

[Anuncios](#)

Las mujeres, más proclives a comprar alimentos de producción responsable con el medio ambiente

- **Para un 50% de las mujeres españolas es importante saber de dónde vienen sus alimentos, frente a un 44% de hombres, según un estudio de IBM realizado en noviembre con una muestra de 2.000 españoles**

- **Para un 57% de las mujeres españolas es importante que su comida provenga de una producción sostenible y éticamente responsable, frente a un 53% de hombres que tiene la misma preocupación**

Madrid - 13 dic 2019: Según el estudio realizado el pasado mes de noviembre por Morning Consult para IBM, los españoles quieren tener más información sobre los alimentos que consumen, cómo han sido producidos y transportados hasta el punto de venta. Sin embargo, hay algunas diferencias de género: mientras es importante para un 50% de las mujeres, solo es igual de importante para un 44% de los hombres.

Una vez conocida la información, a las mujeres les importa más que la comida provenga de una producción sostenible y éticamente responsable (a un 57% frente a un 53% de los hombres). También a la hora de pagar más por este motivo: al 30% de las mujeres no les importa pagar más por un alimento sabiendo que se ha producido en condiciones óptimas para el medio ambiente, mientras que sólo al 27% de los hombres opina igual. A pesar de ello, preguntadas por cuál es la principal barrera para consumir comida obtenida a través de medios responsables con el medio ambiente, el 46% afirmó que era el precio mientras que sólo un 40% de los hombres afirmó que el precio de este tipo de comida era lo que le impedía optar por ella en su alimentación.

En cuánto a los motivos para elegir este tipo de comida, la mayor diferencia por género es la preocupación por el bienestar animal: a un 29% de las mujeres encuestadas le preocupa mientras que sólo un 18% de los hombres preguntados manifestó tener esta preocupación a la hora de comprar comida. En general, las mujeres son más proclives a comprar comida con etiquetas que indican que los productos que llevan a sus mesas son parte del comercio justo, de la agricultura orgánica o de la ganadería responsable.

Si desglosamos por tipo de alimento, conocer el origen de la carne que comemos es una de las mayores preocupaciones, sobre todo para las mujeres, un 77%, frente a un 69% de los hombres, conocer el origen de las verduras preocupa al 56% de las mujeres, frente al 46% de los hombres; mientras que tener más datos de la fruta preocupa un 54% a las mujeres, un 47% a los hombres, y saber más de la leche y sus derivados, a un 50% de mujeres frente a un 41% de hombres.

La tecnología como aliada de los consumidores

Un buen mecanismo para saber más sobre el origen de los alimentos que comemos es que productores y distribuidores utilicen plataformas de trazabilidad blockchain en cloud computing, como IBM Food Trust. Un 63% de las mujeres encuestadas consideraron que sería muy útil que los productos tuvieran la información de esta plataforma, frente a un 55% de los hombres. Los beneficios de la tecnología blockchain aplicada al sector de la alimentación son numerosos. Para los consumidores, porque responde a la necesidad de ofrecerles mayor visibilidad sobre la seguridad alimentaria, confianza y garantía sanitaria. Las ventajas sobre el producto son la accesibilidad inmediata a la información, control y eficacia. Por último, para el proveedor, ya que le

permite contar con una visión 360º de todo el proceso de distribución y poner en valor la calidad de su producto.

Contacto(s)

Patricia Torralba

Comunicación Externa 637804148 patricia.torralba@es.ibm.co
