

# Actitud y confianza de los españoles ante la alimentación

ISABEL GARCÍA ESPEJO Y AMPARO NOVO VÁZQUEZ\*

## RESUMEN

La complejidad de la cadena alimentaria ha traído como consecuencia la aparición de nuevos riesgos, de tal forma que la confianza del consumidor se ha visto alterada de manera más o menos cíclica por los acontecimientos de contaminación que se han ido produciendo a nivel global. Este artículo trata sobre la confianza de la población española en temas de seguridad y riesgo alimentario, sus actitudes hacia los diferentes agentes implicados en la cadena agroalimentaria, y su posible intervención en determinadas formas de acción social relacionadas con la alimentación. Para examinar estas cuestiones se ha utilizado la Encuesta de Hábitos Alimentarios, Seguridad e Innovación Alimentaria (2012). Los resultados sugieren que el entorno alimentario de España ofrece garantías a los ciudadanos a la hora de realizar sus compras. Pese a no participar activamente en la discusión de cuestiones relativas al consumo, los españoles muestran interés ante los problemas derivados de la seguridad alimentaria.

## 1. INTRODUCCIÓN

En la década de los ochenta aumentó la preocupación por la seguridad de los alimentos debido a las sucesivas alarmas en torno a productos de origen animal. Este fue el motivo por el que la política alimentaria europea dio un giro

\* Universidad de Oviedo, Departamento de Sociología (igarcia@uniovi.es; anovo@uniovi.es).

consistente en cambios que no solo afectaron al sector de producción de alimentos, sino también al marco jurídico y reglamentario, a las autoridades públicas encargadas del control y a las directrices científicas en aspectos relacionados con la regulación de la seguridad (Halkier y Holm, 2006). En este contexto, actores sociales implicados en cuestiones alimentarias fueron animados a participar en las estrategias para la solución de los problemas surgidos. Así, la nueva política de la Unión Europea ilustró el cambio en la gestión, desde un enfoque "dirigista" hacia un enfoque más normativo (Majone, 1999). A este hecho ha contribuido de manera significativa la labor realizada por científicos y expertos sanitarios, aumentando la credibilidad y aceptación de las normas internacionales (*Codex Alimentarius*) respaldadas por órganos internacionales independientes encargados de la evaluación de riesgos. Se puede afirmar que las instituciones supranacionales se han comprometido para que productores, organismos de control de alimentos y el comercio internacional aúnen esfuerzos para salvaguardar la salud de la ciudadanía a nivel global y, en su caso, restaurar la confianza de los consumidores (FAO/OMS, 2006).

Sin duda, la progresiva complejidad tecnológica del sector alimentario ha generado un aumento de la incertidumbre y de la percepción de riesgo entre la población en relación al consumo. Para amortiguar estos efectos se necesita incrementar la confianza. La profusa evidencia empírica da cuenta de que la confianza en las instituciones está estrechamente correlacionada con la percepción y aceptabilidad de los diferentes riesgos (Freudenburg, 1993; Jungermann,

Pfister y Fischer, 1996; Siegrist *et al.*, 2000). De este modo, cuando los riesgos son inciertos, la confianza en los productores de alimentos y en los organismos reguladores es esencial. De ahí que exista una creciente presión política para que los controles se incrementen como mecanismo de apoyo a la confianza del consumidor en la seguridad del suministro de alimentos (Henson y Caswell, 1999).

La percepción y las actitudes ante los riesgos alimentarios dependen de factores sociales y del contexto de consumo en el que aquellos se producen (Callejo, 2005; Cáceres, 2002). Sobre este punto, la disminución de las interacciones personales en la vida cotidiana puede haber incidido en que la gente deposite más su confianza en las instituciones (Henson y Caswell, 1999). Así, para algunos consumidores, el Estado es el referente principal de confianza; sin embargo, otros otorgan al mercado este papel (Berg *et al.*, 2005). Los ciudadanos que depositan su confianza en el Estado pertenecen a países cuyos gobiernos están muy implicados en la regulación del sistema agroalimentario (Sonderskov y Daugbjerg, 2010). A este respecto se pueden observar divergencias internacionales importantes en cuanto a la confianza de los consumidores, el grado de información por parte de las instancias públicas o la garantía de las leyes de protección del consumidor. Como puso de manifiesto el Eurobarómetro 354 (2010) sobre riesgos relacionados con la alimentación, las iniciativas normativas de la UE se han percibido y manejado de manera muy diferente en los Estados miembros de la Unión Europea.

Si nos remitimos al caso español, que es el objeto de este trabajo, la confianza y seguridad de los españoles muestran perfiles propios acerca de lo que entienden por confianza, riesgo y seguridad (Eurobarometer, 2010). Tanto los factores sociales ligados al consumidor como el papel de las instituciones cuando afrontan los problemas alimentarios influyen en la respuesta de la población ante las crisis alimentarias. Pero aun cuando existan agencias supranacionales que indican cómo afrontar las crisis, las aplicaciones de las normas han creado contextos de consumo alimentario diferenciados sobre los que se asientan las respuestas de los ciudadanos de un determinado territorio (Kjaernes, Harvey y Warde, 2013).

En este artículo se analiza la confianza del ciudadano en lo que come, y su grado de afectación respecto a los diferentes agentes implicados

en la cadena agroalimentaria. Este es un asunto decisivo para comprender cómo pueden variar los hábitos de consumo y hasta qué punto los consumidores pueden llegar a movilizarse ante los temas relacionados con la alimentación. A su vez, estas preguntas llevan a plantear la cuestión de si en la actualidad estamos ante una ciudadanía apática y poco participativa cuando hablamos del consumo alimentario. El análisis que aquí se presenta se basa en los datos de la Encuesta de Hábitos Alimentarios, Seguridad e Innovación 2012 (ENHALI-2012), realizada a una muestra de 1.500 personas en todo el territorio español entre febrero y agosto de 2012 (Díaz-Méndez, 2013).

Este artículo se estructura en tres partes: la primera expone la confianza de los españoles en la alimentación y en los actores del sector agroalimentario; las actitudes y comportamientos adoptados por los españoles ante una situación de riesgo alimentario se analizan en la segunda, mientras que la última sección, previa a las conclusiones, aborda la participación ciudadana en cuestiones relativas a la seguridad alimentaria.

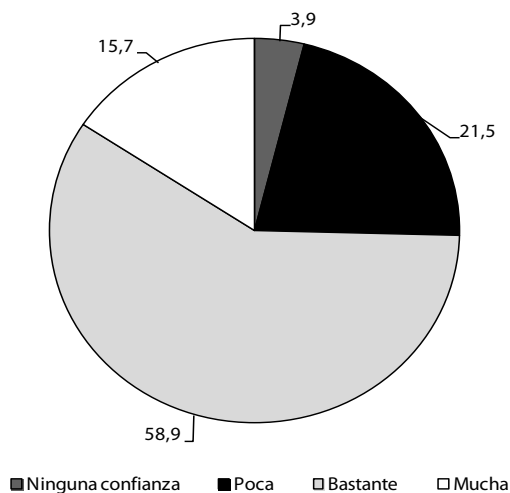
## 2. LA CONFIANZA DE LOS ESPAÑOLES EN LA ALIMENTACIÓN Y EN LOS ACTORES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

La confianza tiene un importante papel en la configuración de las actitudes y los comportamientos sociales de la población ante situaciones de riesgo. Según el Eurobarómetro 2010, en Europa destacan tres países con una relativa mayoría de consumidores desconfiados: Bulgaria (64 por ciento), Grecia (57 por ciento) y Rumanía (47 por ciento). En el otro extremo se sitúan los consumidores de Holanda, Suecia, Reino Unido, Dinamarca, Eslovenia, Finlandia, Bélgica, Irlanda y Luxemburgo (rango de confianza entre el 83 por ciento y el 95 por ciento).

De acuerdo con los datos de ENHALI-2012, los españoles confían en el entorno alimentario dentro del cual toman sus decisiones de consumo: para tres cuartas partes de la población, los productos que se venden no implican riesgo para su salud (confían mucho o bastante en los alimentos que compran), mientras que una de cada cuatro personas manifiesta algo de escepticismo ante los productos que ofrece el mercado (gráfico 1).

GRÁFICO 1

### CONFIANZA EN LOS ALIMENTOS QUE COMPRA (PORCENTAJE)



*Pregunta:* “¿Podría decirme, hablando en general, hasta qué punto tiene usted ninguna, poca, bastante o mucha confianza, en que los alimentos que compramos sean sanos y no impliquen riesgo para nuestra salud?”.

*Fuente:* ENHALI-2012.

Pero ¿cuáles son las características individuales que se asocian a una mayor o menor confianza en la alimentación? Para dar respuesta a esta pregunta, se ha elaborado un modelo de regresión logística ordinal en el que la variable dependiente adopta los valores “1” (ninguna confianza), “2” (poca confianza), “3” (bastante confianza) y “4” (mucha confianza). Las variables independientes sociodemográficas son: sexo, edad, tamaño del lugar de residencia, tipo de hogar, nivel de estudios y situación laboral. Junto a estas variables se ha incorporado la variable que mide el grado de implicación en la preparación de la comida. Los parámetros con signo positivo se asocian a una mayor confianza en la alimentación, mientras que los negativos indican una confianza menor.

Según los resultados obtenidos, son las personas mayores de 75 años (categoría residual) las que expresan una mayor confianza frente al resto de grupos de edad. También manifiestan una actitud más confiada las que tienen estudios de formación profesional y los estudiantes. Cabe señalar que las personas encargadas de la preparación de la comida son las que manifiestan una menor confianza en que los alimentos sean sanos

(cuadro 1). Esto muestra cómo la implicación en la alimentación cotidiana, a través de su preparación, da lugar a una actitud más crítica y reflexiva, y, por tanto, a una mayor preocupación sobre los problemas que trae consigo comer. La respuesta de las personas que cocinan denota una mayor responsabilidad de este colectivo. Teniendo en cuenta que alrededor de la mitad de la población se ocupa de la alimentación de la otra mitad, no es extraño que sea aquella mitad también la que responde con mayor preocupación ante los riesgos. Este resultado coincide con el de otros estudios que evidencian un aumento de los niveles de desconfianza entre aquellas personas que tienen que comprar y cocinar para los demás. Cuando uno vive solo, al perder la comida su sentido más social y adquirir un carácter más rutinario, la preocupación por la calidad de la comida deja de ser prioritaria (Callejo, 2005).

Además del análisis del grado de confianza general de la población en la seguridad de los alimentos, es interesante conocer la valoración que hacen los consumidores de los diversos establecimientos donde realizan su compra. Los valores oscilan entre “1” (nada seguro) a “4” (muy seguro).

CUADRO 1

**CONFIANZA EN LOS ALIMENTOS QUE SE COMPRAN  
(REGRESIÓN LOGÍSTICA ORDINAL)**

SEXO (Cat. residual: Mujer)	0,177
Edad (Cat. residual: Más de 75 años)	
De 18 a 30 años	-0,688**
De 31 a 40 años	-0,529*
De 41 a 55 años	-0,751***
De 56 a 65 años	-0,783***
De 66 a 75 años	-0,293
TAMAÑO HÁBITAT (Cat. residual: Más de 500.000)	
Hasta 10.000 habitantes	-0,178
De 10.001 a 100.000 habitantes	-0,428**
De 100.001 a 500.000 habitantes	-0,315
TIPO DE HOGAR (Cat. residual: Otros)	
Solo	0,289
Pareja/Cónyuge	-0,012
Pareja/Cónyuge con hijos	0,017
Con hijos	-0,445
Con padres	-0,318
Con padre o madre	0,044
Con amigos	-0,035
NIVEL DE ESTUDIOS (Cat. residual: Universitarios superiores)	
Menos de estudios primarios	0,357
EGB o ESO	0,344**
Bachiller, BUP, COU	0,043
FP	0,462**
Universitarios medios	-0,007
SITUACIÓN LABORAL (Cat. residual: Ama de casa)	
Trabaja	0,193
Parado	0,116
Estudiante	0,684**
Jubilado	0,064
RESPONSABILIDAD COCINAR (Cat. residual: Otras personas)	
Responsable de todo o la mayoría	-0,335**
Responsable de más o menos la mitad	-0,573**
Responsable de menos de la mitad	0,377
Número de casos:	1.504

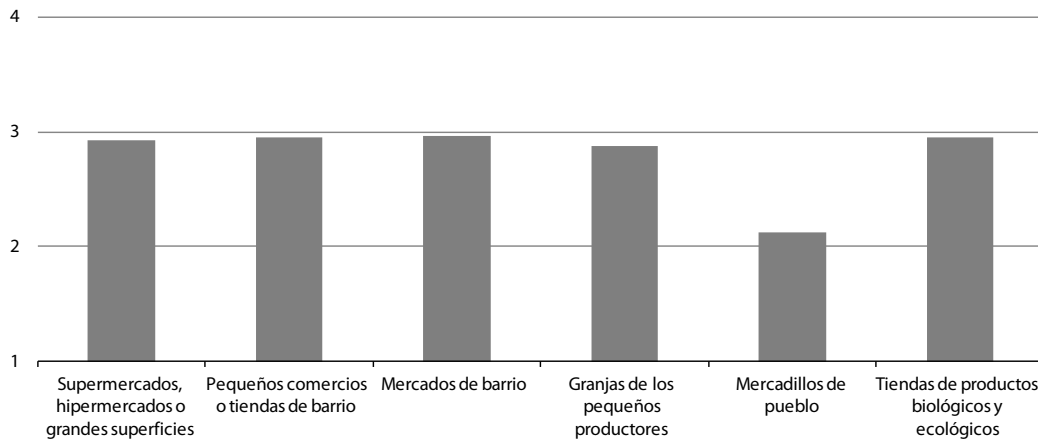
\* $p < 0,1000$  \*\* $p < 0,0500$  \*\*\* $p < 0,0100$

*Pregunta:* "¿Podría decirme, hablando en general, hasta qué punto tiene Ud. ninguna, poca, bastante o mucha confianza, en que los alimentos que compramos sean sanos y no impliquen riesgo para nuestra salud?".

*Fuente:* ENHALI-2012.

GRÁFICO 2

GRADO DE SEGURIDAD DE LOS ALIMENTOS VENDIDOS EN ESTABLECIMIENTOS  
(ESCALA 1 [NADA SEGURO] - 4 [MUY SEGURO])



*Pregunta:* "Valore el grado de seguridad de los alimentos que venden en los siguientes establecimientos comerciales según sean para usted nada seguros, algo seguros, bastante seguros o muy seguros".

*Fuente:* ENHALI-2012.

Si se observan las medias obtenidas, los entrevistados valoran de manera bastante positiva los establecimientos en los que compran, y confían en su seguridad. Tanto los supermercados e hipermercados como el pequeño comercio o los mercados de barrio son considerados por la mayoría de la población bastante seguros, con un valor medio cercano a 3. Solo obtienen una valoración inferior los mercadillos callejeros o de pueblo, que son considerados poco seguros. Los productos que se pueden adquirir en estos puestos de venta son percibidos con mayor desconfianza, dado que una parte importante de su elaboración y producción se encuentra al margen del control y de las normas de seguridad alimentaria. Esta mercancía, además, es susceptible de sufrir alteraciones por causas biológicas o ambientales debidas a la manipulación, sin que el consumidor tenga la garantía de que los alimentos ofrecidos estén libres de contaminaciones o de aditivos potencialmente peligrosos para la salud (gráfico 2).

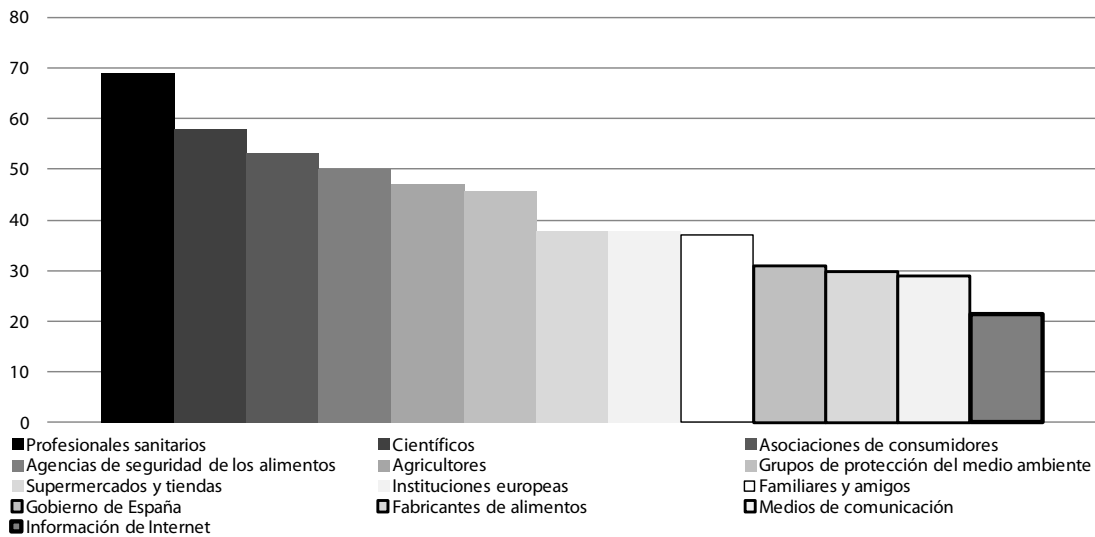
La percepción del riesgo también varía en función del contexto de consumo y de las instituciones en las que se confía. De este modo, se puede decir que el comportamiento o las res-

puestas sociales de los consumidores respecto a la confianza alimentaria no están determinados en exclusividad por los factores sociodemográficos individuales; es necesario conocer cómo el entorno institucional de la sociedad influye en una mayor tranquilidad de la población. El conjunto de actores sociales implicados en la seguridad alimentaria y en la defensa de los consumidores ha cobrado relevancia y protagonismo ante los riesgos alimentarios, sobre todo en la década de los noventa (Cáceres, 2002).

A este respecto, es preciso señalar que los estudios realizados sobre confianza y riesgo vislumbran la creciente desconfianza de los consumidores en las instituciones tradicionales implicadas en el sistema agroalimentario, y también un cambio de tendencia en la fiabilidad que otorgan a otras organizaciones (Berg *et al.*, 2005; Sonderskov y Daugbjerg, 2010). Según el Eurobarómetro 354 (2010), la proporción de ciudadanos que no se sienten protegidos por las leyes de protección del consumidor es alta en Bulgaria (81 por ciento), Grecia (74 por ciento), Rumania (63 por ciento), Portugal (59 por ciento) y España (50 por ciento). También son estos los países donde los ciudadanos, en tanto consumidores, no se sienten bien infor-

GRÁFICO 3

GRADO DE CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES ANTE RIESGO ALIMENTARIO  
(PORCENTAJE ACUMULADO DE RESPUESTAS “MUCHA CONFIANZA” Y “BASTANTE CONFIANZA”)



Pregunta: “Suponga que se entera de un peligro alimentario grave como, por ejemplo, el de las vacas locas. ¿Qué grado de confianza tendría en las siguientes personas o instituciones para informarse sobre este riesgo? ¿Ninguna confianza, alguna confianza, bastante confianza o mucha confianza?”.

Fuente: ENHALI-2012.

mados como consumidores, a pesar de que en la actualidad el impacto de la cobertura de los medios de comunicación es global.

La Encuesta de Hábitos Alimentarios, Seguridad e Innovación (2012) pone de relieve la pérdida de peso simbólico de los actores del sector agroalimentario tradicionales, como los gobiernos, y la mejor valoración de otros actores, como las asociaciones de consumidores. La opinión de los españoles es clara. El gobierno está entre las instituciones que genera mayor desconfianza ante situaciones de riesgo alimentario (gráfico 3). Pero tampoco se confía en los familiares, que no parecen satisfacer la necesidad de referencias solventes cuando se afronta una situación de inseguridad, ni en los fabricantes de alimentos. Los medios de comunicación e Internet todavía generan menos confianza, a tenor de los datos de esta encuesta. Por el contrario, los profesionales sanitarios, los científicos y las asociaciones de consumidores suscitan la mayor confianza a los españoles. Esta mayor confianza en los profesionales y expertos constituye precisamente una de las características de las sociedades modernas (Giddens, 1995).

Ante escenarios de mucha incertidumbre o de alarma, el consumidor busca seguridad en especialistas, autoridades y personas competentes en la materia. Cabe destacar asimismo la elevada confianza en las agencias de seguridad alimentaria, que, aun siendo unos órganos institucionales ligados al gobierno, ofrecen garantías a la ciudadanía. Todo parece indicar que las instituciones que podríamos denominar “especializadas”, aquellas cuyos objetivos son la defensa de los intereses de los consumidores, adquieren protagonismo como referentes de confianza, mientras que las que tienen otros objetivos prioritarios van perdiendo peso.

En general, la imagen que se desprende de los datos presenta a unos consumidores que, ante un problema de riesgo alimentario, se fían principalmente de la comunidad médica y científica, lo que indica una mayor proximidad al mundo profesional y experto que al mundo político. Al primero no se le atribuyen intereses particulares, algo que se da por supuesto en el caso de los segundos. Por otro lado, la difusión del papel de las asociaciones de consumidores, concretamente de sus evaluaciones, su seguimiento y acción en torno al sector alimentario, ha favore-

cido que los consumidores las vean como agentes capaces de hacer frente a las crisis con mayor solvencia que los actores políticos tradicionales.

### 3. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS ADOPTADOS POR LOS ESPAÑOLES ANTE UNA SITUACIÓN DE RIESGO ALIMENTARIO

Todo lo anterior pone en evidencia el papel central que la confianza juega en la construcción social del riesgo. Si bien no elimina necesariamente el sentido del riesgo, de consecuencias impredecibles, es una herramienta importante en su mitigación (Heimer, 2001). Visto su vínculo, no es de extrañar que los estudios de sociología de la alimentación publicados durante la última década analicen la confianza en relación con el riesgo (Berg, 2004; Hansen *et al.*, 2003; Siegrist *et al.*, 2000).

En el análisis de las actitudes y reacciones de los ciudadanos respecto a la seguridad alimentaria hay que diferenciar las situaciones de tranquilidad, en las que la inocuidad de los alimentos no se pone en entredicho, de aquellas que suponen un riesgo. Sobre este punto, los españoles

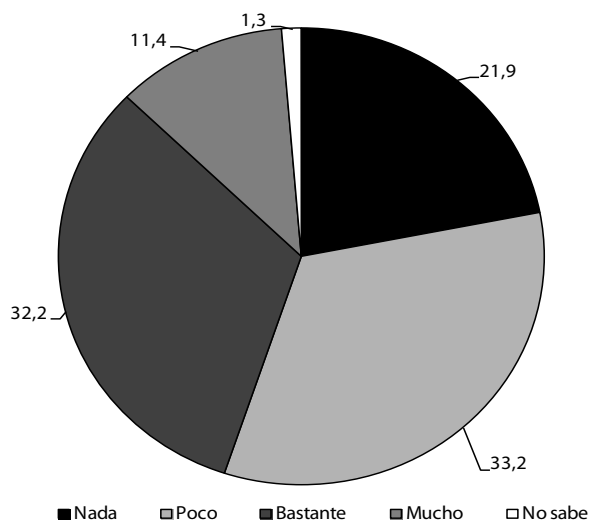
mantienen una posición muy dividida ante la amenaza de un problema de contaminación alimentaria. Algo más de la mitad de la población (55 por ciento) reconoce estar tranquila a este respecto, frente a un 44 por ciento que expresa temor ante tal eventualidad (gráfico 4).

En el análisis del riesgo alimentario es importante conocer las diferencias en los perfiles de la población más preocupada y más tranquila, con el fin de precisar qué factores sociodemográficos influyen en estas posiciones tan nítidamente distintas. Para ello se ha realizado de nuevo un modelo de regresión logística ordinal cuya variable dependiente es el grado de percepción de riesgo alimentario, con los valores "1" (nada preocupado), "2" (poco preocupado), "3" (bastante preocupado) y "4" (muy preocupado). Las variables independientes incorporadas al modelo son las mismas utilizadas en el análisis de la confianza (sexo, edad, tamaño del lugar de residencia, tipo de hogar, nivel de estudios, situación laboral y grado de responsabilidad en la preparación de alimentos).

Según los resultados obtenidos, las personas más intranquilas son las de edades inferiores a 75 años, especialmente aquellas que cuentan entre 41 y 65 años, y las que viven en poblacio-

GRÁFICO 4

PREOCUPACIÓN ANTE LA POSIBILIDAD DE CONTAMINACIÓN ALIMENTARIA (PORCENTAJE)



Pregunta: "¿Está usted nada preocupado, poco, bastante o muy preocupado ante la posibilidad de verse afectado por la contaminación de los alimentos que perjudique la salud?".

Fuente: ENHALI-2012.



## CUADRO 2

**PREOCUPACIÓN ANTE EL RIESGO POR CONTAMINACIÓN ALIMENTARIA  
(REGRESIÓN LOGÍSTICA ORDINAL)**

SEXO (Cat. residual: Mujer)	-0,034
EDAD (Cat. residual: Más de 75 años)	
De 18 a 30 años	0,785***
De 31 a 40 años	0,887***
De 41 a 55 años	0,900***
De 56 a 65 años	0,816***
De 66 a 75 años	0,494**
TAMAÑO HÁBITAT (Cat. residual: Más de 500.000)	
Hasta 10.000	0,315*
De 10.001 a 100.000 habitantes	0,337**
De 100.001 a 500.000 habitantes	-0,050
TIPO DE HOGAR (Cat. residual: Otros)	
Solo	0,309
Pareja/Cónyuge	-0,305
Pareja/Cónyuge con hijos	0,030
Con hijos	0,258
Con padres	-0,278
Con padre o madre	-0,221
Con amigos	-0,400
NIVEL DE ESTUDIOS (Cat. residual: Universitarios superiores)	
Menos de estudios primarios	-0,203
EGB o ESO	0,077
Bachiller, BUP, COU	-0,004
FP	-0,277
Universitarios medios	0,150
SITUACIÓN LABORAL (Cat. residual: Ama de casa)	
Trabaja	0,186
Parado	0,104
Estudiante	-0,382
Jubilado	0,138
RESPONSABILIDAD COCINAR (Cat. residual: Otras personas)	
Responsable de todo o la mayoría	0,677***
Responsable de más o menos la mitad	0,644***
Responsable de menos de la mitad	0,444**
Número de casos:	1.504

\*p< 0,1000 \*\*p< 0,0500 \*\*\*p< 0,0100

*Pregunta:* "¿Está usted nada preocupado, poco, bastante o muy preocupado ante la posibilidad de verse afectado por la contaminación de alimentos que perjudique su salud?".

*Fuente:* ENHALI-2012.



nes de tamaño medio (hasta 10.000, y de 10.001 a 100.000 habitantes). La responsabilidad en la preparación de alimentos constituye una variable muy significativa: cuanto mayor es la responsabilidad en la gestión alimentaria del hogar, mayor es también la percepción del riesgo alimentario (cuadro 2). Como se puede ver, quienes manifiestan una menor confianza en la alimentación coinciden con quienes expresan una mayor preocupación ante el riesgo de contaminación alimentaria. De esta forma, las personas encargadas de la alimentación del hogar son las más preocupadas. No significa esto que las demás tengan una actitud indiferente, más bien delegan la responsabilidad en estos miembros del hogar.

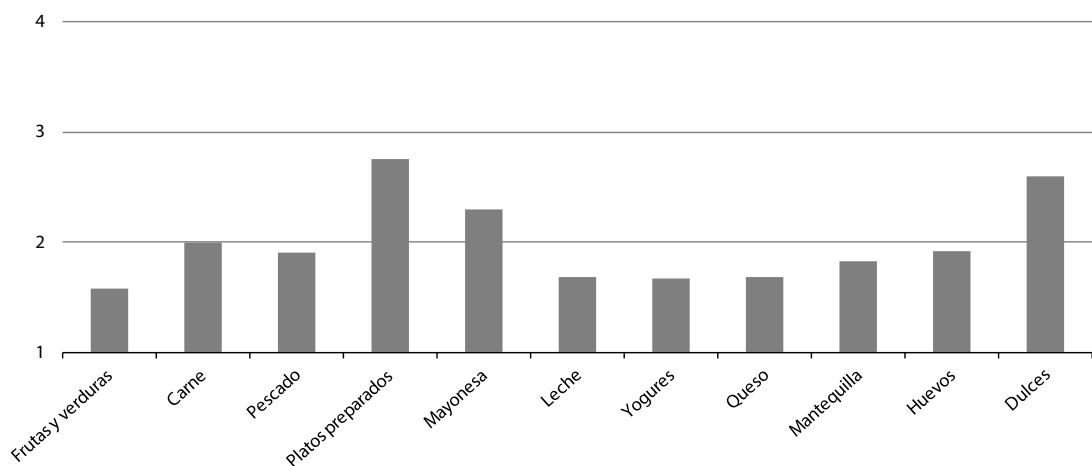
Además de la percepción del riesgo general, también es interesante concretar cuáles son aquellos alimentos que la población considera susceptibles de entrañar algún tipo de riesgo. Los alimentos sujetos a la evaluación de los encuestados han sido los siguientes: fruta/verdura, carne, pescado, platos preparados, mayonesa, leche, yogures, queso, mantequilla, huevos y dulces. Los valores van de "1" (ningún riesgo) a "4" (mucho riesgo). Tal como se observa en el gráfico 5, donde figuran las medias de las puntuaciones otorgadas por los entrevistados, los

alimentos que generan una mayor percepción de riesgo son los productos preparados y los dulces. Les siguen, en orden descendente, la mayonesa, los huevos, el pescado, la mantequilla, la leche, el queso, los yogures y las frutas y verduras.

Pero ¿qué hace la población cuando se enter de un riesgo para la salud asociado a un alimento? Ante esta situación, el 45 por ciento confiesa ignorarlo, y no cambia sus hábitos alimentarios, mientras que el 42 por ciento afirma haber evitado ese alimento por un tiempo. Solo un 8 por ciento se muestra contundente y cambia su comportamiento (cuadro 3). Comparando estos resultados con los publicados por el Eurobarómetro especial sobre riesgos relacionados con los alimentos de 2010, se aprecia que los europeos, en su conjunto, han evitado temporalmente el alimento en cuestión en menor medida que los españoles (la media europea se sitúa en el 31 por ciento, once puntos por debajo de la cifra española); pero también la media de quienes ignoraron el riesgo y no cambiaron sus hábitos es más baja en el conjunto de la Unión Europea que en España: 29 por ciento frente al 45 por ciento. Más significativa es, si cabe, la diferencia en la categoría de las personas que, ante el conocimiento de un riesgo, no cambian de com-

GRÁFICO 5

#### VALORACIÓN DEL RIESGO DE LOS ALIMENTOS (ESCALA 1 [NINGÚN RIESGO]-4 [MUCHO RIESGO])



*Pregunta:* "Pensando en su propia salud, por favor, señale el grado de riesgo que para usted tiene cada uno de estos alimentos: ningún riesgo, poco, bastante y mucho riesgo".

*Fuente:* ENHALI-2012.

CUADRO 3

**REACCIÓN ANTE RIESGO ALIMENTARIO  
(PORCENTAJE DE CASOS AFIRMATIVOS)**

Ha evitado el alimento durante cierto tiempo	42,3
Lo ignoró y no cambió de hábitos	45,3
Cambió sus hábitos	8,1
Otra reacción	1,1
No hizo nada	3,2
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Pregunta:* Dígame cómo reaccionó la última vez que escuchó, vio o leyó algo sobre algún tipo de alimento malo para la salud".  
*Fuente:* ENHALI-2012.

portamiento: la media europea (24 por ciento) es ocho veces superior a la española (3 por ciento).

Por tanto, en general, se puede decir que una parte importante de la población se muestra despreocupada ante situaciones de riesgo que puedan afectar a su alimentación cotidiana y parece "delegar la inquietud" en los responsables de la preparación de los alimentos. Los menos confiados son los que tienen un contacto directo con lo que se come, bien a través de la preparación, bien a través de la compra. Quizá el contacto directo con los alimentos procure una experiencia inmediata de su vulnerabilidad

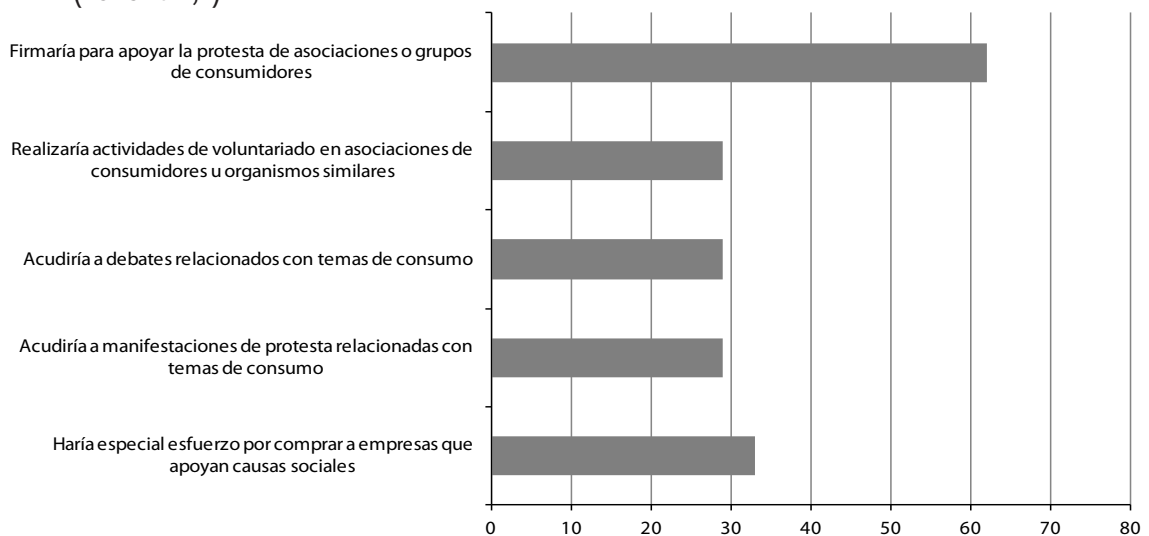
y de la escasa capacidad de control individual del riesgo alimentario, provocando la mayor desconfianza de estas personas.

**4. PARTICIPACIÓN CIUDADANA  
EN CUESTIONES RELATIVAS  
A LA SEGURIDAD ALIMENTARIA**

Hasta ahora se han descrito y analizado las actitudes de los españoles que afectan a su esfera

GRÁFICO 6

**PARTICIPACIÓN SOCIAL RELACIONADA CON LA ALIMENTACIÓN  
(PORCENTAJE)**



*Pregunta:* "Indíquenos si está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones".  
*Fuente:* ENHALI-2012.

individual. Pero también es relevante conocer si estos ciudadanos, progresivamente más escépticos respecto a las instituciones políticas, estarían dispuestos a movilizarse por asuntos ligados a la alimentación. Las respuestas muestran una sociedad con una mayor tendencia a participar de forma individual que colectiva (gráfico 6).

Por ejemplo, tres de cada cinco personas apoyarían con su firma una protesta de grupos

o asociaciones de consumidores, mientras que menos de tres de cada diez criticarían colectivamente, a través de su participación en manifestaciones, cuestiones relacionadas con el consumo. La edad es una variable significativa, pues a medida que esta aumenta, disminuye la disposición declarada a firmar protestas o manifestarse, así como también a participar en otras acciones colectivas, como las de acudir a un debate o participar como voluntario o voluntaria en asocia-

CUADRO 4

**PARTICIPACIÓN SOCIAL RELACIONADA CON LA ALIMENTACIÓN, SEGÚN SEXO, EDAD, SITUACIÓN LABORAL Y NIVEL EDUCATIVO (PORCENTAJES DE CASOS AFIRMATIVOS)**

	Haría especial esfuerzo por comprar a empresas que apoyan causas sociales	Acudiría a manifestaciones de protesta relacionadas con temas de consumo	Acudiría a debates relacionados con temas de consumo	Realizaría actividades de voluntariado en asociaciones de consumidores u organismos similares	Firmaría para apoyar la protesta de asociaciones o grupos de consumidores
<b>SEXO</b>					
Varón	28,0	33,3	32,1	29,8	64,1
Mujer	36,3	26,4	26,8	27,9	59,9
<b>EDAD</b>					
18 a 30 años	29,1	39,8	35,2	34,5	74,7
31 a 40 años	33,5	36,2	33,0	32,4	70,3
41 a 55 años	38,6	35,4	34,9	34,0	66,7
56 a 65 años	39,3	29,5	31,3	32,0	65,1
66 a 75 años	32,3	12,4	18,9	19,9	49,3
Más de 75 años	11,6	4,8	4,1	3,4	22,4
<b>SITUACIÓN LABORAL</b>					
Trabaja	35,2	37,1	37,1	34,5	70,2
Parado	30,7	42,7	36,2	33,7	72,9
Estudiante	30,7	33,3	32,5	36,0	76,3
Jubilado	28,8	16,3	18,1	19,5	45,6
Ama de casa	36,9	19,7	21,1	23,3	52,3
<b>NIVEL EDUCATIVO</b>					
No primarios	12,3	9,1	9,7	9,1	27,3
EGB o ESO	37,4	26,8	27,3	28,6	61,3
Bachiller, BUP, COU	35,7	30,0	27,9	31,8	67,5
FP	34,9	34,9	33,1	37,3	72,8
Universitarios medios	36,1	33,7	35,6	32,2	63,9
Universitarios superiores	32,1	35,1	34,7	28,6	65,9

Pregunta: "Indíquenos si está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones".

Fuente: ENHALI-2012.

ciones de consumidores u organismos similares. Aun así, una de cada tres personas se muestra de acuerdo con comprar en empresas que apoyan causas sociales; un porcentaje nada desdeñable que sugiere que en torno a una tercera parte de la población es sensible a cuestiones relativas a la responsabilidad social de las empresas agroalimentarias. Suscriben esta opinión con mayor frecuencia las mujeres que los hombres. Como pauta general, se observa que todas estas actividades están muy condicionadas por la edad: cuanto mayor es esta, menor es la implicación. Asimismo también se aprecian variaciones significativas según el nivel de estudios; a mayor nivel educativo, mayor participación en actividades relacionadas con la seguridad alimentaria (cuadro 4).

Para conocer con mayor profundidad la responsabilidad de los españoles ante el consumo se ha querido saber si han experimentado problemas concretos con algún producto durante los dos últimos años. Han sido pocos los que se han encontrado en esta situación, solo un 11 por ciento. A medida que aumenta la edad, la experiencia de problemas en la compra disminuye, y a medida que se incrementa el nivel de

estudios, crece el número de personas que dicen haber tenido alguna complicación (cuadro 5).

Ante las diferentes alternativas de reclamación existentes, las personas afectadas han optado mayoritariamente por hacerlo verbalmente en el propio establecimiento (64 por ciento) (gráfico 7). No obstante, resulta significativo que uno de cada tres consumidores que se han visto en esta situación haya optado por no hacer nada. En definitiva, a pesar de las opciones disponibles para reclamar, una buena parte de la población española prefiere no hacerlo. Y, cuando han tomado la decisión de actuar, la opción mayoritaria ha consistido en reclamar verbalmente en el propio establecimiento.

Otra forma de medir la responsabilidad ante el consumo es preguntar si se leen o no las etiquetas de los productos. En caso afirmativo cabe hablar de consumidores activos; en caso negativo, de consumidores pasivos. El etiquetado de los productos está sujeto a la normativa europea con el objetivo de informar y proteger, en definitiva, garantizar a los consumidores, sobre todo, su salud, pero también sus intereses. De ahí que en las etiquetas se especifique tanto la compo-

CUADRO 5

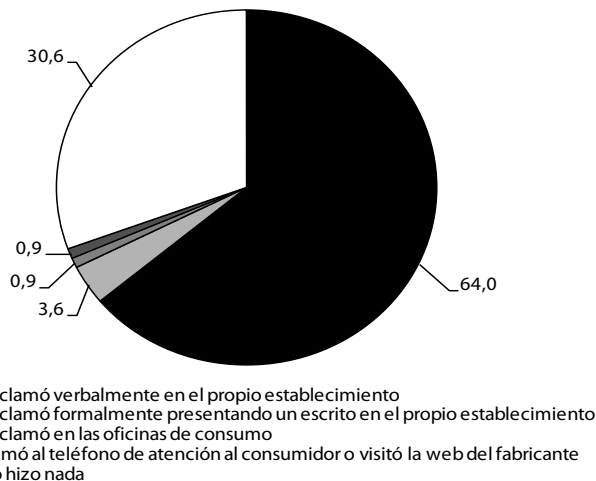
**EXPERIENCIA DE PROBLEMAS EN LA COMPRA DE ALGÚN PRODUCTO ALIMENTARIO EN LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS, SEGÚN EDAD Y NIVEL EDUCATIVO (PORCENTAJE DE CASOS AFIRMATIVOS)**

EDAD	
De 18 a 30 años	19,0
De 31 a 40 años	17,9
De 41 a 55 años	11,2
De 56 a 65 años	8,7
De 66 a 75 años	6,3
Más de 75 años	1,1
NIVEL EDUCATIVO	
No primarios	3,1
EGB o ESO	6,1
Bachiller, BUP, COU	12,0
FP	12,9
Universitarios medios	15,9
Universitarios superiores	15,3

Pregunta: "¿Ha tenido algún problema con la compra de productos alimentarios en los últimos dos años?"  
Fuente: ENHALI-2012.

GRÁFICO 7

### REACCIÓN ANTE PROBLEMAS EN LA COMPRA DE ALGÚN ALIMENTO (PORCENTAJE)



*Pregunta:* “¿Hizo usted algo al respecto de lo que le menciono a continuación?” (pregunta formulada a quienes contestaron que habían experimentado algún problema con la compra de productos alimentarios en los últimos dos años).

*Fuente:* ENHALI-2012.

sición o la procedencia del producto, como las características peculiares que sirven de información para aquellas personas que precisen de un conocimiento específico para su salud o su estilo

de vida. A este respecto, la encuesta indagó en la información que los consumidores leen en las etiquetas de los productos que compran por primera vez (cuadro 6).

CUADRO 6

### INFORMACIÓN QUE SE LEE EN LAS ETIQUETAS DE LOS PRODUCTOS ALIMENTARIOS (PORCENTAJE ACUMULADO DE RESPUESTAS “HABITUALMENTE” Y “SIEMPRE”)

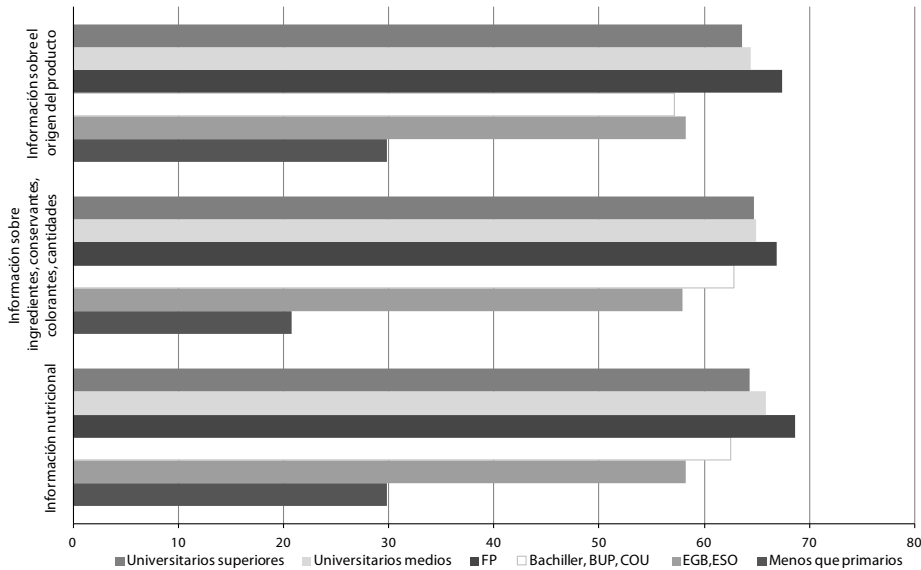
Información nutricional	59,4
Información sobre ingredientes, conservantes, colorantes	59,3
Información sobre calorías y grasas	60,1
Apto para vegetarianos	26,4
Apto para alérgicos	31,0
Información sobre productos modificados genéticamente	31,9
Información sobre el origen del producto	58,1
Información sobre propiedades añadidas	50,7
Información sobre el bienestar animal	30,7
Instrucciones de preparación	51,9

*Pregunta:* “En productos de alimentación que compra por primera vez ¿con qué frecuencia lee la siguiente información en las etiquetas: nunca, casi nunca, habitualmente o siempre?”.

*Fuente:* ENHALI-2012.

GRÁFICO 8

INFORMACIÓN QUE SE LEE EN LAS ETIQUETAS, SEGÚN NIVEL EDUCATIVO (PORCENTAJE ACUMULADO DE RESPUESTAS “HABITUALMENTE” Y “SIEMPRE”)



Pregunta: “En productos de alimentación que compra por primera vez, ¿con qué frecuencia lee la siguiente información en las etiquetas: nunca, casi nunca, habitualmente o siempre?”.

Fuente: ENHALI-2012.

Parece lógico pensar que se lea poco la información para vegetarianos y alérgicos, por tratarse de grupos de personas minoritarios, pero en un nivel similar se encuentra la información acerca del bienestar de los animales (de los que proceden los alimentos) o acerca de los productos modificados genéticamente. Estos dos aspectos han constituido, en los últimos años, motivo de reivindicación de los consumidores, a través de grupos organizados en defensa de los animales y contrarios a la generalización de los transgénicos en los alimentos y en la agricultura. Sin embargo, menos de un tercio de los consumidores se interesa por ambas cuestiones.

La población española muestra, en cambio, más interés por la información relativa a las propiedades del producto, tanto en sus aspectos nutricionales y de composición, como en los relativos al origen. La característica individual que más influye a la hora de buscar esta información es el nivel de estudios. De este modo, a medida que aumenta el nivel formativo de los consumidores, mayor interés manifiestan en consultar este tipo de información nutricional, composi-

ción u origen del producto (gráfico 8). Se podría decir que los españoles apuntan cierta tendencia al consumo sostenible, aunque en estos momentos sus intereses se centran más en aspectos directamente vinculados a la confianza del producto en términos de salud y calidad.

En resumen, por lo que hace a la participación ciudadana en cuestiones de seguridad alimentaria, constituyen una gran mayoría los españoles que estarían dispuestos a firmar iniciativas de apoyo a asociaciones o grupos de consumidores. Asimismo, reaccionan ante compras problemáticas de alimentos reclamando verbalmente y examinan las etiquetas con algún detalle, sobre todo si cuentan con un nivel educativo elevado. Ante la pregunta que se formulaba al inicio de este artículo sobre si los consumidores españoles son apáticos y poco participativos ante temas alimentarios o no, cabe afirmar que, si bien su participación social no es muy activa, no se muestran indiferentes ni faltos de compromiso. La comida se cuida, se piensa, y los consumidores responden con la compra.

## 5. CONCLUSIONES

En las últimas décadas, el conocimiento de crisis alimentarias que han provocado víctimas y se han extendido a varios países han funcionado como detonantes del aumento del interés y de la preocupación de los consumidores acerca de lo que comen. A partir de estas crisis, las acciones de los gobiernos y las agencias encargadas de velar por la seguridad alimentaria de la ciudadanía han extremado el control sobre lo que se produce y se vende, con el objetivo de crear un clima de confianza, tanto en los alimentos como en los establecimientos en los que se realizan las compras. Si a esto añadimos la escasa relevancia de problemas con los productos adquiridos, se puede afirmar que el contexto en el que se enmarcan las decisiones de adquisición de los alimentos es fiable para los consumidores.

Las personas implicadas directamente en la alimentación cotidiana (es decir, quienes compran y cocinan habitualmente) se muestran más preocupadas por la seguridad y los riesgos. Esto no significa que los demás mantengan una actitud indiferente, sino, más bien, que delegan la responsabilidad en estos miembros del hogar. Pero ante situaciones de riesgo, se recurre a instituciones en busca de seguridad. Curiosamente, más que los agentes vinculados al sector agroalimentario, contribuyen a generar confianza los profesionales del ámbito de la salud y de la ciencia, en cuya credibilidad se apoyan los ciudadanos buscando orientaciones de comportamiento en situaciones de inestabilidad o crisis. También aportan confianza los agentes especializados en la defensa de los consumidores, tanto las asociaciones que los protegen como las agencias de seguridad alimentaria, instituciones encargadas del control de la calidad y salubridad de los alimentos y los establecimientos en los que se ofrecen.

Ciertamente, los ciudadanos españoles no han actualizado una respuesta participativa fuerte en cuestiones relacionadas con la alimentación; aun así, parece existir un potencial de participación notable a la luz de las respuestas sobre lo que estarían dispuestos a hacer: una gran mayoría se imagina firmando iniciativas de protestas de asociaciones o grupos de consumidores, casi un tercio declara su inclinación a comprar en empresas que apoyen causas sociales, y una

proporción similar acudiría a manifestaciones de protesta o a debates, incluso realizaría actividades de voluntariado en asociaciones de consumidores u organismos similares.

En definitiva, los datos no dibujan un cuadro de falta de responsabilidad. Antes bien, sugieren, por un lado, que los españoles confían en el entorno alimentario en el que resuelven sus necesidades: en los alimentos y en los puntos de compra; por otro lado, indican que, ante situaciones específicas de riesgo, las afrontan con preocupación quienes tienen responsabilidades alimentarias, mientras que el resto parece delegar en ellas, no solo las decisiones, sino también la preocupación e inquietud. Además, los ciudadanos coinciden en identificar a los expertos, es decir quienes cuentan con los conocimientos científicos y técnicos sobre la alimentación, como los referentes de fiabilidad. Pueden parecer poco activos en sus conductas, pero no son indiferentes ante la gestión de la seguridad alimentaria y los problemas que puede generar.

## BIBLIOGRAFÍA

BERG, L. (2004), "Trust in food in the age of the mad cow disease: A comparative study of consumers' evaluation of food safety in Belgium, Britain and Norway", *Appetite*, 42: 21-32.

BERG, L.; KJAERNES, U.; GANSKAU, E.; MININA, V.; VOLTCHKOVA, L.; HALKIER, B. y L. HOM (2005), "Trust in food safety in Russia, Denmark and Norway", *European Societies*, 7(1): 103-129.

CÁCERES, J. (2002), "Riesgo alimentario y consumo", en: GRACIA ARNAIZ, M. I., *Somos lo que comemos. Estudios de alimentación y cultura en España*, Barcelona, Ariel: 317-348.

CALLEJO GALLEGO, J. (2005), "Seguridad alimentaria y confianza del consumidor", en: DÍAZ MÉNDEZ, C. (Coord.), *¿Cómo comemos? Cambios en los comportamientos alimentarios de los españoles*, Madrid, Fundamentos: 181-222.

DÍAZ-MÉNDEZ, C. (coord.) (2013), *Hábitos alimentarios de los españoles*, Madrid, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.



EUROBAROMETER (2010), *Special Eurobarometer 354. Food-related risks*, European Commission.

FAO/OMS (2006), *Análisis de riesgos relativos a la inocuidad de los alimentos. Guía para las autoridades nacionales de inocuidad de los alimentos*, Roma, FAO/OMS (<http://www.fao.org/docrep/010/a0822s/a0822s00.htm>).

FREUDENBURG, W. R (1993), "Risk and recreancy: Weber, the division of labor, and the rationality of risk perceptions", *Journal of Social Issues*, 71(4): 909-932.

GIDDENS, A. (1995), *Modernidad e identidad del yo*, Barcelona, Península.

HALKIER, B. y L. HOLM (2006), "Shifting responsibilities for food safety in Europe: An introduction", *Appetite*, 47(2): 127-133.

HANSEN, J.; HOLM, L.; FREWER, L.; ROBINSON, P. y P. SANDOE (2003), "Beyond the knowledge deficit: Recent research into lay and expert attitudes to food risks", *Appetite*, 41(2): 111-121.

HEIMER, C.A. (2001), "Solving the problem of trust" en: COOK, K.S. (ed.), *Trust in Society*, Nueva York, Russell Sage Foundation.

HENSON, S. y J. CASWELL (1999), "Food safety regulation: An overview of contemporary issues", *Food Policy*, 24: 589-603.

JUNGERMANN, H.; PFISTER, H.R. y K. FISCHER (1996), "Credibility, information preferences, and information interests", *Risk Analysis*, 16 (2): 251-261.

KJAERNES, H.; HARVEY, M. y A. WARDE (2013), *Trust in Food. A Comparative and Institutional Analysis*, Londres, Palgrave Macmillan.

MAJONE, G. (1999), "The regulatory state and its legitimacy problems", *West European Politics*, 22: 1-24.

SIEGRIST, M.; G.T. CVETKOVICH y C. ROTH (2000), "Salient value similarity, social trust, and risk/benefit perception", *Risk Analysis*, 20(3): 353-362.

SONDESKOV, K.M. y C. DAUGBJERG, C. (2010), "The state and consumer confidence in eco-labeling: Organic labeling in Denmark, Sweden, the United Kingdom and the United States", *Agriculture and Human Values*, 28: 507-517.