



## La estratificación social de las prácticas de alimentación sostenible

Carla Altenburger, Institut Agro Montpellier, UMR Innovation y UMR IRISSO, París, Francia

### PUNTOS CLAVE

- Las prácticas alimentarias sostenibles, entendidas aquí como la compra de productos certificados bío, de comercio justo o de un determinado origen geográfico, dividen a la población francesa entre consumidores y no consumidores de este tipo de bienes.
- El conjunto de los consumidores encuestados puede categorizarse en cuatro perfiles tipo cuya comparación demuestra que las prácticas alimentarias sostenibles están fuertemente estructuradas por el estatus social, el nivel académico, la situación profesional y el sexo.
- Por el contrario, ante características sociodemográficas similares, el nivel de ingresos no influye sobre la compra de productos certificados (bío o de comercio justo), pero sí favorece la consideración del origen geográfico.

**A**nte el auge actual que viven la alimentación sostenible y el desarrollo de políticas públicas para promoverla, resulta pertinente analizar las desigualdades sociales que estructuran este consumo y sus factores determinantes. Las primeras pistas aparecen en estudios sobre consumidores de circuitos cortos y de productos ecológicos (Loisel *et al.*, 2014; Agence Bio, 2021), así como en trabajos sobre las prácticas que se llevan a cabo en los hogares para proteger el medioambiente (Ginsburger, 2020). Sin embargo, no tenemos constancia de ninguna investigación que ofrezca una visión global sobre la estructuración social de las prácticas de alimentación sostenible. Este artículo aporta resultados iniciales para arrojar luz sobre este tema partiendo de un análisis innovador de los datos de la encuesta *Styles de vie et environnement* [Estilos de vida y medioambiente] (SVEN).

**Ninguna investigación ofrece una visión global sobre la estructuración social de las prácticas de alimentación sostenible.**

### Prácticas alimentarias sostenibles convergentes y divergentes

Las prácticas alimentarias sostenibles contempladas en la encuesta SVEC corresponden a la compra de productos certificados bío, de comercio justo o de un determinado origen geográfico<sup>1</sup>: El 51% de los individuos encuestados declara tener en cuenta la etiqueta de bío en sus compras, el 43% la etiqueta de comercio justo y el 66% el origen geográfico de los productos. Además, se detecta una cierta convergencia en la adopción de estas prácticas sostenibles, en la medida en que la mayoría de los individuos que tienen en cuenta la certificación de bío en sus compras también buscan la de comercio justo o se fijan en el origen geográfico de los productos, y viceversa. De los individuos

1. En el cuestionario, las preguntas relativas a los criterios de compra se plantean así: "Por regla general, en su casa,   se toman en cuenta los siguientes criterios a la hora de comprar productos alimentarios: la certificación bío / la certificación de comercio justo / el origen geográfico?"

que compran productos con etiqueta bío, el 72% consume también productos de comercio justo y el 86% tiene en cuenta su origen geográfico. Por último, el 58% de los participantes que tienen en cuenta la procedencia de los productos alimentarios compra también productos de comercio justo (Figura 1).

Más específicamente, el conjunto de consumidores se puede repartir en cuatro perfiles tipo de los que se desprenden dos grupos de consumidores de alimentación sostenible y otras dos categorías que reúnen a aquellos individuos que no se decantan por estas prácticas de consumo.

### Dos perfiles bien diferenciados de consumidores de alimentación sostenible...

Entre los encuestados que adoptan prácticas alimentarias sostenibles, el análisis detecta dos perfiles tipo (Tabla 1).

#### Los "consumidores urbanos, acomodados y titulados"

Representan el 14% del total y se caracterizan por

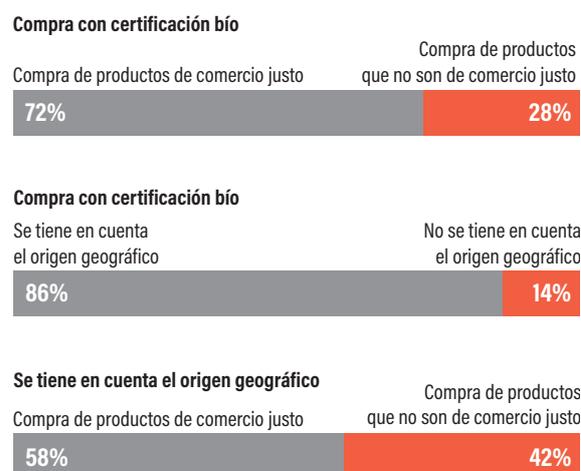
## METODOLOGÍA

Los datos de la encuesta *Styles de vie et environnement* (SVEN) han sido elaborados por el Centro de Datos Sociopolíticos (CDSP - Sciences Po/CNRS [Centro Nacional de Investigaciones Científicas])<sup>1</sup> en el marco del Estudio longitudinal por Internet para las ciencias sociales (ELIPSS, por sus siglas en francés), un panel en línea representativo de la población de entre 18 y 79 años residente en la Francia metropolitana. Los miembros del panel han sido seleccionados aleatoriamente y su misión es responder a encuestas mensuales, para lo cual, se pone a su disposición una tablet con suscripción a Internet móvil. La muestra está compuesta por 2362 individuos.

Partiendo de diez variables activas que caracterizan las prácticas y los lugares de compras alimentarias de los individuos y ocho variables socioeconómicas adicionales (categoría socioprofesional, titulación, sexo, situación laboral, tamaño de la unidad familiar, lugar de residencia, nivel de ingresos y situación financiera), el estudio desarrolla un análisis de correspondencias múltiples (ACM) y una clasificación ascendente jerárquica (CAJ). Como complemento, se han ejecutado también tres modelos de regresión logística ordinaria en los que las modalidades de interés son las tres prácticas alimentarias sostenibles (compra de productos bío, de comercio justo o de un determinado origen geográfico) y las variables explicativas, las características socioeconómicas enunciadas anteriormente. La situación financiera es el único factor que se ha eliminado, debido a su fuerte correlación con los ingresos. El análisis se ha realizado sobre una muestra ponderada.

1. Los datos del panel ELIPSS han sido elaborados en el marco de la infraestructura de excelencia DIME-SHS, financiada con una ayuda pública concedida por la Agencia Nacional de Investigación en relación con el programa Inversiones de futuro, con referencia ANR-10-EQPX-19-01. La encuesta anual permite recopilar y actualizar datos demográficos y socioeconómicos. Más información sobre el panel ELIPSS en: <http://quanti.dime-shs.sciences-po.fr>

**Figura 1. Vínculos entre las diferentes prácticas alimentarias sostenibles**



Fuente: Panel ELIPSS, Encuesta *Style de vie et environnement* (SVEN) de 2017 - CDSP (productor y divulgador), (Ivalo D. Petev, 2017).

prestar mucha atención a las certificaciones bío (el 81%) y de comercio justo (el 67%), así como al origen geográfico de los productos alimentarios que adquieren (el 89%). El 45% de los individuos de este grupo visitan entre una y dos veces por semana establecimientos de productores locales, tiendas ecológicas o AMAP [asociaciones para el mantenimiento de la agricultura campesina], el 47% se abastecen en mercados una o dos veces a la semana y el 50% compran en tiendas especializadas (panaderías, carnicerías, queserías y fruterías) al menos dos veces por semana. Son consumidores que, además, frecuentan relativamente poco los supermercados: el 34% los visita menos de una vez a la semana. En este perfil abundan los individuos de niveles socioprofesionales (NSP) superiores, en su mayoría titulados y con un nivel económico alto. Viven mayoritariamente solos o en pareja (el 68%) y el 17% residen en el área urbana de París.

#### El grupo de "mujeres y jubilados"

El grupo compuesto por mujeres y jubilados constituye el perfil más importante de consumidores de alimentación sostenible (en conjunto, representan el 36% de la muestra), con un consumo aún más elevado que los "altos cargos urbanos y titulados" de productos bío (un 84%), de comercio justo (el 74%) y locales (el 92%). En este perfil tipo el 59% son mujeres y el 28% personas jubiladas. De estas variables se desprende también la cuestión del tiempo disponible y de la evolución de las prácticas alimentarias a lo largo de la vida (Barrey *et al.*, 2016). Contrariamente al primer perfil, el nivel de recursos económicos disponibles no es una variable distintiva, aunque el precio de los productos adquiridos sí sea un criterio importante. Estos individuos frecuentan igualmente las tiendas de productores, las tiendas ecológicas o las AMAP

**Tabla 1. Características principales de los cuatro perfiles de consumidores**

"Urbanos, acomodados y titulados" (14%)			"Mujeres y jubilados" (36%)		"Excluidos" (34%)		"Indiferentes" (16%)	
Categoría socioprofesional	Altos cargos y profesiones liberales	37%			Asalariados	18%		
	Artesanos, comerciantes y empresarios	9%						
Titulación	Grado universitario o superior	33%			Sin titulación	8%	Sin titulación	9%
					Formación profesional	11%		
					Bachillerato tecnológico / profesional	14%		
Situación laboral			Jubilados	28%	En activo	62%	Desempleados	9%
Sexo			Mujeres	59%	Hombres	53%		
Nivel de ingresos	4000 € / 6000 €	25%			1000 € / 1200 €	4%		
	6000 € o más	16%						
Recursos financieros	Llega a fin de mes	38%	Llega a fin de mes	33%	No llega a fin de mes sin deudas	6%	Llega a fin de mes con dificultades	21%
	Más bien acomodado	24%						
	Muy acomodado	4%						
Tamaño de la unidad familiar	1 persona	36%			4 personas	20%	6 personas o más	4%
	2 personas	32%						
Lugar de residencia	Área urbana de París	17%	Área urbana de 100 000 / 199 000 habitantes	8%	Municipio rural	30%	Área urbana de París	16%

Fuente: Panel ELIPSS, Encuesta *Style de vie et environnement* (SVEN) de 2017 - CDSP (productor y divulgador), (Ivalo D. Petev, 2017) Interpretación: el 37% de los consumidores urbanos, acomodados y titulados son altos cargos o desarrollan profesiones liberales.

Nota: las celdas que aparecen en gris corresponden a características no distintivas del perfil tipo.

entre una y dos veces por semana (el 39%), así como los mercados de alimentos (el 50%), pero también acuden al supermercado una vez por semana. Por último, este perfil se diferencia del primero en el recurso a una alimentación gratuita y autoproducida (el 69%), factor que puede determinar el presupuesto alimentario.

### ... con características socioeconómicas distintas del resto de perfiles de consumidores

Entre los encuestados que declaran no consumir productos sostenibles se pueden distinguir también dos perfiles. La comparación de sus rasgos socioeconómicos con el de los perfiles descritos anteriormente pone de manifiesto la importancia de los determinantes sociales de este tipo de consumo (Tabla 1).

#### Los "excluidos"

Este perfil tipo representa al 34% de los individuos que no aplican criterios de sostenibilidad a la hora de realizar sus compras alimentarias: el 90% no toma en consideración la etiqueta bío, el 92% no se fija en la de comercio justo y el 61% no tiene en cuenta el

origen geográfico de los productos. La mayoría optan preferentemente por el supermercado: el 75% lo visita una vez a la semana. A partir de la comparación de los rasgos de este perfil con el de los consumidores de alimentación sostenible, es posible observar cómo influyen en esta dinámica la posición en la estructura social y el nivel académico. De hecho, la proporción de trabajadores es considerable (18%), así como el volumen de individuos con bajo nivel de estudios. Además, se trata mayoritariamente de hombres (el 53%) en activo (el 62%), lo que confirma el papel que desempeñan el sexo y el momento vital en la adopción de prácticas alimentarias sostenibles. Una parte de estos consumidores presenta una situación financiera comprometida: el 4% gana entre 1000 y 1200 euros al mes, y el 6% declara que no llega a fin de mes sin deudas. Finalmente, suelen vivir en hogares compuestos por un número mayor de miembros y principalmente en municipios rurales (el 30%).

#### Los "indiferentes"

Para terminar, el 16% de los individuos no presentan características distintivas respecto a su consumo de productos sostenibles. Un grupo que podríamos clasificar como "indiferentes". Todos los miembros de

este grupo se abastecen en supermercados y la mitad de ellos, además, compra en tiendas especializadas de una a dos veces por semana. Desde el punto de vista sociológico, se caracterizan por un nivel de estudios más bajo y hay una mayor proporción de personas desempleadas que en el resto de perfiles. Su situación económica es difícil (el 21% declara que “llega a fin de mes con dificultades” financieras). También suelen formar parte de familias numerosas y, en una proporción similar a la del primer perfil tipo, el 16% reside en el área urbana de París.

### Una clara influencia de los ingresos, variable en función de la práctica

De la tipología que acabamos de describir se desprende claramente que la adopción de prácticas alimentarias sostenibles depende en parte del nivel de ingresos. Sin embargo, un análisis manteniendo el resto de factores iguales permite concretar el efecto neto de los ingresos sobre este tipo de prácticas en comparación con otros

factores sociodemográficos (categoría socioprofesional, titulación, sexo, situación laboral, tamaño de la unidad familiar y lugar de residencia). Así, el análisis muestra que dicho efecto varía de una práctica a otra.

Contrariamente a lo que podríamos suponer, una diferencia de ingresos entre individuos socialmente comparables no tiene un efecto significativo en el consumo de productos de comercio justo o bío. Sólo los individuos que ganan más de 6000 € al mes tendrían, de forma significativa y manteniendo el resto de factores iguales, más posibilidades de consumir productos bío que las personas que ganan menos de 1200 € mensuales. Por el contrario, el ingreso influye favorablemente en la consideración del origen geográfico de los productos adquiridos. A características sociodemográficas equivalentes, los individuos que ganan entre 2000 € y 6000 € al mes prestan mucha más atención a la procedencia de los productos alimentarios que las personas con ingresos mensuales por debajo de los 1200 €. ■

## CONCLUSIONES

El análisis de los datos de la encuesta SVEN confirma las desigualdades sociales que estructuran el consumo de alimentos sostenibles y pone de manifiesto los factores determinantes de dicho consumo. Las conclusiones permiten afirmar la existencia de una relación entre las características sociodemográficas y las prácticas alimentarias sostenibles, así como matizar el efecto de los ingresos sobre la adopción de este tipo de prácticas. Así, la falta de recursos económicos o el precio más elevado de los productos sostenibles no serían los únicos obstáculos a su compra, sino que existirían también otros condicionantes de orden social. Por lo tanto, las políticas públicas para mejorar la accesibilidad económica a la alimentación sostenible podrían resultar insuficientes para garantizar su acceso por parte del conjunto de la sociedad. Una encuesta cualitativa sobre las prácticas y los lugares de compra de alimentación sostenible permitiría especificar cuáles son los obstáculos sociales que pueden comprometer el acceso a dicha alimentación e identificar las políticas públicas necesarias para eliminarlos.

### Referencias

- Agence Bio, 2021. *Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France*. París: Spirit Insight y Agence Bio, 123 p.
- Barrey S., Dubuisson-Quellier S., Gojard S., Plessz M., 2016. Les effets du gouvernement sur les conduites : Le rôle des bifurcations des trajectoires de vie dans les changements de conduite de consommation. En: Dubuisson-Quellier S. (eds.). *Gouverner les conduites*. París: Presses de Sciences Po, p. 193-228.
- Ginsburger M., 2020. De la norme à la pratique écocitoyenne : position sociale, contraintes matérielles et diversité des rapports à l'écocitoyenneté. *Revue française de sociologie*, 61(1), p. 43-78.
- Ivalo D. Petev, Yoann Demoli, equipo de SVEN, equipo de ELIPSS [autores], Styles de vie et environnement (2017) [documento electrónico], Fondation nationale des sciences politiques (FNSP) [productor], Centre de données socio-politiques (CDSP) [divulgador], Versión 1.
- Loisel J.-P., François M., Chiffolleau Y., Hérault-Fournier C., Sirieix L., Costa S., 2014. *La consommation alimentaire en circuits courts : enquête nationale*. París: Gret, 50 p.

### Autora

Carla Altenburger, Institut Agro Montpellier, UMR Innovation y UMR IRISSO, París, Francia.