, leche líquida, pescado, tanto congelado como fresco, huevos, vino y sidra. Y, por otro lado, Cataluña, Valencia, Baleares y Murcia. Estas últimas Comunidades se caracterizan por el consumo de patatas congeladas y procesadas, hortalizas frescas, derivados lácteos, platos preparados, arroz y cerveza. Por último, Canarias, presenta características singulares, explicadas por el clima, el aislamiento geográfico y el turismo, destaca por el consumo de carne congelada, leche de vaca diferente de la esterilizada y pasteurizada, derivados lácteos, patatas frescas y margarina.

GRÁFICO 9
REPRESENTACIÓN DEL ANÁLISIS FACTORIAL DE CORRESPONDENCIAS, EJES 1 Y 2



El hecho de que Navarra presente los mismos hábitos alimentarios que sus provincias limítrofes, es probable que se deba a las similares condiciones meteorológicas y ambientales que favorecen más al consumo de alimentos ricos en proteínas como son, el pescado, la carne y los

huevos. Además, el tipo de turismo del Norte de España muestra diferencias significativas con el turismo que se establece en el Sur. Por una parte el porcentaje de turistas es bastante menor y por otra, la gente se acerca a la zona norte para conocer las costumbres gastronómicas de la zona sin intentar imponer sus hábitos alimentarios.

IV. REPERCUSIÓN DE LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS

En un estudio realizado por el Instituto Nacional de Consumo (2000) se pone de manifiesto que el consumidor del siglo XXI se ha vuelto escéptico. Lo cual no es de extrañar dados sucesos como los de la colza, las vacas locas, o la contaminación por dioxinas con los pollos belgas, que ponen en evidencia los riesgos para la salud de ciertos alimentos, provocando en el consumidor una mayor preocupación por su salud que daña la confianza de los consumidores en los productos que componen su alimentación. Por esto, la calidad es una variable decisiva en la elección de la alimentación, y el consumidor reclamará la información de las etiquetas como exponente de transparencia y calidad (Barrena et al., 2003).

En este contexto, caracterizado por sucesivas crisis alimentarias y las graves dificultades con las que se encuentra el sector agroalimentario para incrementar y fortalecer su presencia en los mercados exteriores, el segmento de los alimentos de calidad, amparados por algún tipo de figura de protección, presenta índices de crecimiento sostenido (Sainz, 2002).

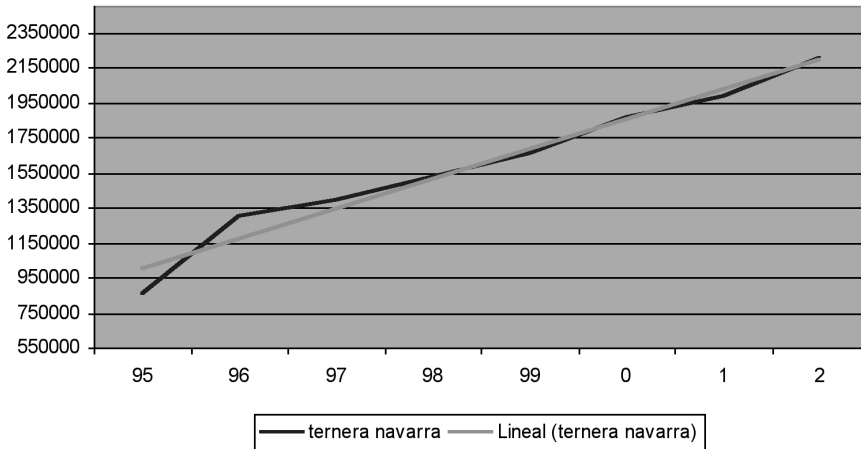
En España, el número total de Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) e Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) de productos agroalimentarios presentan un continuo ritmo de crecimiento (en los últimos 10 años ha pasado de 12 a 79). La comercialización de productos amparados por las diferentes denominaciones de calidad alcanzaba los 452,3 millones de euros en el 2001, de los que, aproximadamente, el 82% correspondía al mercado interior y el 18% a las exportaciones. Además, hay que tener en cuenta la existencia de otras 56 Denominaciones de Origen, que amparan a otros tantos vinos, y cuyo volumen comercializado representa algo menos del 45% del total y, tal como se observa en el Gráfico 8, su consumo en España experimenta una tendencia alcista desde 1987.

En Navarra, el número de DOP e IGP de productos agroalimentarios presentes sólo en Navarra es de cuatro: IGP Ternera de Navarra, DOP Alcachofa de Tudela, DOP Pimiento del piquillo de Lodosa y DOP Roncal, y hay dos que se producen en más de una Comunidad Autónoma: DOP Idiazábal en Navarra y País Vasco e IGP Espárrago de Navarra en Navarra, La Rioja y Aragón. Además, cuenta con una Denominación de Origen para el vino de Navarra y participa junto con otras Comunidades Autónomas en la producción de dos Denominaciones de Origen: Cava y Rioja.

Con el fin de detectar si estas Denominaciones de Origen han supuesto un cambio en los hábitos de consumo de los navarros, a continuación se buscó exponer la evolución de su consumo a lo largo de los últimos años, encontrándonos con la dificultad de que sólo la IGP Ternera de Navarra se produce y se comercializa en Navarra, por lo que es la única denominación de origen de la que disponemos datos sobre lo que consumen los navarros. El resto de las denominaciones de origen se comercializan tanto a nivel nacional como internacional y no cuentan con un registro de lo que se consume en la Comunidad Foral.

La IGP Ternera de Navarra ha sido una de las que ha experimentado mayores crecimientos en los últimos años, tal y como se aprecia en el Gráfico 10.

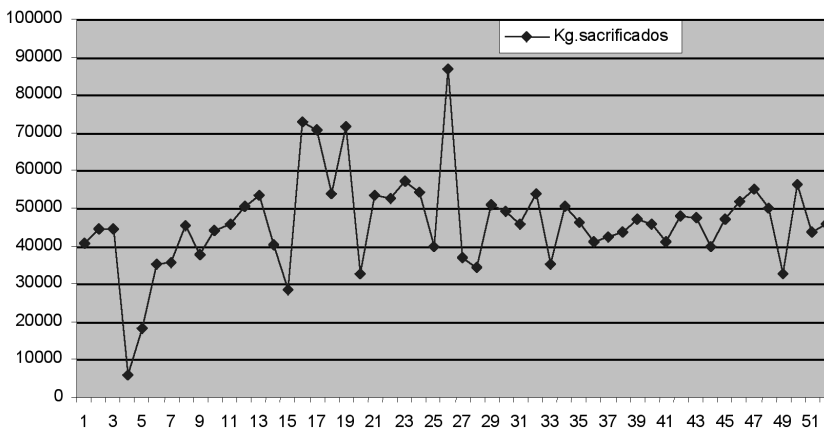
GRÁFICO 10
KILOS COMERCIALIZADOS DE IGP TERNERA DE NAVARRA



Fuente: Instituto de Calidad Agroalimentaria de Navarra.

La razón que explica este auge puede ser la crisis alimentaria. En Navarra el primer caso de Encefalopatía Espongiforme Bovina apareció a principios del 2001 (ver Gráfico 11). La repercusión que tuvo en el consumo de IGP Ternera de Navarra fue inminente: la última semana de enero del 2001 descendió el número de kilogramos sacrificados en un 85%, pero sólo tardó en recuperarse dos semanas, poniéndose de manifiesto la plena confianza de los consumidores navarros en la diferenciación del producto a través de la etiqueta Ternera de Navarra, (Barrena et al., 2003). Sin embargo, en España el consumo de ternera sin el apoyo de una IGP descendió del 2000 al 2001 un 17% y en el 2002 aún no se habían alcanzado las cuotas de antes de la crisis según el M.A.P.A.

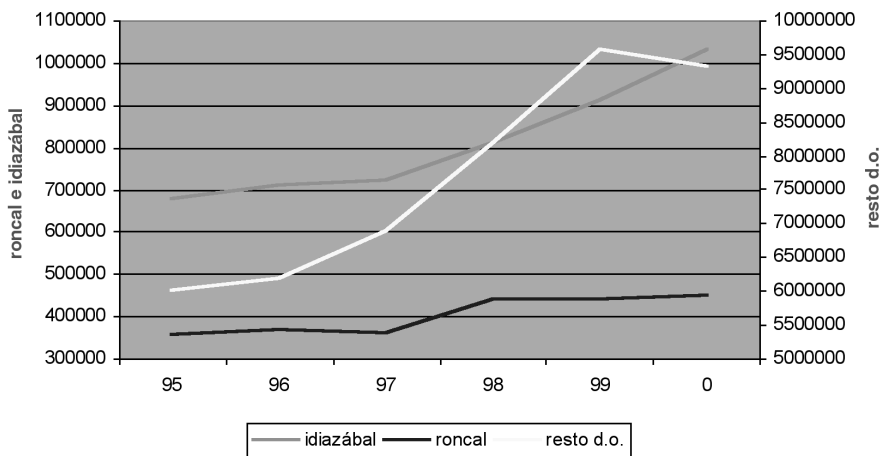
GRÁFICO 11
KILOS SACRIFICADOS SEMANALMENTE AÑO 2001



Fuente: Instituto de Calidad Agroalimentaria de Navarra.

En España hay 16 quesos que se encuentran actualmente amparados por Denominaciones de Origen. El mercado español consume alrededor de 10,7 millones de kilos de queso con Denominación de Origen, mientras que algo más de 2,2 millones de kilos se comercializa en el exterior. Alrededor de la mitad de esa cantidad se vende en otros países miembros de la Unión Europea. El principal mercado extranjero para los quesos españoles es el de Estados Unidos, seguido por los de Alemania, Francia y Suiza. El queso Idiazábal representa el 8% de la comercialización total de quesos con Denominación de Origen teniendo por delante el queso Manchego (47%), el de Mahón (16,5%) y el de Tetilla (13,3%), y a bastante distancia se sitúa la comercialización del queso de Roncal (2,9%). En el Gráfico 12 se observa que todas las Denominaciones de Origen del queso mantienen una tendencia alcista en cuanto al consumo de kilogramos consumidos en España dado que el consumo del 95 al 2000 ha aumentado en un 54%, mientras que el consumo de queso en España sin denominación de origen sólo ha experimentado un aumento del 9%.

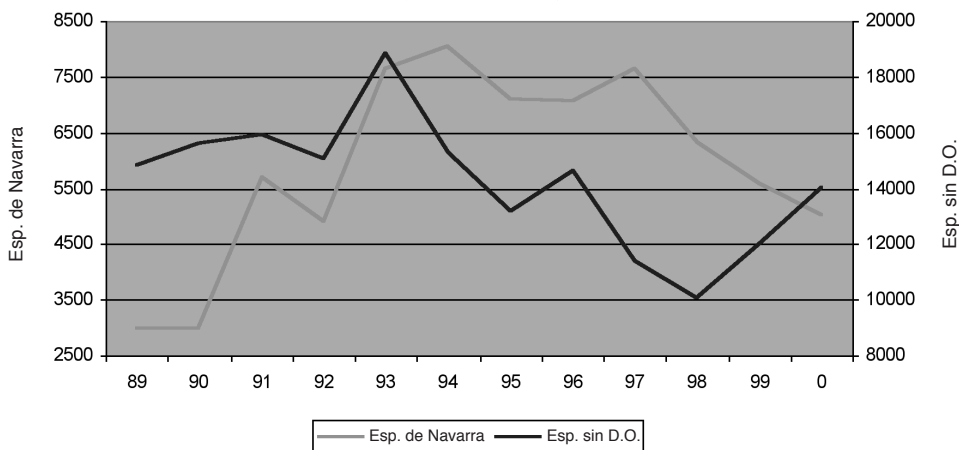
GRÁFICO 12
EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE QUESO IDIAZÁBAL
Y QUESO DE RONCAL (KG)



Fuente: M.A.P.A.

En lo que respecta a los productos vegetales amparados por diferentes denominaciones de calidad, existe en la actualidad una amplia oferta. En España tenemos cinco hortalizas protegidas, tres de las cuales se producen en Navarra (Espárrago de Navarra, Pimiento del piquillo de Lodosa y Alcachofa de Tudela). De las cinco hortalizas protegidas la más importante es el Espárrago de Navarra, que representa el 79,4% de la cifra global de negocio, seguida de los pimientos de piquillo (16,9%). La evolución de los Espárragos de Navarra muestra una tendencia alcista, aunque a partir de 1998 comienza a disminuir su consumo (ver Gráfico 13), debido a que en el 97 comienza a comercializarse en España otra denominación de origen en esa categoría de producto, el Espárrago de Huétor Tajar. Sigue la tendencia contraria el consumo de espárragos sin denominación de origen en España aunque se esté recuperando a partir del 97, probablemente por el aumento de las importaciones de espárragos procedentes de la China y Perú, dado que su producción supone un coste significativamente menor, que repercute en un menor precio de mercado.

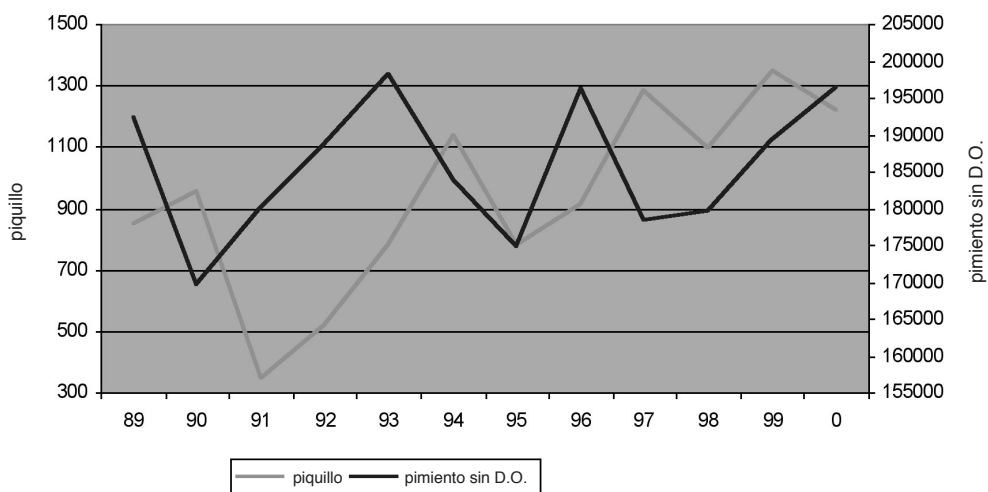
GRÁFICO 13
EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE ESPÁRRAGOS DE NAVARRA
(TONELADAS)



Fuente: M.A.P.A.

El consumo de pimientos del piquillo de Lodosa muestra una tendencia alcista en el mercado nacional al igual que el consumo de pimientos sin denominación de origen (ver Gráfico 14) pero mientras los primeros han incrementado en 10 años alrededor de un 43%, los segundos sólo en un 2,18%.

GRÁFICO 14
EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN PIMIENTOS DEL PIQUILLO DE LODOSA
(TONELADAS)



Fuente: M.A.P.A.

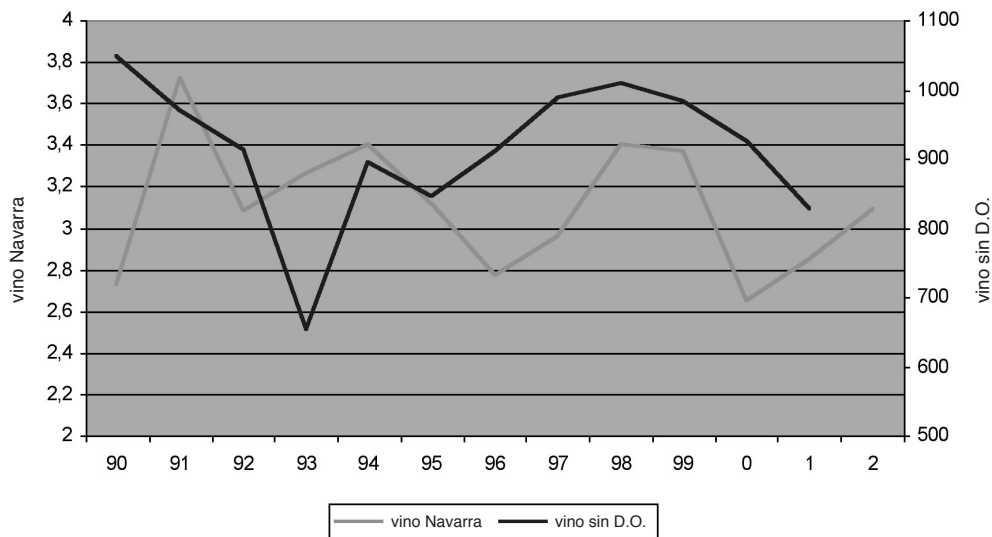
Nos es imposible mostrar una evolución sobre las alcachofas de Tudela ya que la Denominación de Origen fue registrada en el año 2001.

Finalmente, en cuanto a las Denominaciones de Origen, los vinos forman el grupo más importante dentro de todos los productos amparados por este tipo de figuras de defensa y promoción de la calidad. España fue pionera en la definición de las Denominaciones de Origen, pues ya en 1932, con el Estatuto del Vino, se definieron parámetros de calidad para delimitar áreas de producción específicas, en lo que constituye un claro antecedente del sistema que está en vigor hoy en día. Actualmente, como hemos comentado anteriormente, España cuenta con 56 Denominaciones de Origen. Todas las comunidades autónomas, con excepción de Asturias y Cantabria, poseen al menos una Denominación de Origen. La Denominación de Origen con mayor superficie inscrita es la de La Mancha, con el 30% del total. A continuación aparecen las de Rioja (9%), Utiel-Requena y Jumilla (6% en cada caso), Valdepeñas (5%), Penedés (4%), Valencia (3%) y Navarra (2%).

En España, el Rioja es el vino de calidad más consumido, con el 22,3% del total. A continuación se sitúan el cava (12,2%), los vinos de La Mancha (8,8%), los de Valdepeñas (7,1%), Penedés (4,3%), Navarra (4,2%), Tarragona (3,9%), Ribera del Duero (3,2%) y Terra Alta (2,8%).

Según la estadística elaborada por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen "Navarra", el total del vino comercializado con Denominación de Origen "Navarra" en el mercado interior en el 2002 ha llegado a la cifra de 30.880.989 litros de vino, lo que supone un ascenso del 8,21% con respecto al 2001. Se consolidan las ventas en el mercado nacional en detrimento de vinos sin denominación de origen (ver Gráfico 15).

GRÁFICO 15
EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN VINO DE ORIGEN NAVARRA
(MILLONES DE LITROS)



Fuente: Consejo Regulador Denominación de Origen Navarra y M.A.P.A.

El estudio de mercado realizado por la consultoría AC Nielsen pone de manifiesto que el área dónde mayores son las ventas de vino Denominación de Origen Navarra corresponde a la zona Norte-Centro, compuesta por: País Vasco, Burgos, La Rioja, Navarra, Palencia y Santander. A nivel internacional, los países que mejor han introducido el vino Denominación de Origen Navarra son: Alemania, Dinamarca, Holanda, Reino Unido y Suecia.

Estos análisis ponen de manifiesto que las denominaciones de origen están en auge al reflejarse un descenso a nivel nacional en el consumo de productos como la ternera, el queso y el vino pero el consumo en esos mismos productos que cuentan con una denominación de origen aumenta a buen ritmo.

Además de la preocupación por la salud y la calidad, el consumidor de hoy en día también va ha estar caracterizado por una mayor preocupación por el deterioro medioambiental. Estas inquietudes por una alimentación sana y una protección del medio ambiente, sobre todo en momentos de crisis alimentarias, donde comienzan a cuestionarse los modelos productivos de carácter intensivo, son las causantes del crecimiento de la agricultura ecológica. El desarrollo de la agricultura ecológica en España comenzó a finales de los 80, y desde entonces, mantiene una fuerte tendencia alcista, que afecta a los operadores del sector y a la superficie inscrita. En una década (1991-2001), la superficie inscrita ha pasado de 4.235 a 485.140 hectáreas. En el mismo período, los operadores de agricultura ecológica (productores y elaboradores) han pasado de 396 a 16.576 (Hechos y cifras del sector agroalimentario y del medio rural español, 2002). Sin embargo, el consumo de productos provenientes de este sistema agrario es residual en España y más del 80% de la producción se destina a la exportación (El diario del consumidor, 2003).

En Navarra, según los datos elaborados por el Consejo de la Producción agraria Ecológica de Navarra (CPAEN), en 1991 tan sólo había 6 operadores de agricultura ecológica, en 2001 esta cifra ascendió a 673. También es espectacular el aumento de la superficie cultivada, pasando de las 21 hectáreas en 1991 a las 13.899 hectáreas en 2001 y a las 21.419 hectáreas en 2002, siendo estos dos últimos años cuando ha experimentado el mayor “boom”, gracias a las ayudas de la Comunidad Económica Europea.

Navarra representa un 3,9% del total de superficie inscrita en los registros de agricultura ecológica en España. Según (Villanueva, 2003), Navarra tiene una cultura ecológica que se aproxima rápidamente a la de países centroeuropeos, con mayor tradición medioambiental. Pero a Navarra le ocurre exactamente lo mismo que al resto de España, la mayor parte de la producción se tiene que exportar al resto de países europeos. Según (Macías, 2003), el consumo de productos ecológicos en Navarra no llega al 1% del total y manifiesta como principales causas el elevado coste de producción y la dispersión de establecimientos donde conseguir alimentos ecológicos. Ha sido imposible realizar una evolución del consumo de productos ecológicos en Navarra, porque no hay datos disponibles fiables, al venderse estos productos en pequeñas tiendas especializadas que carecen de control informático.

Se puede concluir que la mayor preocupación por el cuidado del cuerpo y de la salud, así como por el medio ambiente, en los consumidores ha sido determinante en la evolución de los productos con Denominación de Origen e Indicación Geográfica Protegida y productos ecológicos.

V. CONCLUSIONES

Se han detectado tres tipologías de consumo alimentario diferenciado en el territorio español, definidas en base a los propios hábitos de consumo de cada zona, reflejo de su climatología e influencias. Éstas son, por una parte, Noreste, Levante y Andalucía y por otra Norte, Noroeste y Castilla-León, donde queda incluida Navarra, mientras que Canarias muestra hábitos de consumo singulares.

Sin olvidar estas peculiaridades propias de cada zona de España, se observa una desviación con respecto a la dieta Mediterránea modelo, pudiendo englobarse ésta, dentro de la tendencia a la homogeneización en el comportamiento alimentario europeo propiciado por el libre mercado. Es decir, consumimos menos frutas y hortalizas frescas, menos legumbre, menos vino, que en la dieta mediterránea y hemos aumentado la ingesta de productos más ricos en grasas como la repostería industrial y los platos preparados.

A su vez, el escepticismo generado en el consumidor, debido a sucesivas crisis alimentarias, especialmente en el comercio de carnes, y al creciente interés por hábitos de vida saludables, a derivado en un aumento de la exigencia de la calidad del producto, fomentando así tanto la agricultura ecológica, aún minoritaria a nivel de consumo nacional, como las denominaciones de origen.

Reflejo de estas tendencias hacia la diferenciación del producto, cabe resaltar en Navarra el aumento tanto de la superficie inscrita como de los operadores del sector de la agricultura ecológica, y la clara tendencia alcista de la IGP Ternera de Navarra y de la DOP Espárrago de Navarra, fiel reflejo de la plena confianza depositada por los consumidores navarros en la diferenciación del producto.

BIBLIOGRAFÍA

- A. C. NIELSEN (años 1994-2001): *Anuario Evolución*.
- ANDERSON, E.; HAIR, F.; TATHAM, L.; BLACK, C. (1999): *Análisis Multivariante*, Prentice Hall.
- BARRENA, R.; SÁNCHEZ, M.; GIL, J. M.; GRACIA, A.; RIVERA, L. M. (2003): *“La Certificación como estrategia para la recuperación de la confianza del consumidor en la adquisición de la carne de ternera”*, Economía Agraria y Recursos Naturales, Vol. 3, nº 1.
- CONSEJO REGULADOR DENOMINACIÓN DE ORIGEN NAVARRA, *Informe 2002*.
- DÍAZ MÉNDEZ, CECILIA; GÓMEZ BENITO, CRISTÓBAL (2001): *“Del consumo alimentario a la sociología de la alimentación”*, Distribución y Consumo nº 60, pp. 5-23.
- DÍAZ YUBERO, ISMAEL (2002): *“Nuestra dieta. Composición y futuro”*, Distribución y Consumo, nº 61, pp. 75-91.
- El diario del Consumidor 2003*, en www.consumer.es.
- Encuesta Mundial de Valores del 2000*, en www.euromadi.es/pagines/revista31.
- FARRE ROVIRA, R.; FRASQUET PONS, I. (2000): *“Dieta Mediterránea. Realidad histórica y evolución actual hacia un modelo de alimentación racional”*, Distribución y Consumo, nº 50, pp. 9-20.

- FERNÁNDEZ MARTA; GONZÁLEZ MANUEL (2000): “*Indicadores de calidad en el sector de carne fresca: ¿Marcas privadas versus marcas geográficas?*” en www.acede.f2i.org.
- GRANDE ESTEBAN, ILDEFONSO; ABASCAL FERNÁNDEZ, ELENA (2001): “*Fundamentos y Técnicas de Investigación Comercial*”, ESIC.
- ICAN (2002): “*Memoria de actividades*”, Instituto de Calidad Agroalimentaria de Navarra.
- INC (2000): “*Las Tendencias del Consumo y del Consumidor en el Siglo XXI*”, en www.consumo-inc.es/estudios.
- LANGREO NAVARRO, ALICIA (2002): “*Consumo de frutas y hortalizas en la Unión Europea*”, Distribución y Consumo, nº 63, pp. 24-35.
- M.A.P.A. (2001): “*La Alimentación en España 2000*”, Secretaría General Técnica del Ministerio del Agricultura, Pesca y Alimentación, Madrid.
- M.A.P.A. (2002): “*Hechos y cifras del sector agroalimentario y del medio rural español*”, Secretaría General Técnica del Ministerio del Agricultura, Pesca y Alimentación, Madrid.
- MACÍAS, JESÚS (2003): “*Una empresa de Zurucuáin idea un sistema que abarata el consumo ecológico*”, Diario de Navarra, 20 de junio.
- SAINZ, HÉCTOR (2002): “*Alimentos y bebidas con Denominaciones de Origen y distintivos de calidad*”, Distribución y Consumo nº 64, pp. 58-73.
- VILLANUEVA, NATALIA (2003): “*Agricultura Ecológica, un mercado en alza*”, Diario de Noticias nº 2615, 7 de septiembre.