

RESUMEN

Las preocupaciones relativas a las externalidades negativas derivadas de la agricultura convencional sobre la salud humana y animal, y sobre el medioambiente ha aumentado el interés por las prácticas agrícolas alternativas tales como la Agricultura Ecológica. El principal objetivo de la producción agraria ecológica es el respeto al medio ambiente y al equilibrio biológico de los ecosistemas agrarios. Este objetivo ha sido ampliamente reconocido por los estamentos políticos europeo y muchos productores agrarios. El resultado ha sido la aprobación de diversas normativas europeas que promueven y protegen la producción agraria sostenible, a través de subsidios a la conversión, así como de la divulgación de información sobre esta práctica agrícola. Ello ha supuesto un impulso a las técnicas de producción ecológica, que cada día son adoptadas por más productores europeos y españoles.

Por otro lado, el consumo de productos ecológicos a nivel español, apenas supone un 0,7% del presupuesto familiar en alimentación, muy alejado de porcentajes entre el 5 y el 10% que existen en la mayor parte de los países del Norte de Europa (Michelsen et al., 1999). Este nivel de consumo, despierta muchas cuestiones en relación al futuro de la producción agraria ecológica en España. El objetivo principal de este estudio ha consistido en analizar mediante un cuestionario y un experimento de elección, los factores determinantes del consumo de los productos ecológicos, en general, y del aceite de oliva ecológico, en particular. Se ha escogido Cataluña para implementar el estudio debido a su elevada industria agroalimentaria ecológica y además de que no existen todavía estudios de esta índole en esta región.

Los resultados indican que el mercado del aceite de oliva ecológica en Cataluña es un mercado muy escaso. Asimismo, existe tanto poca información como poco interés de informarse acerca de estos productos. Concretamente, se ha detectado falta de conocimiento por parte de la mayoría de los encuestados en relación al término agricultura ecológica y de su logotipo. Finalmente, los factores determinantes en la compra de aceite de oliva virgen extra en Catalunya son principalmente el origen, se valora especialmente el origen catalán y la percepción de calidad. Este estudio ha detectado que los consumidores catalanes aunque reconocen los beneficios asociados al aceite de oliva ecológico no valoran su calidad como sí lo hacen en el caso los aceites de oliva con DOP.

ABSTRACT

Concern about the negative externalities arising from conventional farming on human and animal health and on the environment has increased interest in alternative farming practices such as organic agriculture. The main objective of organic agricultural production is respect for the environment and ecological balance of agro-ecosystems. This objective has been widely recognized by the European political classes, and many agricultural producers. The result has been the adoption of various European regulations that promote and protect sustainable agricultural production, through subsidies to the conversion, and the dissemination of information on agricultural practice. This has been an impetus to organic production techniques; which are increasingly adopted by most European and Spanish producers.

From another angle, consumption of organic products in Spain represents only 0.7% of household budget on food, which is far lower than percentages that exist in most countries of Northern Europe (ranging between 5 and 10%) (Michelsen et al., 1999). Such level of consumption raises many questions about the future of organic farming in Spain. The main objective of this study consists in analyzing through a questionnaire and choice experiment, the determinant factors of the consumption of organic products in general and organic olive oil in particular. Catalonia has been chosen to implement the current study because of its high organic food industry and particularly because of the scarcity, if not absence of such studies in the region.

The results indicate the following. First, the market of organic olive oil in Catalonia is a relatively small market. Second, little information and hardly any interest in learning about such products exist. Specifically, lack of knowledge by the majority of respondents in relation to the term organic farming and its logo has been noticed. Ultimately, the determinant factor in the purchase of extra virgin olive oil in Catalonia is mainly the origin of olives, particularly appreciation of the Catalan origin and quality. This study argues that though Catalan consumers recognize the benefits associated with organic olive oil, they do not value its quality as they do in the case of olive oils Protected Design Origin.