

## Sustainable food production and the importance of food labeling for consumer

## Producción de alimentos sostenibles e importancia del etiquetado de alimentos frente al consumidor

J.M. Donate-Hernandez\*, M.D. de-Miguel

Departamento de Economía de la Empresa, ETSIA, Universidad Politécnica de Cartagena. Paseo Alfonso XIII, 48, 30203 Cartagena. Murcia. Spain.

\*chemadonate@gmail.com

### **Abstract**

**This paper exposes the need for a change in food production. The way of producing has changed under pressure from the policies of the European Union and The Green Deal, produce-use-throw away, it is not sustainable, the consumer wants food produced by companies that respect the environment, that their way of producing is through Circular Economy strategy and this change is perceived by the consumer as a positive attitude. Consumers also concerned about their health, look for foods that are as healthy as possible, since the relationship between a good diet and good health has been proven**

**Keywords:** Circular Economy; healthy food; ecolabel; environmental awareness.

### **Resumen**

**Este trabajo expone la necesidad de un cambio en la producción de alimentos. La forma de producir ha cambiado, presionado por las políticas de la Unión Europea y El Pacto Verde, producir-usar-tirar, ya no es sostenible, el consumidor quiere alimentos manufacturados por empresas respetuosas con el medio ambiente, que su manera de producir sea mediante la estrategia de la Economía Circular y este cambio es percibido por el consumidor como un valor positivo. El consumidor también preocupado por su salud, busca alimentos lo más sanos posibles, ya que se ha comprobado la relación de una buena alimentación con la buena salud.**

**Palabras clave:** Economía Circular; alimentación saludable; ecoetiqueta; conciencia medioambiental.

### **1. INTRODUCCIÓN**

La producción económica del ser humano ha demostrado su repercusión negativa en el medio ambiente mediante el incremento de la emisión de gases de efecto invernadero. La acción de la agricultura y ganadería intensiva también contribuye a este hecho. La producción de alimentos está unida a la producción de gases efecto invernadero, en concreto el metano, producido por la ganadería y el óxido nitroso, que es un producto indirecto de fertilizantes nitrogenados y minerales, pero también se produce en todo proceso que lleva el alimento de la granja hasta llegar a nuestra mesa: producción, almacenaje, elaboración, envasado, etiquetado, transporte, etc. En los últimos años las pautas del cambio de consumo han favorecido el incremento de estos gases de efecto invernadero, especialmente en los países en vías de desarrollo debido mayor poder adquisitivo y mayor demanda de alimentos.

Una disminución de CO<sub>2</sub> se podría conseguir por un lado disminuyendo los residuos y por otro reduciendo el consumo de alimentos, en particular los que emitan mayor número de

emisiones en la producción alimentaria. Pero la agricultura es uno de los sectores que más afecta al medio ambiente. Europa tiene un importante reto, proveer un aumento de alimentos de un 70% en los próximos años y reducir el impacto ambiental por la fabricación y consumo de estos (1).

En 2021 la presidenta de la Comisión Europea anunció que para el año 2050 quería que Europa sea el primer continente climáticamente neutro. Por ello nace El Pacto Verde Europeo, para conseguir una transición climática. Entre los objetivos están el paso a una **economía circular**, reducir la contaminación, apoyar tecnologías respetuosas con el medio ambiente, así como el uso de la energía en el transporte, alimentación y agricultura, para apoyar los asuntos del sector agrícola surge en 2020 la estrategia “de la granja a la mesa” (2).

El etiquetado de alimentos es el medio por el cual el consumidor obtiene la única información del producto que está adquiriendo en el momento de compra, y está regido por el Reglamento (UE) 1169/2011 sobre la información facilitada al consumidor. En el año 1992 se crea la **ecoetiqueta**, orientada a implicar una relación las empresas y consumidores con el medio ambiente, y de esta manera conseguir que la producción de las empresas sea más sostenible. La reducción de envases de un solo uso, la disminución del desperdicio alimentario y la pérdida de alimentos también influye en que el alimento sea más sostenible y es medible mediante la huella ecológica de los alimentos (3).

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

Para la elaboración de este trabajo se ha examinado etiquetas de productos convencionales y ecológicos más habituales en la cesta de la compra.

Se ha desarrollado una encuesta en la que han participado unos 500 consumidores. Las encuestas se han realizado tanto de manera online como de modo presencial en los alrededores de los supermercados.

Esta encuesta disponía de un total de 27 preguntas con diferentes apartados:

1. Proceso de compra de productos alimentarios
2. Acción de compra de alimentos
3. Preocupación del consumidor por la salud
4. Hábitos de compra
5. Información de las etiquetas alimentarias
6. Desperdicio alimentario
7. Reciclado en el hogar

## 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Tras leer y comprobar las etiquetas de alimentos más habituales en la cesta de la compra y comprobar con las encuestas, se han obtenido los siguientes resultados:

- 1) Que más del 80% de los encuestados demandan más información en las etiquetas referentes a un mayor compromiso medioambiental por parte de las empresas, pero menos del 1% de los productos la contienen en sus etiquetas.
- 2) Respecto a los envases, un 50% de los encuestados quiere saber qué hacer con su envase, un 5% de las etiquetas te da una solución breve de que uso darle.
- 3) Un 95% prefiere que le indiquen en las etiquetas la ración por persona, un 60% indican las raciones pero no de manera clara.

## 4. CONCLUSIONES

Se ha determinado que no existe una actitud clara de los fabricantes a la hora de apostar por una producción sostenible en la producción de alimentos.

El consumidor valora la producción sostenible y está dispuesto a premiar esta iniciativa, con la compra de estos productos fidelizándose con la marca.

En el momento del reciclaje, el consumidor apuesta por reciclar, pero la mayoría de los envases no especifica claramente cuál debe ser el destino del envase una vez se haya consumido.

## **5. AGRADECIMIENTOS**

A las personas que han contribuido en realizar la encuesta.

## **6. REFERENCIAS**

1. Bruyninckx, H. Señales de la AEMA 2015. Vivir en un clima cambiante. Agencia Europea de Medio Ambiente. [Internet]. 2015. Available from: <https://www.eea.europa.eu/es/publications/senales-de-la-aema-2015/download>.
2. De la granja a la mesa: alimentos sanos y seguros para todos. In: COM(2014) [Internet]. 2014. p. 16. Available from: [http://europa.eu/pol/index\\_es.htm](http://europa.eu/pol/index_es.htm)
3. Parlamento Europeo. REGLAMENTO (CE) No 66/2010 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 25 de noviembre de 2009 relativo a la etiqueta ecológica de la UE. D Of la Unión Eur. 2010;2009:1-19.