

Estudio sobre las actuales modalidades de consumo y producción sostenibles de agroalimentos, su impacto a nivel global y su relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Bergaglio J.P., Bergaglio O., Repetto H.A., Balducci I.N.

RESUMEN

El presente trabajo se circunscribió a abordar el nuevo paradigma de consumo y producción de alimentos en el mundo; y poder realizar un análisis de la tendencia a futuro y como esto influiría desde la producción, pasando por la industrialización y preparación, hasta llegar a la mesa de los consumidores. Todo lo que consumimos y producimos tiene una repercusión positiva o negativa en la economía, el medio ambiente y el desarrollo social. El uso de las modalidades de consumo y producción sostenibles aumenta la eficiencia y productividad, asegura que las actividades humanas se mantengan dentro de la capacidad de sustentación del planeta y se respetan los derechos de las generaciones futuras. El actual estudio de investigación, apunta a ser un favorecedor del trabajo conjunto con entes públicos-privados colaborando de esta manera en un proceso de mejora continua, no sólo en el aseguramiento del consumo y producción sostenible de alimentos sino también en el desarrollo de nuevas líneas trabajo que favorezcan el análisis de este nuevo paradigma y sus alcances. Logrando de esta manera establecer nuevas bases que sean de utilidad para todos aquellos actores involucrados en la toma de decisiones. Así también, se espera realizar un aporte sustantivo al nuevo paradigma de consumo y producción de alimentos en el mundo bajo la óptica de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Consolidando un camino de trabajo conjunto de las diferentes especialidades que conforman el mundo del consumo y producción de alimentos. Es importante señalar, que el actual estudio se planteó como una necesidad de adaptación y mejora continua de la producción de agroalimentos, por todos los integrantes del ambiente organizacional. Buscando establecer futuras líneas de trabajo que sirvan de puntapié para comenzar un proceso de mejora continua en lo toma de decisiones tanto públicas como privadas.

ABSTRACT

The present work has dealt with the new paradigm in food consumption and production in the world and with the task of carrying out an analysis of the trend towards the future and how this would influence the processes, starting with production, going through industrialization and preparation, until finally reaching the consumer's table. Everything we produce and consume has either a positive or negative impact on the economy, the environment and social development. Thus, the use of sustainable production and

consumption patterns increases efficiency and productivity while ensuring that human activities remain within the planet's carrying capacity, and respecting the rights of future generations as well. The current research study aims to promote a joint enterprise with public-private entities, therefore collaborating in a process of continuous improvement, not only to ensure sustainable production and consumption of food but also to guarantee the development of new strands of work that will favour the analysis of this new paradigm and its scope. Achieving, as a result, the laying of new foundations which will be useful for all the actors involved in the decision-making process. Likewise, it is expected that this will make a significant contribution to the new paradigm in food production and consumption in the world from the Sustainable Development Goals (SDGs) perspective. Consolidating a path on which the different specialties that make up the world of food consumption and production merge for a common work. It is worth mentioning that the current study could be used by all members of the organizational environment in light of a need for adaptation and continuous improvement of the agri-food production system. The goal is to establish future strands of work that will serve as the starting point to begin a process of continuous improvement in both public and private decision-making processes.

PALABRAS CLAVE

Paradigma alimentario, consumo de alimentos, producción, sustentabilidad.

KEY WORDS

Food paradigm, food consumption, production, sustainable.

INTRODUCCIÓN

Como señala la ONU (2015), para el año 2050 la población mundial alcanzará los 9.500 millones¹, de los cuales el 70% vivirá en zonas urbanas que consumirán una gran cantidad de recursos. A su vez, de aquí a 2040 se sumarán a la economía mundial 3.000 millones de consumidores de clase media. Si bien en 2010 se había reducido a la mitad el porcentaje de la población mundial que vivía por debajo del umbral de pobreza de 1,25 dólares al día en comparación con 1990, todavía había 1.200 millones de personas viviendo en la pobreza extrema². En esta línea, y como señala la ONU, para responder a estos desafíos es fundamental adoptar modalidades de consumo y producción sostenibles, que conserven las bases para el desarrollo futuro mediante el adecuado uso de los recursos. Así mismo y como indica la ONU (2015), todo lo que producimos y consumimos tiene una repercusión positiva o negativa en la economía, el medio ambiente y el desarrollo social. El uso de modalidades de consumo y producción sostenibles aumenta la eficiencia y productividad, asegura que las actividades humanas se mantengan dentro de la capacidad de sustentación del planeta y se respetan los derechos de las generaciones futuras. Proporcionar un entorno seguro y saludable para los alimentos no solo es la base para una producción eficiente, sino que también es necesario para mantener una imagen positiva de la producción alimentaria para los consumidores.

Desde hace algunos años y por diversas circunstancias sociales y económicas, la dinámica del consumo de alimentos cobró relevancia sin antecedentes en el trabajo y el negocio de la cadena agroalimentaria. Los consumidores, manifiestan fuertemente sus exigencias en este tema y han logrado que se promulguen normativas al respecto. Las mismas han llegado para quedarse y el contexto mundial exige que constantemente se estén actualizando.

De esta manera, y a través de los actores de la cadena de agroalimentos (públicos y privados) y de los consumidores se establece la importancia de asegurar la producción de agroalimentos, procurando el adecuado equilibrio entre productividad, sostenibilidad y distribución territorial. Es decir, garantizando la producción de alimentos para las generaciones futuras a través de una visión sistémica, haciendo foco en los cambios que se producen de manera constante y dinámica en las nuevas tendencias de consumos de alimentos.

El consumidor está afectado por muchas variables sociales, religiosas, económicas, etc. Aunque a corto plazo ciertas tendencias seguirán influyendo en el consumo en los hogares, a largo plazo los cambios serán difíciles de evaluar ya que los consumidores pasan más tiempo en casa y en línea que antes de la pandemia. Los cambios a largo plazo se presentarán como una variedad de plataformas de marketing para llegar continuamente al

¹ Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, División de Población, World Population Prospects: The 2012 Revision, vols. I (ST/ESA/SER.A/336) y II (ST/ESA/SER.A/345) (Nueva York, publicación de las Naciones Unidas, 2013).

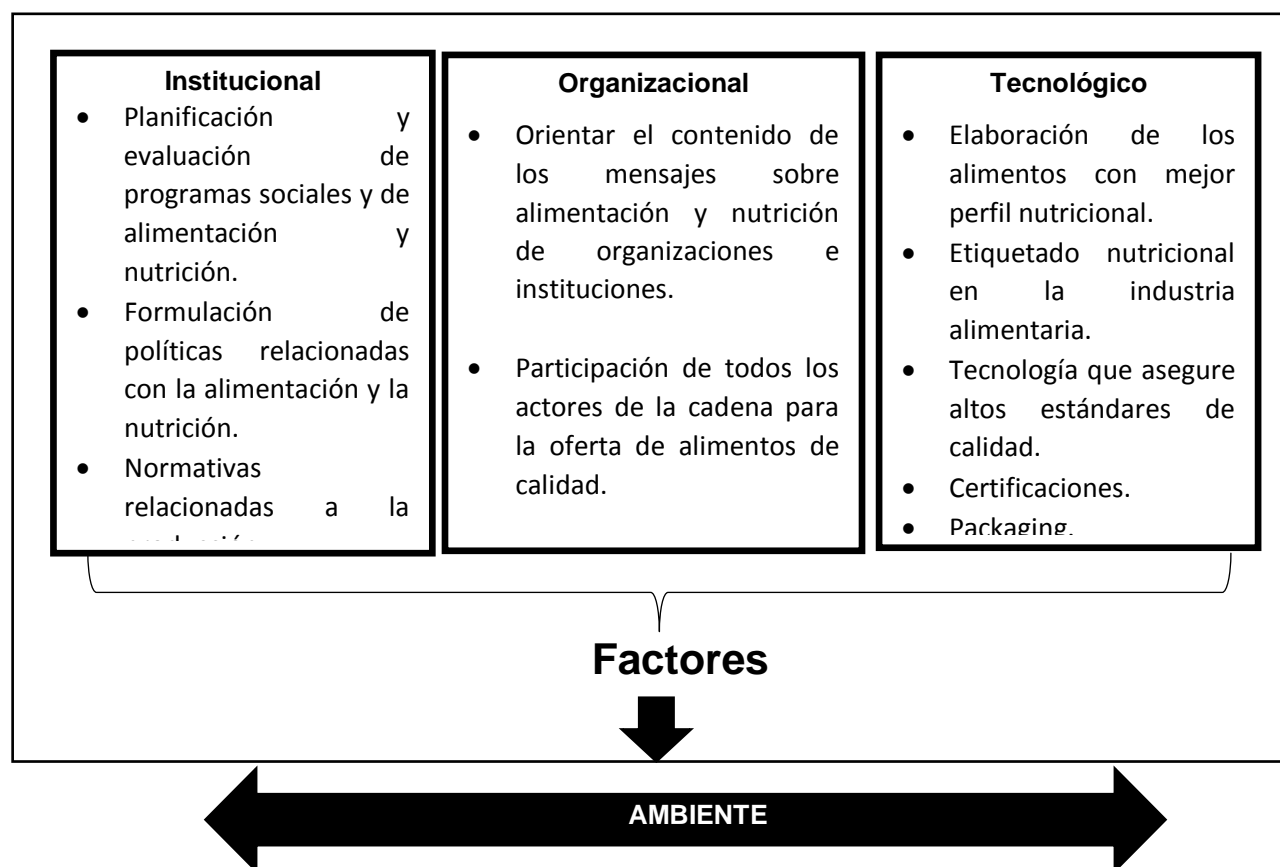
² Banco Mundial y Fondo Monetario Internacional, Informe sobre seguimiento mundial 2013: la dinámica rural-urbana y los Objetivos de Desarrollo del Milenio (Washington D.C., 2013), págs. xi, 22, 25.

consumidor a través de plataformas de medios digitales, sociales y tradicionales; y aquí la información que brinden de los alimentos será de vital importancia para la elección de los alimentos por parte de los consumidores.

El año 2020 ha traído muchos cambios para los consumidores, la pandemia cambio la forma en que muchos pensamos, compramos, nos comportamos, trabajamos y pasamos nuestro tiempo. Gran parte de la sociedad paso de las reuniones de trabajo, los eventos sociales, los viajes y las compras en las tiendas minoristas a trabajar desde casa y pedir comestibles en línea. Es así que, en este contexto, se espera que los pedidos y entregas en línea crezcan a un ritmo más rápido de lo proyectado originalmente debido al COVID-19. Es en este ambiente donde el consumo de alimentos se tiene que adaptar al nuevo consumidor, las nuevas demandas se transformarán en demandas aún mucho más exigente en calidad y sanidad.

Así también, los ambientes tienen una interacción mutua direccionando la conducta del consumidor:

Gráfico N°1: Ambientes en la producción de alimentos.



Fuente: Elaboración propia en base ODSA.

De esta manera, el presente trabajo se orientó en esta primera etapa, a abordar el nuevo paradigma de consumo y producción de alimentos del mundo; y poder realizar un análisis de la tendencia a futuro y cómo esto influiría desde la producción, pasando por la industrialización y preparación, hasta llegar a la mesa de los consumidores.

METODOLOGIA

El desarrollo de la metodología del presente trabajo se planteó en 3 etapas:

- Revisión bibliográfica.
- Entrevistas y encuestas.
- Análisis sistémico de la información recopilada

A continuación, se resume el método de investigación diseñado para este trabajo:

Se comenzó el Estudio a través del relevamiento y análisis de los datos existentes sobre el nuevo paradigma del consumo y producción sostenible de alimentos; desarrollándose a través de una visión integradora y holística con base en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (específicamente el ODS N°12). El análisis fue tanto cuantitativo como cualitativo.

Se continua el proceso de trabajo, con el análisis de cómo esta tendencia se enmarca dentro de las normativas de los países desarrollados y aquellos en vías en desarrollo; y como estos a su vez se plasman a través de sus actores y la aplicación de nuevas tecnologías. Concluyendo con una descripción de cómo se plantea a futuro este nuevo paradigma. Los principales aportes serán:

- Identificación y análisis de las nuevas tendencias en el consumo de alimentos.
- Análisis de principales indicadores relacionados a la producción de agroalimentos.
- Importancia de la producción sostenible de alimentos.
- Elaboración de un diagnóstico integral de situación.
- Descripción de los ambientes (institucional, organizacional y tecnológico) que dan marco a estas nuevas tendencias.

Con la finalidad de fortalecer el estudio de la información bibliográfica y reforzar el análisis sistémico, se realizan una serie de entrevistas a informantes calificados. Las mismas son efectuadas con el fin de extraer información que permitiera establecer las nuevas tendencias de consumo.

La investigación se centra en los siguientes aspectos: 1) descripción de las características del consumidor global y los cambios en la producción de alimentos, 2) la importancia de los ODS, 3) descripción de la relación del ODS N°12 y su relación con el nuevo paradigma planteado.

Para reforzar el análisis de información secundaria, se realizó, en una etapa posterior, una encuesta estandarizada a consumidores locales. La misma se efectuó con el fin de extraer información que permitiera conocer a nivel macro y micro, las tendencias de consumo de alimentos.

Se enviaron un total 110 e-mails con el modelo de encuesta desarrollado; fueron devueltos 102 y de los cuales 2 cuestionarios fueron respondidos de manera incompleta. La misma contó con 27 preguntas en las que se les consultó a los consumidores sobre el consumo y producción de alimentos y sus particularidades. Del total, 17 preguntas fueron cerradas y utilizadas para el cálculo de medias y desvíos, mientras que las 10 preguntas restantes fueron abiertas y descriptivas, sirviendo de base para ahondar sobre la opinión de los consumidores. Las principales variables que se utilizan para el desarrollo del presente estudio son:

- Consumo de alimentos frescos.
- Precios y presupuesto familiar destinado a la compra de alimentos.
- Valorización de diferentes caracterizas.
- Visión de calidad por parte de los consumidores.
- Desperdicio de alimentos.
- Sostenibilidad en la producción de alimentos.

Posteriormente se realizó el procesamiento de los datos con la conformación de la base de carga en Excel, de esta forma se identificó la variabilidad en las respuestas de los encuestados y si esa variabilidad se debió a la diferencia de criterios que cada consumidor tiene.

RESULTADOS Y DISCUSION

Cómo se mencionara el presente trabajo apuntó a investigar la línea del nuevo paradigma de consumo y producción de alimentos a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y dentro de estos específicamente con el Objetivo N°12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles: un requisito esencial para el desarrollo sostenible. Es así que se plantea realizar un estudio sobre el nuevo paradigma de consumo y producción de alimentos en el mundo para poder realizar un análisis de la tendencia a futuro y cómo influiría esto desde la producción, pasando por la industrialización y preparación hasta llegar a la mesa de los consumidores.

La Argentina es uno de los cinco mercados de producción de agroalimentos más importantes del mundo, no sólo por la cantidad de hectáreas sino también por el excedente de la producción de granos y carnes.

Tomando en cuenta el sexo de las encuestas, un 52,9% fueron hombres y un 45,1% mujeres (ver Cuadro N°1).

Cuadro N°1: Distribución de encuestas por sexo.

	Frecuencia	%
Masculino	54	52,9
Femenino	46	45,1
SD	2	2
Total	102	100

Fuente: Elaboración propia.

Así mismo, se puede mencionar que hubo de una gran distribución en cuanto a los rangos etarios (ver Cuadro N°2).

Cuadro N°2: Distribución de encuestas por sexo.

Rango	Frecuencia	%
17 a 30	29	28,4
31 a 40	26	25,5
41 a 50	19	18,6
51 a 60	15	14,7
61 a 70	10	9,8
más de 70	1	1,0

SD	2,0	2,0
Total	102	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de las preguntas, también, se consultó sobre los estudios alcanzados. Aquí podemos mencionar, entre lo más representativos, que el 20% señaló poseer secundario completo (60% mujeres-40% hombres), universitario completo 57% (39% mujeres-61% hombres), posgrado 12% (60% mujeres-40% hombres).

Solamente el 1% de los consumidores encuestados señaló no consumir alimentos frescos, consumiendo principalmente alimentos congelados como pizzas, tartas, empanadas, hamburguesas, verduras y frutas congeladas, etc.

En esta línea los consumidores mencionaron que gastan en promedio un 34% de sus ingresos en la compra de alimentos³.

Ahora bien, ante la pregunta de *¿Cuáles son las principales razones por las que elige dichos productos?*, los datos preliminares muestran una variedad de respuestas y alcances. Por lo cual se analizó y agruparon las respuestas en conceptos unificadores, entro los principales podemos mencionar:

- 36% Gusto y costumbre.
- 34% Salud.
- 14% Comodidad y/o rápido de preparar.
- 5% Cuidado del medio ambiente.
- 2% Régimen alimentarios.

Adicionalmente, cuando se los consulto sobre *¿Cuándo elige los productos, espera tener algún beneficio para su vida?* el 55% señaló que si mientras que un 25% indico que no esperaba obtener ningún beneficio y 20% no supo o no contestó a la pregunta. Cuando se les preguntó (a aquellos que respondieron que sí) que beneficios esperaban obtener el 41% aprox. señaló alguna temática relacionada al cuidado de la salud (cuidado de salud, mejora de estudios médicos, dieta equilibrada, etc.). Al cruzar esta pregunta con los estudios alcanzados por los encuestados, se pudo visualizar que no existe una correlación directa entre ambas.

³ En este punto es importante mencionar que, muchos de los encuestados señalaron un aumento en el costo de los alimentos por la coyuntura económica y de pandemia que actualmente se atraviesa.

En línea con esta pregunta se les preguntó *¿Qué información le gustaría que incluyeran las etiquetas de los alimentos y/o a que aspectos le da importancia?*, en la misma se les solicitó que indicaran, según grado de importancia⁴, la clasificación de determinadas variables.

Se pudo visualizar un primer grupo con temáticas tales como Precio, Packaging, Valor nutricional, Aspectos visuales y Control higiénico-sanitario, a las cuales los consumidores argentinos le dan mucha importancia y un segundo grupo con temáticas tales como Producción agroecológica, Bienestar animal, Certificación Orgánica, Producción a pasto, Alimentos Argentino y Denominación de origen a los cuales el consumidor argentino les da poca importancia. Es importante hacer hincapié en esto, porque el consumidor mundial es un consumidor más integrado que le da importancia a aspectos tales como producción agroecológica, Bienestar animal, Certificación Orgánica, Producción a pasto, Packaging, Valor nutricional, Aspectos visuales y Control higiénico-sanitario; y tener en cuenta esto es de vital importancia a la hora de producir agroalimentos, teniendo en cuenta las elecciones y exigencias de los consumidores en los diferentes mercados.

Continuando se abordó una temática tan relevante como la de calidad, que a su vez posee una gran variedad de abordajes según la visión de cada consumidor. Esto se visualizó cuando se les consultó a los consumidores que entendían por calidad (*¿Qué entiende usted por calidad de los alimentos?*). Al ser una pregunta abierta se contó con una gran variedad de respuestas, las cuales (en su mayoría) pudieron ser englobadas en 5 temáticas unificadoras:

- Proceso de producción y elaboración: 31%
- Características específicas determinadas por el consumidor: 31%
- Que se benefician o no dañan la salud: 25%
- Precios: 5%
- Marca: 2%

Una vez analizado que entendía el consumidor por calidad, se le consultó a los mismos *“En su opinión: ¿Qué características debiera tener un producto de alta calidad?”*. Es decir, más allá de lo que el consumidor creía que era la calidad de los alimentos, saber que característica debía tener un producto para que el consumidor lo tomara como de alta

⁴ 1-sin importancia, 2-poca importancia, 3- importancia media, 4-mucha importancia

calidad. Como en el caso anterior se pudo unificar el 82% de las respuestas, en 4 ítems globalizadores:

- Precio elevado : 25%
- Cuidado de la Salud: 17,0%
- Características organolépticas: 23%
- Etiquetado y packaging: 17 %

Con estas dos preguntas, y su respectiva distribución de respuesta, se puede ver claramente como el concepto de “Calidad” es un concepto abordado para una gran variedad de valorizaciones personales y que en la mente de los consumidores se ve afectado por infinidad de variables. Así también, podemos visualizar como existen peculiaridades en la mente del consumidor a la hora de formular una pregunta de diferentes formas, pero con objetivos similares. Tomemos por ejemplo el caso del “precio” para la pregunta de *¿Qué entiende usted por calidad de los alimentos?* ocupa un 4 lugar con un 5%, mientras que para la siguiente pregunta *“En su opinión: ¿Qué características debiera tener un producto de alta calidad?”* el mismo ítem ocupa el primer lugar con 25%; esto muestra claramente como todavía existen conceptos que muestran una dualidad en la mente del consumidor argentino.

Relacionado a esta temática se preguntó que entendían por certificaciones de los alimentos, ante dicha consulta el 97% de los consumidores indico que era una herramienta que garantizaba el control de los procesos. A continuación, se los interrogó sobre si creían que es importante contar con certificaciones en los alimentos que garanticen su calidad. Ante esta pregunta el 68% respondió que sí (cuya principal razón fue la seguridad y tranquilidad que le daba contar con certificaciones que garantizaran la calidad del alimento), un 12% respondió que no (dentro de está es importante mencionar que muchos consumidores señalan que la calidad debe estar per ser presente en todo producto y esto debería ser así y no garantizado por una herramienta extra) y 16 % no contestó la misma⁵.

Así mismo se les consultó a los consumidores, *¿De los alimentos que compra cuanto cree que se desperdicia?* y el 47 % menciona desperdiciar entre un 1 a 10% de los alimentos que se compran (donde 20% corresponde a 5% y 22% a 10%). En cuanto a la importancia del desperdicio de los alimentos, el 81% señala que es posible reducir el desperdicio de alimentos.

⁵ 4 consumidores lo respondieron la pregunta.

Desde la perspectiva de la importancia de la producción de alimento, se les consultó ¿Es importante para usted saber cómo se producen los alimentos que consume? obteniendo un si como respuesta en el 58% de los casos.

Cabe mencionar que existen particularidades que surgen del cruce de los resultados de las diferentes respuestas. Por ejemplo, en la pregunta *¿Es importante para usted la producción sostenible de alimentos?* el 66% de los consumidores indicó que sí que es importante pero paralelamente, como se mencionara con anterioridad, solamente un 5% señalara que una de las principales razones por la que elige su alimento es por cuidado del medio ambiente; esto muestra claramente como muchas veces ciertos conceptos no están unificados al día-día de la elección de alimentos de los consumidores por más que en su mente dicho concepto sea de importancia. También es importante mencionar que, al cruzar la presente pregunta con el grado de estudios alcanzados, se visualiza que aquellos encuestados que poseen secundario completo, en un 65%, no Ns/Nc la pregunta señalada al comienzo del presente párrafo.

CONCLUSIONES

En función de los datos, se puede mencionar que existen diferencias entre los deseos de los consumidores a la hora de comparar y las elecciones que llevan a cabo realmente. Así mismo es importante señalar que más de la mitad de los consumidores no puede acceder de manera sencilla a la información de los alimentos que garantiza una adecuada trazabilidad, lo que implica que muchas veces compran alimentos sin poseer toda la información que quisieran. Esto implica que se produzca, en algunos casos, una disociación entre el concepto de calidad que tiene el consumidor y la calidad que debería tener un producto garantizada por el proceso de trazabilidad per se. Así mismo, en la encuesta queda de manifiesto que muchas veces ciertos conceptos no están unificados al día-día de la elección de alimentos de los consumidores por más que en su mente dicho concepto sea de importancia.

Como señala el ODS N°12, la pandemia de COVID-19 ofrece a los países la oportunidad de elaborar planes de recuperación que reviertan las tendencias actuales y cambien nuestros patrones de consumo y producción hacia un futuro más sostenible. El consumo y la producción sostenibles consisten en hacer más y mejor con menos. Cómo se mencionara a lo largo del presente trabajo, el consumidor de alimentos de hoy se asemeja poco al de hace dos décadas. La producción de alimentos (el ambiente institucional-organizacional-tecnológico) deberá adaptarse a los nuevos cambios de vida, con productos que sean cuidadosos con el medio ambiente, que sean sanos, que aseguren la calidad y un estándar único higiénico-sanitaria y adaptados a diferentes necesidades y creencias de los consumidores mundiales; en resumen, estos productos deberán poner a disposición del consumidor toda su información desde que se produjo hasta que llegó a manos del mismo y donde el ambiente tecnológico desempeñara un papel fundamental en el acceso a dicha información.

Finalizando, poder hacer un abordaje que sea lo más integrador posible sería de gran importancia para establecer las tendencias de consumo a futuro, explicando cómo están influenciadas por una gran cantidad de factores. Su importancia radica en que es un tema que cada vez toma mayor relevancia a nivel mundial en cuanto a la toma de conciencia de las nuevas generaciones en temáticas como seguridad alimentaria, desperdicios, producción sostenible, etc. Realizar un análisis intensivo y multidisciplinario de su influencia es la clave para alcanzar soluciones integradoras.

BIBLIOGRAFIA

- [1] Castro, C.C. (1978). A Prática da Pesquisa. São Paulo: Mc Graw Hill.
- [2] ONU (Organización de las Naciones Unidas). (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): Objetivo 12—Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles: un requisito esencial para el desarrollo sostenible.
<https://www.un.org/es/chronicle/article/objetivo-12-garantizar-modalidades-de-consumo-y-produccion-sostenibles-un-requisito-esencial-para-el#:~:text=El%20consumo%20y%20la%20producci%C3%B3n%20constituyen%20el%20n%C3%BAcleo%20de%20la,la%20degradaci%C3%B3n%20de%20ecosistemas%20clave.>
- [3] Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>