

Bettina Lutterbeck

“Más sano y con sabor más natural” ¿Quiénes compran alimentos orgánicos y por qué?

Desde hace años, el consumo de alimentos orgánicos ha dejado de ser una simple moda de pequeños grupos de consumidores comprometidos con el medio ambiente. Debido, en buena parte, a los numerosos escándalos relacionados con la producción de alimentos, la cantidad de consumidores en Europa, Canadá y Estados Unidos que exigen una comida más sana, de mejor sabor y ecológicamente sostenible aumenta constantemente. En los países industrializados, la demanda de alimentos orgánicos, a diferencia del mercado de productos alimenticios convencionales, experimenta un crecimiento anual que oscila entre 9% (Alemania), 15% (Canadá) y 19% (Suiza). Por la misma razón, en muchos países la mayoría de las grandes cadenas de supermercados ha introducido una línea orgánica con hortalizas, frutas, productos lácteos y, más recientemente, carne. También algunas cadenas de restaurantes o cafeterías de hospitales o empresas, y algunas líneas aéreas, que producen entre 500 y 10.000 comidas diarias, se agregan a esta demanda. La cafetería de Lufthansa, por ejemplo, se abastece de papas orgánicas y una vez a la semana ofrece un plato completamente orgánico. Swissair ofrece exclusivamente comida orgánica.

En términos cuantitativos, Alemania es el mercado más grande y con el mayor número de consumidores de productos orgánicos de Europa. Sin embargo, en países más pequeños como Dinamarca, Suiza y Suecia, el número de consumidores que piden productos orgánicos es porcentualmente más alto. Por lo tanto, la participación de los productos orgánicos en el mercado total de alimentos es, en esos países, también más elevada.

Veamos algunos rasgos de los mercados. Según una encuesta de la ZMP de Alemania, un ente de investigación de mercado semi-estatal, el consumidor promedio de productos orgánicos de ese país tiene más de 31 años y vive en un hogar con niños. Los productos orgánicos en Alemania son más caros que los convencionales; en el caso de verduras y frutas, entre el 30% y 50%; en el caso de carnes y embutidos, entre el 50% y 70%. Por el alto precio de los productos orgánicos, la mayoría de los consumidores regulares provienen de capas sociales con un nivel de educación e ingresos elevados. En noviembre del 2000, el 14% del total de los consumidores declaró comprar productos orgánicos de vez en cuando, el 8% “con frecuencia” y el 7% muy a menudo. En promedio los encuestados dicen que el gasto por alimentos orgánicos corresponde al 13% de los gastos totales para alimentos. La razón más importante para comprar alimentos orgánicos para los consumidores de Alemania es la salud, seguido por “su sabor más natural”. La razón “desconfianza” por el uso de agroquímicos fue desplazada al tercer lugar.

Las encuestas realizadas en la mayoría de los países europeos y en Estados Unidos y Canadá confirman tendencias parecidas (ver: <http://www.organic-europe.net> y <http://www.organicandnaturalnews.com/articles> o www.healthwellexchange.com). Entre los productos más apetecidos figuran los huevos (70%), seguidos por hortalizas (46%) y frutas (42%). Sólo entre el 4% y el 11% de los compradores orgánicos dicen adquirir carne orgánica. Eso se debe, posiblemente, a la poca disponibilidad de carne y al hecho de que sólo en el año 2000 la Unión Europea emitió una legislación para la certificación de productos de origen animal.

En los últimos años se ha detectado otra tendencia fuerte. Como informa la revista Biofach/Biopress (www.biopress.de), publicación de la mayor feria de productos orgánicos en el mundo, la demanda de productos orgánicos procesados, como pastas, salsas, granola, cubitos, dulces y comidas congeladas en calidad “bio” está creciendo enormemente. En relación al lugar de abastecimientos, la mayoría de los consumidores adquiere los productos orgánicos en los supermercados (45%) y en las ferias de agricultores (41%), con menor

frecuencia en tiendas especializadas de productos orgánicos (35%) y en verdulerías (24%); la mayoría realiza sus compras en tres lugares distintos y en ese orden de preferencia.

En Canadá, el cuadro de los consumidores es muy similar. Según el estudio de Agriculture, Food and Rural Development, de Alberta, elaborado en cooperación con "Economic and Competitiveness Information", la mayoría de los consumidores orgánicos canadienses tiene entre 35 y 55 años. En Canadá, sin embargo, se registra un fuerte aumento de consumidores jóvenes. En realidad, la mayoría de los consumidores regulares de alimentos orgánicos en Canadá (el 18% de la población, mientras el 22% dice comprarlos de vez en cuando) son mujeres (60%) y tienen un nivel educativo elevado. "Cuanta más educación tenga el encuestado, más alta es la probabilidad de que se trate de un consumidor orgánico", señala el estudio mencionado. En cuanto al nivel de ingresos, la encuesta destaca que el grupo de las "consumidoras" está fragmentado en dos partes. La del consumo clásico, es decir, las que "tienen su compromiso con los productos ecológicos como parte de su estilo de vida" y tienden a tener ingresos más bajos, mientras que las nuevas consumidoras tienen mayores ingresos y "se comprometen con productos relacionados con la salud personal". Así las cosas, parece no tener sentido trabajar con promedios.

También en Canadá los productos orgánicos se compran en supermercados grandes (49%) y tiendas especializadas en la venta de productos sanos y naturales (48%), seguidos por tiendas de abasto, o grandes tiendas (31%).

En Estados Unidos se tiene exactamente el mismo porcentaje de compradores orgánicos que en Alemania. El 31% del total de los consumidores dice comprar productos orgánicos desde frecuente hasta esporádicamente. Sin embargo, el perfil de los compradores es distinto. En EE.UU., como en Canadá, hay un gran número de compradores jóvenes con menos de 30 años que todavía va en aumento. Su interés principal es la salud, seguido por el sabor; en tercer lugar, dicen tener interés en proteger el medio ambiente.

En Costa Rica, igual que en los países industrializados, los consumidores regulares son de un alto nivel académico, con ingresos promedios familiares mensuales elevados. Los productos orgánicos se adquieren en ferias, supermercados y ferias orgánicas (ver: CEDECO: Demanda, oportunidades de mercado e intención de consumo de productos orgánicos. San José, 2001). A diferencia de Europa o Estados Unidos, un alto porcentaje (54%) de los encuestados dice consumir productos orgánicos, es decir, pertenece al grupo de quienes eventual o regularmente comen alimentos orgánicos. Esa cifra, según nuestra interpretación, tiene que ver con el precio de verduras y frutas orgánicas, que en muchos casos, y por distintas razones, no difiere mucho del precio de los productos de la agricultura convencional. Las consumidoras regulares (encuestadas en ferias orgánicas) destacan que los alimentos orgánicos tienen un impacto favorable en la salud y una relación positiva con el medio ambiente. Sin embargo, el mismo estudio indica que el mercado de productos orgánicos en Costa Rica es incipiente, al igual que la conciencia y el nivel de información de los consumidores en general.