



LLAURANT
**UN FUTUR
SOSTENIBLE**

PRINCIPALS DADES DE L'ESTUDI SOBRE EL CONSUM DE PRODUCTES DE PROXIMITAT I L'AGROECOLOGIA

UN ESTUDI DE:



ONG Pankara
EcoGlobal



AMB FINANÇAMENT DE:



GENERALITAT
VALENCIANA

Conselleria de Participació,
Transparència, Cooperació
i Qualitat Democràtica

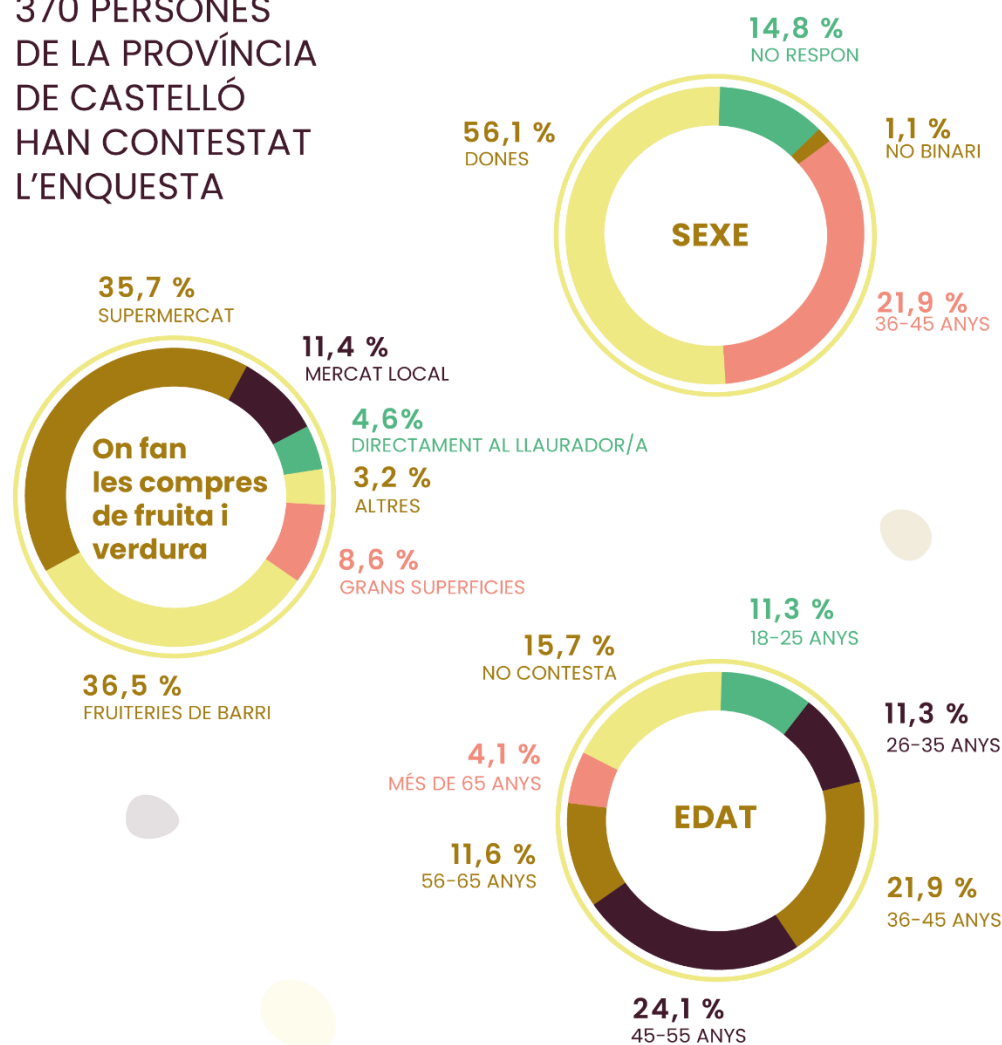
AQUESTA PUBLICACIÓ HA SIGUT REALITZADA AMB EL SUPORT FINANCER DE LA GENERALITAT VALENCIANA. EL CONTINGUT DE LA DITA PUBLICACIÓ ÉS RESPONSABILITAT EXCLUSIVA DE LA FUNDACIÓ NOVESSENDES I L'ONGD PANKARA ECOGLOBAL, I NO REFLECTEIX NECESSÀRIAMENT L'OPINIÓ DE LA GENERALITAT VALENCIANA.

Aquest estudi ha segut desenvolupat per la Fundació Novessendes, l'ONG Pankar EcoGlobal i la Universitat Jaume I, i forma part del projecte de sensibilització *Sobirania Alimentària: Llaurant un Futur Sostenible (Fase II)* (www.llaurant.com).

Creiem en estils de vida en harmonia amb la naturalesa, i en una societat crítica, participativa i activa, **compromesa amb la transició cap a un sistema alimentari sostenible, just i saludable**. La Sobirania Alimentària i l'Agroecologia, són dos dels pilars del projecte, que ens ajuden a integrar conceptes i principis ecològics i socials al disseny i la gestió dels sistemes alimentaris.

Qui ha participat?

370 PERSONES
DE LA PROVÍNCIA
DE CASTELLÓ
HAN CONTESTAT
L'ENQUESTA



La mostra de l'estudi desenvolupat està formada per 370 individus. La majoria són persones que resideixen a Castelló de la Plana, quasi el 40% de la mostra, seguida per Betxí (6,2%) i l'Alcora (5,7%), com apareix a la taula 1.

Taula 1. Localitats dels individus de la mostra

		Freqüència	Percentatge
Vàlid	1. Castelló de la Plana	147	39,6
	2. Vila-real	19	5,1
	3. Borriana	11	3,0
	4. Benicàssim	8	2,2
	5. Betxí	23	6,2
	6. L'Alcora	21	5,7
	7. Nules	6	1,6
	8. La Vall d'Uixò	10	2,7
	9. Resta de poblacions	124	33,9
	Total	370	100,0

El percentatge de persones enquestades que van manifestar ser de gènere masculí va ser del 28%, de gènere femení va ser del 56,1%, un percentatge de l'1,1% va manifestar ser de l'opció 'binari', i el restant 14,8% no va respondre. Respecte a l'edat, la majoria de persones enquestades se situen en la franja de 46-55 anys (24,1%), seguida per la franja de 36-45 anys (21,9%). La franja amb menor nombre de persones enquestades és la de majors de 65 anys (4,1%) (taula 2).

Taula 2. Franges d'edat de les persones enquestades

		Freqüència	Percentatge
Vàlid	1. 18-25 anys	42	11,3
	2. 26-35 anys	42	11,3
	3. 36-45 anys	81	21,9
	4. 46-55 anys	89	24,1
	5. 56-65 anys	43	11,6
	6. >65 anys	15	4,1
	No contesten	58	15,7
Total	370	100,0	

Quant al **nivell d'ingressos mensuals** que entren a casa (taula 3), cal esmentar que la majoria de les persones enquestades va expressar estar en la franja entre 1.201 i 2.400 euros (35,3%), seguida per la franja entre 2.401 i 4.500 euros (25,6%). Finalment, el percentatge menor se situa en la franja de més de 4.500 euros mensuals amb un 3,2% del total de la mostra (taula 3).

Taula 3. Nombre de persones segons el nivell d'ingressos totals mensuals que entren a sa casa.

		Freqüència	Percentatge
Vàlid	1. 0-600 euros	15	4,0
	2. 601-1.200 euros	51	13,7
	3. 1.201-2.400 euros	131	35,3
	4. 2.401-4.500 euros	95	25,6
	5. >4.500 euros	12	3,2
	No contesten	66	18,1
Total		370	100,0

Molt relacionada amb el nivell d'ingressos es troba la dada sobre el **nivell d'estudis** assolit per la persona enquestada (taula 4). Cal destacar que la majoria de persones de l'estudi manifesta haver superat els estudis universitaris (29,6%), seguit pel nombre d'enquestades que han superat els estudis de batxillerat o cicles formatius (20,2%). En canvi, el nombre de persones que no han assolit cap tipus de formació se situa en el 0,8% del total de la mostra (taula 4).

Taula 4. Nombre de persones segons el nivell d'estudis assolit.

		Freqüència	Percentatge
Vàlid	1. Sense estudis	3	0,8
	2. Estudis primaris	42	11,3
	3. Estudis secundaris	33	8,9
	4. Batxillerat o Cicles Formatius	75	20,2
	5. Estudis universitaris	110	29,6
	6. Estudis de postgrau universitari	53	14,3
	No contesten	54	14,8
Total		370	100,0

En considerar l'**ocupació professional** de la persona enquestada (taula 5), podem esmentar que la majoria que formen la mostra de l'estudi treballa amb un contracte laboral fixe (32,1%). En segon lloc, es troba l'estudiantat, amb un 17,5% del total de la mostra, i les persones amb un contracte laboral temporal (11,9%). Finalment, el 6,7% del total de persones enquestades són autònomes o empresàries.

Taula 5. Nombre de persones segons la seua ocupació professional.

		Freqüència	Percentatge
Vàlid	1. Estudiant-a	65	17,5
	2. Aturat-da	30	8,1
	3. Treball temporal	44	11,9
	4. Treball fixe	119	32,1
	5. Empresari-a/autònom-a	25	6,7
	6. Jubilat-da	32	8,6
	No contesten	55	15,1
Total		370	100,0

Tenint present les dades anteriors, segons els ingressos totals mensuals a cada casa, el nivell d'estudis i l'ocupació professional podem mostrar les mitjanes, desviació estàndard i variància en la taula 6.

Taula 6. Dades estadístiques descriptives segons els ingressos mensuals, nivell d'estudis i ocupació professional

	Ingressos mensuals	Nivell d'estudis assolit	Ocupació professional actual
Vàlid	304	316	315
No contesten	66	54	55
Mitjana	3,13	4,28	3,33
Desviació Estàndard	,907	1,290	1,558
Variància	,823	1,665	2,427
Mínim	1	1	1
Màxim	5	6	6

BLOC 1: TEMPORADA I PROXIMITAT

En relació amb el primer bloc del qüestionari centrat en el productes de temporada i de proximitat (taula 7), cal esmentar que la majoria de les persones enquestades va manifestar que és a la fruiteria de barri, amb el 36,4%, on de manera majoritària compra fruita i verdura. En segon lloc, se situa el nombre de persones enquestades que compra al supermercat (35,6%). De manera contrària, el menor percentatge és el que diu comprar la fruita i verdura directament al llaurador o llauradora (4,6%).

Taula 7. De manera majoritària on compra la fruita i verdura

		Freqüència	Percentatge
Vàlid	1. Gran superfície	32	8,6
	2. Fruiteria de barri	135	36,5
	3. Directament al llaurador-a	17	4,6
	4. Supermercat	132	35,7
	5. Mercat local	42	11,4
	6. Altres	12	3,2
	Total	370	100,0
No contesten		0	0
Total		370	100,0

L'establiment on sol comprar l'enquestada quan l'opció majoritària és una gran superfície o supermercat està encapçalat per Mercadona (89 individus), seguit de Consum (65 individus), Lidl (13 individus) i Carrefour (8 individus) (taula 8).

Taula 8. Nom de les grans superfícies o supermercats on solen comprar fruita i verdura (resposta múltiple)

		Freqüència	Percentatge
Vàlid	1. Mercadona	89	45,2
	2. Consum	65	33,0
	3. Lidl	13	6,6
	4. Carrefour	8	4,1
	5. Más y más	7	3,5
	6. Aldi	4	2,0
	7. Otros (Alcampo, El Corte Inglés, Charter...)	11	5,6
Total		197	100,0

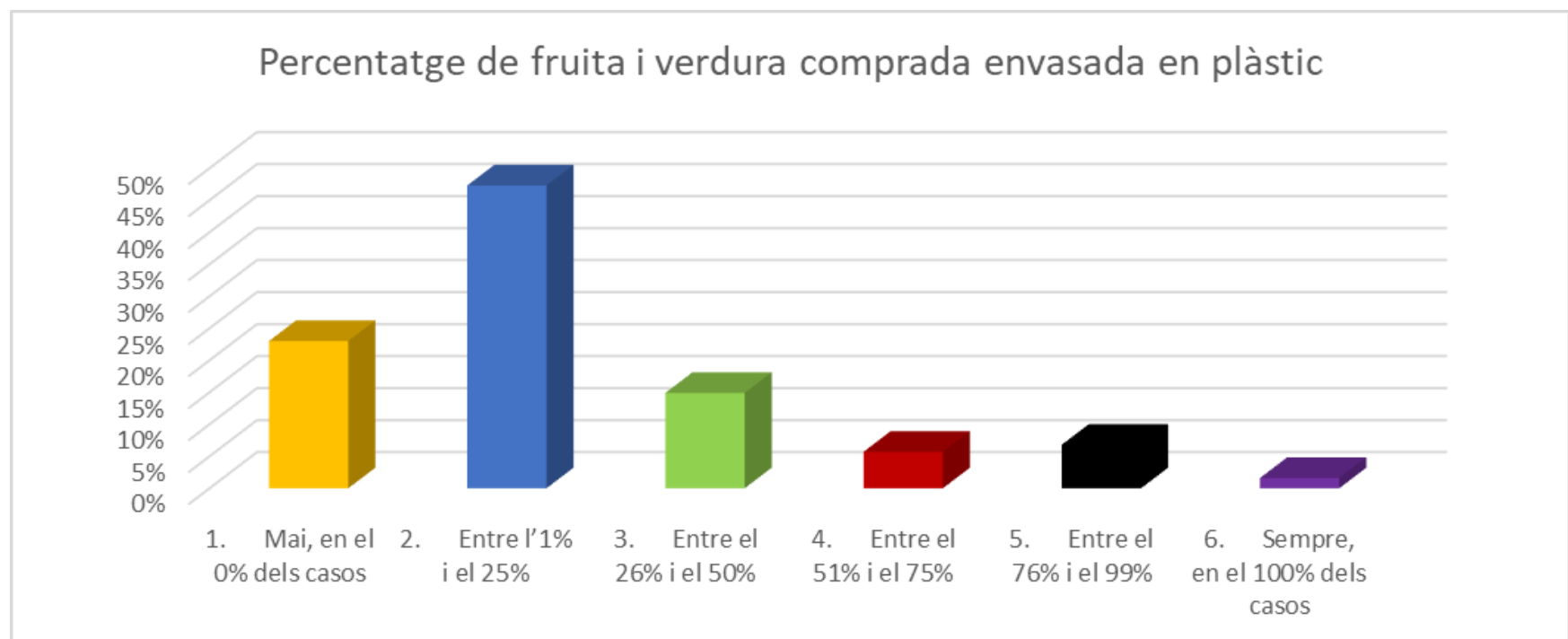
La gran majoria de les persones enquestades van manifestar que feien la compra de fruita i verdura de manera presencial (346 individus), essent minoritari el nombre de persones que van expressar que la feien per Internet (8 individus). Setze persones no es van manifestar.

Si analitzem la pregunta P4 (taula 9 i figura 1), referida a saber en **quin percentatge dels casos es compra fruita i verdura envasada en plàstics**, cal destacar que quasi el 50%, en concret el 47,3%, de les persones de la mostra manifesten que compren entre l'1% i el 25% de fruita i verdura envasada en plàstics. En segon lloc, es troba el percentatge de persones que manifesten que no compren mai fruita i verdura envasada en plàstic (23%). En canvi, sols l'1,6% de la mostra manifesta que sempre compra fruita i verdura en envasos de plàstic.

Taula 9. Percentatge de casos que compres fruita i verdura en envasos de plàstic

		Freqüència	Percentatge
Vàlid	1. Mai, en el 0% dels casos	85	23,0
	2. Entre l'1% i el 25%	175	47,3
	3. Entre el 26% i el 50%	55	14,9
	4. Entre el 51% i el 75%	21	5,7
	5. Entre el 76% i el 99%	25	6,8
	6. Sempre, en el 100% dels casos	6	1,6
Total		367	99,2
No contesten		3	0,8
Total		370	100,0

Figura 1. Percentatge de casos que compres fruita i verdura en envasos de plàstic



Quant a la pregunta P.5 (taula 10), centrada en saber quin **grau de preocupació es té amb l'actual i futura situació del medi ambient** (en relació amb el canvi climàtic), cal esmentar que l'afirmació amb una mitjana més elevada és aquella que diu 'soc molt conscient de quina és la situació actual del medi ambient', amb una valoració de 4,12 en una escala d'1-5 punts. En segon lloc es troba l'afirmació 'pense molt en la situació actual del medi ambient', amb una valoració mitjana de 4,01. De manera contrària, l'afirmació amb una menor valoració mitjana és aquella que diu 'contínuament m'informe sobre quina és la situació del medi ambient', amb una valoració de 3,25.

Taula 10. Grau de preocupació que es té amb l'actual i futura situació del medi ambient

	P.5.1 (pense molt en la situació actual del medi ambient)	P.5.2 (soc molt conscient de quina és la situació actual ...)	P.5.3 (estic en alerta front als futurs canvis que puguin donar-se ...)	P.5.4 (contínuament m'informe sobre quina és la situació ...)
Vàlid	367	364	364	363
No contesten	3	6	6	7
Mitjana	4,01	4,12	3,72	3,25
Desviació Estàndard	1,146	1,043	1,187	1,219
Variància	1,314	1,089	1,409	1,485
Mínim	1	1	1	1
Màxim	5	5	5	5

En relació amb la pregunta P.6, centrada en **quines coses et fixes quan compres fruita i verdura** (taula 11), la resposta que mostra una major mitjana és si 'són productes de temporada' (4,01), seguida pel 'seu aspecte i color' (3,98). En canvi, la característica menys valorada en el moment de comprar és 'la marca del producte' (2,43).

Taula 11. Característica que et fixes quan compres fruita i verdura

	P.6.1 (aspecte i color)	P.6.2 (origen)	P.6.3 (són de temporada)	P.6.4 (la marca)	P.6.5 (el preu)	P.6.6 (varietats tradicionals)	P.6.7 (allò que em ve de gust)
Vàlid	360	365	360	358	359	361	358
No contesten	10	5	10	12	11	9	12
Mitjana	3,98	3,79	4,01	2,43	3,80	3,74	3,23
Desviació Estàndard	1,035	1,297	1,106	1,326	1,167	1,212	1,257
Variància	1,072	1,683	1,223	1,758	1,362	1,470	1,581
Mínim	1	1	1	1	1	1	1
Màxim	5	5	5	5	5	5	5

Respecte a la pregunta P.7 (taula 12), referida al **grau de preocupació que es té amb l'actual i futura situació econòmica** (determinada per la inflació de preus), l'afirmació que té una mitjana més elevada (4,10) és aquella que diu que 'és molt conscient de quina és la situació actual de l'economia'. En canvi, la que té una mitjana més baixa és aquella que diu que 'contínuament m'informe sobre quina és la situació de l'economia'.

Taula 12. Grau de preocupació per l'actual i futura situació econòmica (determinada per la inflació de preus)

	P.7.1 (pense molt en la situació...)	P.7.2 (soc molt conscient de quina és la situació...)	P.7.3 (estic en alerta front als futurs canvis...)	P.7.4 (continuament m'informe sobre quina...)
Vàlid	363	360	361	361
No contesten	7	10	9	9
Mitjana	4,08	4,10	3,86	3,52
Desviació Estàndard	1,063	,955	1,015	1,150
Variància	1,129	,911	1,031	1,322
Mínim	1	1	1	1
Màxim	5	5	5	5

Quant a la pregunta P.8 (taula 13), centrada en **quin grau sap la persona enquestada quan una verdura és o no de temporada**, el 41,2% dona una puntuació de 4, essent l'escala d'1-5 punts. Per contra, tan sols el 4,3% de les enquestades han manifestat no saber reconèixer quan una fruita i verdura és de temporada. La mitjana és, per tant, prou superior als 3 punts que marca el punt intermedi de l'escala.

Taula 13. En quin grau saps reconèixer si una fruita i verdura és de temporada

		Freqüència	Percentatge
Vàlid	1. No sé reconèixer-la	16	4,3
	2. Poques vegades	20	5,4
	3. A vegades	92	24,9
	4. Moltes vegades	153	41,4
	5. Sempre sé reconèixer-la	86	23,2
	Total	367	99,2
No contesten		3	0,08
Total		370	100,0
Mitjana			3,74
Desviació Estàndard			1,016
Variància			1,033
Mínim			1
Màxim			5

Si analitzem la pregunta P.9 (taula 14), referida al **grau de valoració mediambiental que es fa de la fruita i verdura de proximitat** (produïda a les comarques de Castelló), l’afirmació amb una mitjana més elevada, amb un valor de 4,23 sobre una escala de valoració d’1-5 punts, és aquella que diu que ‘la fruita i verdura de proximitat fa servir menys plàstics en envasos’. En canvi, l’afirmació que té una menor mitjana, amb un valor de 4,11 punts, és aquella que diu que ‘comprar fruita i verdura de proximitat recolza que els productors/res adopten pràctiques més sostenibles de producció’.

Taula 14. Quina valoració mediambiental fas de la fruita i verdura de proximitat (produïda a les comarques de Castelló).

	P.9.1 (la fruita i verdura de proximitat és més respectuosa amb el medi ambient)	P.9.2 (comprar fruita i verdura de proximitat recolza que els productors/es adopten pràctiques més sostenibles)	P.9.3 (La fruita i verdura de proximitat contamina menys que la d’altres regions o països)	P.9.4 (la fruita i verdura de proximitat fa servir menys plàstics en envasos)
Vàlid	363	361	357	363
No contesten	7	9	13	7
Mitjana	4,20	4,11	4,17	4,23
Desviació Estàndard	1,029	1,075	1,057	,963
Variància	1,058	1,156	1,118	,927
Mínim	1	1	1	1
Màxim	5	5	5	5

En relació amb la pregunta P.10 (taula 15), centrada en **quina valoració es fa sobre el preu de venda de la fruita i verdura de proximitat** (produïda a les comarques de Castelló), cal destacar que l’afirmació ‘trobe que el preu de la fruita i verdura de proximitat és alt’ és l’afirmació que té una major mitjana, 3,12 en una escala d’1-5 punts. En canvi, l’afirmació que té una menor mitjana és aquella que diu ‘els beneficis que suposa el consum de fruita i verdura de proximitat no justifica el seu preu’, amb un valor de 2,86.

Taula 15. Quina valoració fas del preu de venda de la fruita i verdura de proximitat (produïda a les comarques de Castelló)

	P.10.1 (la fruita i verdura de proximitat és massa cara)	P.10.2 (els beneficis que suposa el consum de fruita i verdura de proximitat no justifica el seu preu)	P.10.3 (trobe que el preu de la fruita i verdura de proximitat és alt)	P.10.4 (m’importa pagar un preu superior per la fruita i verdura de proximitat)
Vàlid	361	360	359	363
No contesten	9	10	11	7
Mitjana	3,11	2,86	3,12	2,92
Desviació Estàndard	1,193	1,278	1,222	1,243
Variància	1,422	1,634	1,493	1,546
Mínim	1	1	1	1
Màxim	5	5	5	5

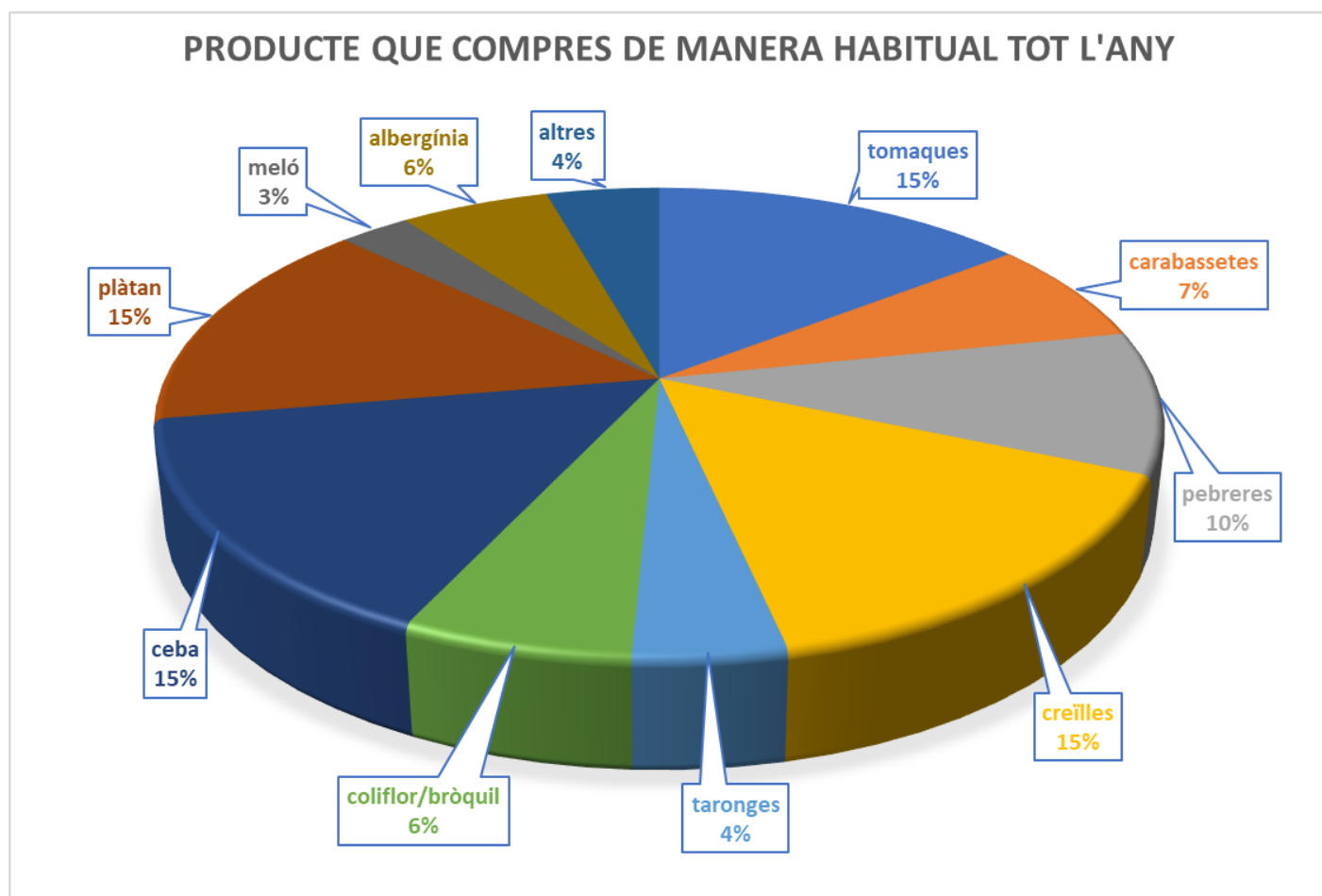
Respecte a la pregunta P11, sobre **quines fruites i verdures es compra de manera habitual** durant tot l’any, la gran majoria de les persones enquestades han dit la ceba (83,2%), el plàtan (81,4%) i les tomaques (79,2%). Per contra, el meló (14,9%) i les taronges (22,7%) han estat les fruites menys assenyalades (taula 16 i figura 2).

El consum de taronges per part d’un 22,7% de la mostra pot ser simptomàtic del fet que fruites que no són collides, de manera natural, durant tot l’any són consumides per part d’algunes persones en tots els mesos de l’any. Aquest resultat pot venir explicat per l’oferta existent, en alguns establiments, de productes agroalimentaris provinents de països d’altres continents on la temporada de collita és totalment oposada a la de les comarques de Castelló.

Taula 16. Fruita i verdura que compres de manera habitual durant tot l'any.

	P11.1 (tomaques)	P11.2 (carabassetes)	P11.3 (pebreres)	P11.4 (creïlles)	P11.5 (taronges)	P11.6 (coliflor/bròquil)	P11.7 (ceba)	P11.8 (plàtan)	P11.9 (meló)	P11.10 (albergínia)	P11.11 (altres)
Freqüència	293	145	198	305	84	127	308	301	55	116	88
Percentatge	79,2	39,2	53,5	82,4	22,7	34,3	83,2	81,4	14,9	31,4	23,8

Figura 2. Productes que compres de manera habitual durant tot l'any



Quant a la pregunta P.12 (taula 17), sobre **quina valoració es fa de la sostenibilitat econòmica associada a la fruita i verdura de proximitat** (produïda a les comarques de Castelló), destaca que les afirmacions ‘comprar fruita i verdura de proximitat ajuda els productors/res locals’ i ‘comprar fruita i verdura de proximitat ajuda a crear llocs de treball en els pobles de les comarques de Castelló’ són les que mostren una mitjana més elevada, 4,53 en una escala d’1-5 punts. En canvi, l’afirmació que mostra una menor mitjana és aquella que diu ‘ajudar l’economia rural més pròxima és important per a mi’, amb una mitjana de 4,35.

Taula 17. Quina valoració fas de la sostenibilitat econòmica associada a la fruita i verdura de proximitat (produïda a les comarques de Castelló)

	P.12.1 (comprar fruita i verdura de proximitat ajuda els productors/res locals)	P.12.2 (comprar fruita i verdura de proximitat ajuda les tendes i mercats locals)	P.12.3 (comprar fruita i verdura de proximitat ajuda a crear llocs de treball ...)	P.12.4 (ajudar l'economia rural més pròxima és important per a mi)
Vàlid	362	362	364	363
No contesten	8	8	6	7
Mitjana	4,53	4,47	4,53	4,35
Desviació Estàndard	,852	,865	,814	,896
Variància	,726	,748	,663	,803
Mínim	1	1	1	1
Màxim	5	5	5	5

Si fem l'anàlisi de la pregunta P.13 (taula 18), referida al **comportament de compra de fruita i verdura de proximitat** (produïda a les comarques de Castelló), cal esmentar que l'afirmació 'soc un/a comprador/a habitual de fruita i verdura de proximitat' és la que té una mitjana més elevada, 3,69 en una escala d'1-5 punts. En canvi, l'afirmació 'en els últims 3 mesos mai he comprat fruita i verdura de proximitat', té la menor mitjana amb un valor d'1,93. Aquesta puntuació respon a què aquesta afirmació està expressada en sentit negatiu.

Taula 18. Comportament de compra de fruita i verdura de proximitat (produïda a les comarques de Castelló)

	P13.1 (soc un/a comprador/a habitual ...)	P13.2 (compre fruita i verdura de proximitat inclús quan hi ha alternatives disponibles d'altres províncies o països)	P13.3 (en un dia normal de compres, sempre compre fruita i verdura de proximitat)	P13.4 (En els últims 3 mesos mai he comprat mai he comprat fruita i verdura de proximitat)
Vàlid	363	361	361	364
No contesten	7	9	9	6
Mitjana	3,69	3,47	3,31	1,93
Desviació Estàndard	1,148	1,225	1,211	1,325
Variància	1,318	1,500	1,466	1,755
Mínim	1	1	1	1
Màxim	5	5	5	5

BLOC 2: CONSUM RESPONSABLE

Comencem l'anàlisi d'aquest segon bloc del qüestionari, sobre consum responsable, amb la pregunta P.14. Aquesta pregunta està centrada en quin grau la persona enquestada opina que **el consum provoca algun tipus d'impacte en el medi ambient i repercuteix en la crisi climàtica**. Més del 50% de les persones enquestades, en concret el 56,8%, contesten que té molt d'impacte. Aquesta xifra és seguida pel nombre d'enquestats que manifesten que té prou impacte (19,1%). Finalment, sols l'1,4% dels enquestats opinen que el consum no té res d'impacte en el medi ambient i no repercuteix en la crisi climàtica (taula 19).

Taula 19. En quin grau el consum provoca impacte en el medi ambient i repercuteix en la crisi climàtica

		Freqüència	Percentatge
Vàlid	1. Res d'impacte	5	1,4
	2. Algun impacte	14	3,8
	3. Té impacte	44	11,9
	4. Prou impacte	71	19,1
	5. Molt d'impacte	210	56,8
Total		344	93,0
No contesten		26	7,0
Total		370	100,0
Mitjana			4,36
Desviació Estàndard			,952
Variància			,907
Mínim			1
Màxim			5

Si analitzem la pregunta P.15, centrada en el grau que l'enquestada opina que **les compres poden afectar la qualitat de vida de les persones que treballen al sector agroalimentari**, podem esmentar com un 40,5% dels enquestats manifesta que les compres afecten molt. En canvi, no arriba al 6% del total d'enquestats els que manifesten que les compres no afecten res o té poca afectació en la qualitat de vida de les persones que treballen al sector agroalimentari (taula 20).

Taula 20. En quin grau les compres afecten a la qualitat de vida de les persones treballadores

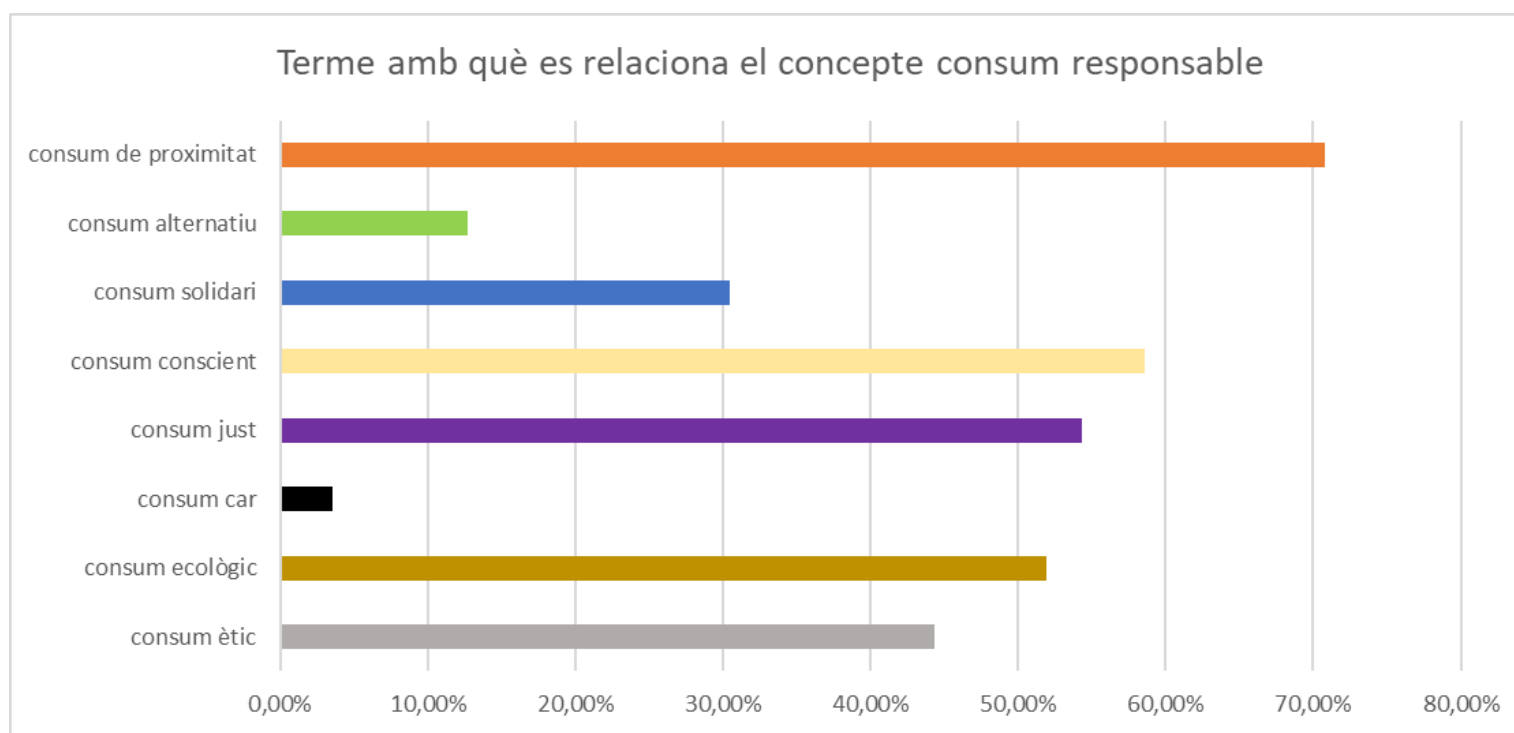
Vàlid	1. Res	8	2,2
	2. Poca afectació	12	3,2
	3. Té afectació	73	19,8
	4. Prou afectació	102	27,6
	5. Molt	150	40,5
Total		345	93,2
No contesten		25	6,8
Total		370	100,0
Mitjana			4,08
Desviació Estàndard			,995
Variància			,990
Mínim			1
Màxim			5

La pregunta P.16 es refereix a quina opció de les següents creu la persona enquestada que millor es relaciona amb el **concepte consum responsable**. En la taula 21 i figura 3 es mostren que el major percentatge d'enquestats relaciona el consum responsable amb el terme consum de proximitat (70,8%), essent seguit pel terme consum conscient (58,6%) i pel terme consum just (54,3%). En canvi, el terme consum car sols ha estat marcat pel 3,5% del total de la mostra.

Taula 21. Amb què terme es relaciona el concepte consum responsable

	P.16.1 (consum ètic)	P.16.2 (consum ecològic)	P.16.3 (consum car)	P.16.4 (consum just)	P.16.5 (consum conscient)	P.16.6 (consum solidari)	P.16.7 (consum alternatiu)	P.16.6 (consum de proximitat)
Freqüència	164	192	13	201	217	113	47	262
Percentatge	44,3	51,9	3,5	54,3	58,6	30,5	12,7	70,8

Figura 3. Amb què terme es relaciona el concepte consum responsable



Respecte als **hàbits de compra abans d'eixir a comprar**, P.17 (taula 22), cal esmentar que l'afirmació 'agafe les meues pròpies borses per comprar' és la que té una mitjana més alta, 4,22 en una escala d'1-5 punts; seguida per l'afirmació 'faig una llista de les meues necessitats'. En canvi, l'afirmació amb una menor mitjana és aquella que diu 'tinc un pressupost previ', amb una valoració de 2,51.

Taula 22. Hàbits de compra abans d'eixir a comprar

	Enquestats	Mínim	Màxim	Mitjana	Desviació Estàndard	Variància
P.17.1 (agafe les meues pròpies borses per comprar)	346	1	5	4,22	1,046	1,094
P.17.2 (faig una llista de les meues necessitats)	345	1	5	4,07	1,204	1,449
P.17.3 (tinc un pressupost previ)	340	1	5	2,51	1,316	1,732
P.17.4 (mire abans ofertes i preus)	344	1	5	3,13	1,391	1,935

En relació amb la pregunta P.18 (taula 23), referida als **hàbits durant la compra**, destaca que l'afirmació 'em fixe en la data de caducitat' és la que té una mitjana més elevada (4,19), seguida per l'afirmació 'em fixe en el preu' (4,12) i per l'afirmació 'em fixe en l'etiqueta'. En canvi, l'afirmació amb una menor mitjana és aquella que diu 'no em fixe en res' (1,57).

Taula 23. Hàbits durant la compra

	P.18.1 (em fixe en la data ...)	P.18.2 (em fixe en el preu)	P.18.3 (em fixe en l'etiqueta)	P.18.4 (em fixe en l'embalatge)	P.18.5 (tinc en compte el lloc ...)	P.18.6 (no em fixe en res)
Vàlid	344	336	337	340	343	333
No responen	26	34	33	30	27	37
Mitjana	4,19	4,12	3,80	3,59	3,75	1,57
Desviació Estàndard	1,047	,989	1,117	1,200	1,198	1,095
Variància	1,096	,979	1,247	1,441	1,435	1,198
Mínim	1	1	1	1	1	1
Màxim	5	5	5	5	5	5

Finalment, en aquest bloc analitzem quina valoració fa cada una de les persones enquestades de **la compra i les necessitats** que es pot cobrir (taula 24). Podem esmentar que per a la majoria de les persones que formen la mostra es compra una mica més d'allò que necessita (59,2%), seguida pel percentatge que compra per cobrir únicament les necessitats bàsiques (26,2%). En canvi, el menor percentatge de persones enquestades és el que manifesta que compra molt (li encanta comprar), amb l'1,6% del total de la mostra.

Taula 24. La compra i les necessitats cobertes

		Freqüència	Percentatge
Vàlid	1. Únicament per cobrir les necessitats bàsiques	97	26,2
	2. Un poc més d'allò que necessites	219	59,2
	3. Prou, més d'allò que necessites	25	6,8
	4. Molt, m'encanta comprar	6	1,6
	Total	347	93,8
No contesten		23	6,2
Total		370	100,0

BLOC 3: AGROECOLOGIA



Què és l'Agroecologia?

L'agroecologia és una disciplina científica, un conjunt de pràctiques i un moviment social.

Com a **CONJUNT DE PRÀCTIQUES**, busca sistemes agrícoles sostenibles que optimitzen i estableixen la producció.

Com a **CIÈNCIA**, estudia com els diferents components de l'agroecosistema interactuen.

Com a **MOVIMENT SOCIAL**, persegueix papers multifuncionals per a l'agricultura, promou la justícia social, nodreix la identitat i la cultura, i reforça la viabilitat econòmica de les zones rurals.

En aquest tercer bloc, en primer lloc s'analitza les respostes de les persones enquestades a la pregunta si coneixen **què és l'agroecologia**. Més del 60% de les persones que formen la mostra va expressar que sí coneix el concepte (64,2%), mentre que el 29,2% va expressar que no coneix què significa agroecologia. Finalment, 24 persones no van contestar aquesta pregunta (taula 25).

Taula 25. Coneixement del concepte agroecologia

		Freqüència	Percentatge
Vàlid	1. Sí	238	64,3
	2. No	108	29,2
	Total	346	93,5
	No responen	24	6,5
Total		370	100,0

En la següent pregunta, P.21 (taula 26), les enquestades que van contestar 'sí' a la pregunta anterior marquen una de les opcions que es mostra per tal de definir el concepte agroecologia. Destaca com l'opció més escollida aquella que diu 'són un conjunt de tècniques de cultiu que busquen produir aliments de qualitat de forma sostenible', amb un 31,6% de les persones enquestades. La segona afirmació més escollida és aquella que diu 'totes les anteriors', amb el 25,9%. En canvi, les opcions menys escollides són 'cap de les anteriors' i 'altra definició', amb el 0,5% de les persones que formen la mostra.

Taula 26. Definicions d'agroecologia

		Freqüència	Percentatge
Vàlid	1. Són un conjunt de tècniques de cultiu ...	117	31,6
	2. És un moviment social que busca la justícia social ...	8	2,2
	3. És una disciplina científica que estudia com ...	10	2,7
	4. Totes les anteriors	96	25,9
	5. Cap de les anteriors	2	0,5
	6. Altra definició	2	0,5
	Total	235	63,5
	No contesten	135	36,5
Total		370	100,0

En relació amb la pregunta P.22, referida a si **consumeixes productes agroecològics**, el 41,6% de la mostra manifesta que sí consumeixen. En canvi, el 22,2% diuen que no consumeixen productes agroecològics (taula 27). Finalment, 134 persones no van contestar esta pregunta en no conèixer el concepte preguntat en la pregunta P.20.

Taula 27. Consumeixes o no productes agroecològics

		Freqüència	Percentatge
Vàlid	1. Sí	154	41,6
	2. No	82	22,2
	Total	236	63,8
	No contesten	134	36,2
Total		370	100,0

Si analitzem la pregunta P.23 (taula 28), relacionada amb els **motius que expliquen per què es consumeix productes agroecològics**, cal destacar que l’afirmació amb una mitjana més elevada és aquella que diu que ‘són millors per al medi ambient’, amb un valor de 4,48. En segon lloc es troba l’afirmació que diu ‘fomente l’economia de proximitat’, amb una mitjana de 4,46. En canvi, l’afirmació amb una menor mitjana és aquella que diu que ‘conec a la persona que els cultiva’, amb un valor de 3,63.

Taula 28. Motius que expliquen per què consumeixes productes agroecològics

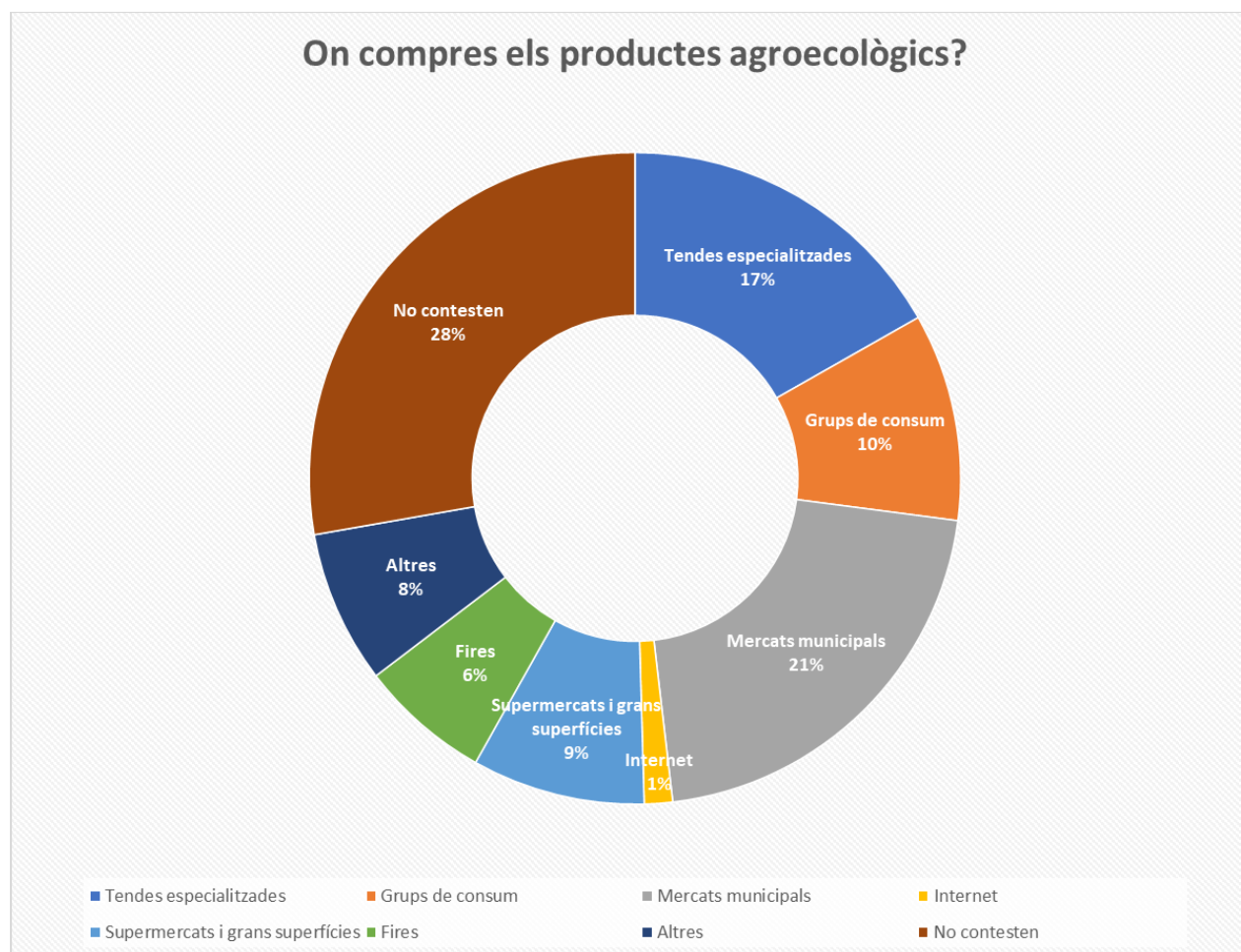
	P.23.1 (per motius de salut)	P.23.2 (millors propietats)	P.23.3 (són millors per al medi ambient)	P.23.4 (evitar enriquiment intermediaris)	P.23.5 (conec a la persona que els cultiva)	P.23.6 (fomente l’economia de proximitat)	P.23.7 (no estic subjecte a les grans empreses)
Vàlid	149	149	149	149	147	146	146
No contesten	221	221	221	221	223	224	224
Mitjana	3,95	4,36	4,48	4,05	3,63	4,46	4,03
Desviació Estàndard	1,058	,816	,759	1,176	1,346	,895	1,168
Variància	1,119	,665	,576	1,383	1,811	,802	1,365
Mínim	1	1	1	1	1	1	1
Màxim	5	5	5	5	5	5	5

Quant a la pregunta P.24 (taula 29 i figura 4), referida al **lloc on es compren els productes agroecològics**, cal destacar que la primera opció escollida és el mercat municipal, amb el 21,1% de les persones enquestades. En segon lloc es troba la tenda especialitzada, amb el 16,8%. En canvi, per Internet és l’opció menys escollida, sols amb l’1,4% de les persones que formen la mostra.

Taula 29. On compres els productes agroecològics?

	P.24.1 (tendes especialitzades)	P.24.2 (grups de consum)	P.24.3 (mercats municipals)	P.24.4 (per Internet)	P.24.5 (supermercats i grans superfícies)	P.24.6 (fires d’alimentació)	P.16.7 (altres)	Total	No contesten	Total
Freqüència	62	38	78	5	32	24	28	267	103	370
Percentatge	16,8	10,3	21,1	1,4	8,6	6,5	7,6	72,2	27,8	100,0

Figura 4. Lloc de compra del productes agroecològics



Respecte de la pregunta P.25 (taula 30), centrada en **freqüència de compra dels productes agroecològics**, podem esmentar que l'opció més escollida ha estat 'diàriament' (17,3%), seguida per l'opció 'una vegada a la setmana' (12,7%). En canvi, sols una persona va indicar que consumeix 'rara vegada' productes agroecològics del total de 150 persones que van manifestar fer-ho. La resta de la mostra, 220 persones, no va manifestar consumir productes agroecològics.

Taula 30. Freqüència de consum dels productes agroecològics

		Freqüència	Percentatge
Vàlid	1. Rara vegada	1	0,3
	2. Alguna vegada	38	10,3
	3. Una vegada a la setmana	47	12,7
	4. Diàriament	64	17,3
	Total	150	40,5
	No contesten	220	59,5
Total		370	100,0

En relació amb l'última pregunta d'aquest bloc, P.26 (taula 31), referida a **per quin motiu no consumeix productes agroecològics**, cal esmentar que l'opció més escollida ha estat perquè són productes més cars, amb el 23,5% de les persones enquestades. Aquesta opció és seguida per l'afirmació que es troba dificultats per accedir als llocs de compra, amb el 9,2% de la mostra. En canvi, l'opció menys escollida és per desconeixement on es poden comprar, amb el 5,7% de les persones enquestades, i l'opció 'altres', amb el 4,9% de la mostra.

Taula 31. Motius que expliquen perquè no es consumeix productes agroecològics

		Freqüència	Percentatge
Vàlid	1. Per desconeixement de l'existència d'aquest tipus de producte	26	7,0
	2. Per desconeixement d'on puc comprar-los.	21	5,7
	3. Són productes més cars.	87	23,5
	4. Dificultat per accedir als llocs de compra	34	9,2
	5. Dificultat en reconèixer el producte	21	5,6
	6. Altres	18	4,9
Total		207	55,9
No contesten		163	44,1
Total		371	100,0

BLOC 4: SOBIRANIA ALIMENTÀRIA



Què és la Sobirania Alimentària?

**La sobirania alimentària*
és el dret dels pobles a:**

Determinar les polítiques agrícoles i alimentàries que els afecten, adaptades a les seues característiques ambientals, socials, econòmiques i culturals.

Tenir dret i accés a la terra, als recursos naturals, a les llavors, a poder alimentar-se de forma sana, saludable i culturalment adaptada.

Protegir i a regular la producció i el comerç agrícola interior amb l'objectiu d'aconseguir un desenvolupament sostenible i garantir la seguretat alimentària.

*Via Camperola

En aquest bloc, en primer lloc analitzem la pregunta P.27 (taula 32), referida a si la persona enquestada creu que **a les comarques de Castelló hi ha capacitat per produir la major part dels productes agroalimentaris que es consumeix**. Cal esmentar que l'opció més escollida ha estat que les comarques de Castelló sí que tenen capacitat per produir tot allò que es consumeix de productes agroalimentaris, amb el 63% de les persones enquestades. En canvi, el 10% opina que no tenen capacitat i el 17,5% manifesten que no saben la resposta.

Taula 32. Valoració sobre si les comarques de Castelló tenen capacitat per produir allò que es consumeix de productes agroalimentaris

		Freqüència	Percentatge
Vàlid	1. Sí	233	63,0
	2. No	37	10,0
	3. No sap	65	17,5
	Total	335	90,5
No contesten		35	9,5
Total		370	100,0

Quant a la pregunta P.28 (taula 33), referida a si l'enquestat sap què és el **concepte sobirania alimentària**, destaca que la majoria de les persones de la mostra manifesta que no sap què significa aquest concepte, amb el 53,8% del total de persones enquestades. Per contra, el 36,5% de la mostra manifesta que sí que coneix el concepte sobirania alimentària. Per últim, el 9,7% de la mostra no contesta la pregunta.

Taula 33. Coneixement del concepte sobirania alimentària

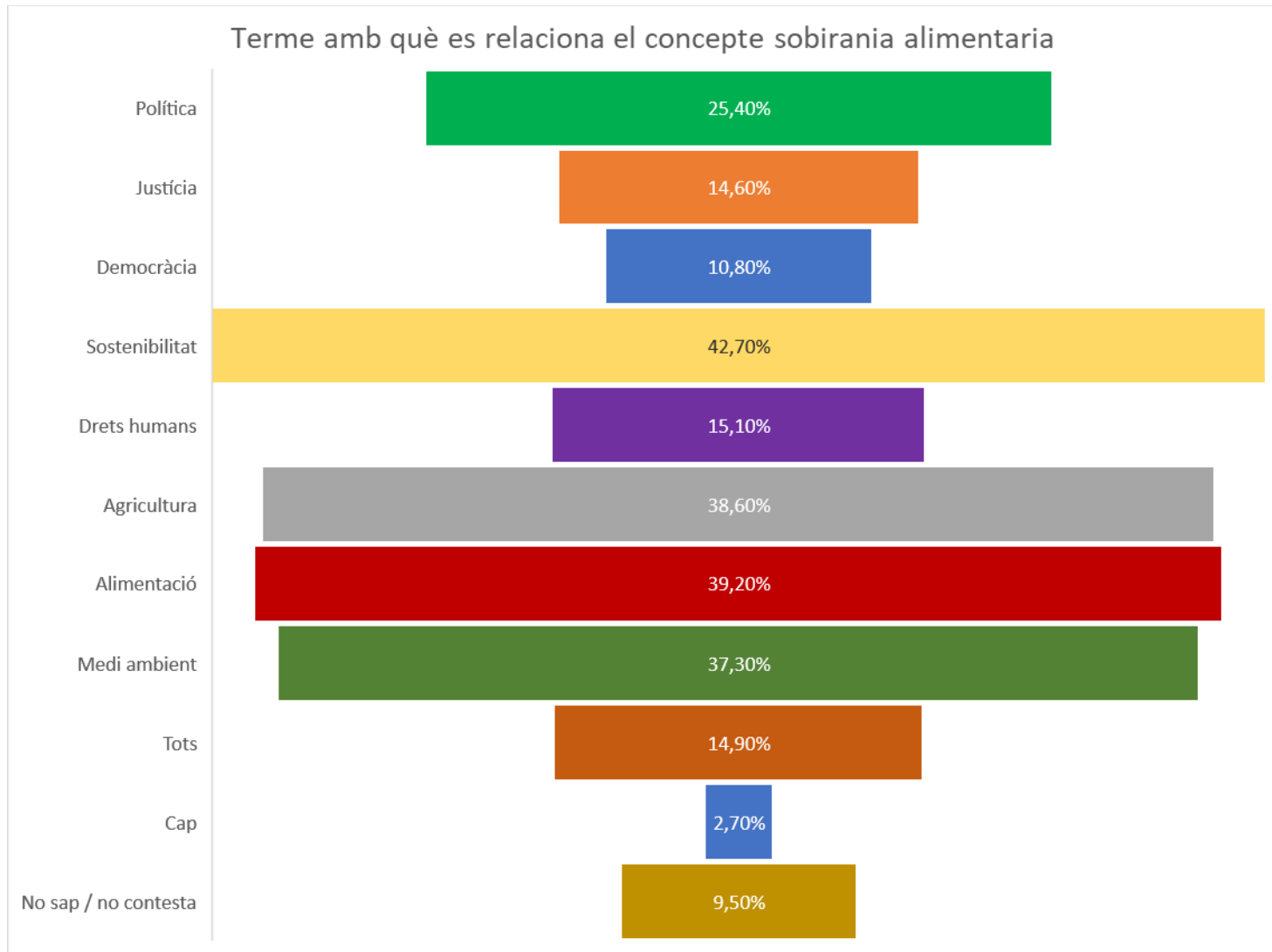
		Freqüència	Percentatge
Vàlid	1. Sí	135	36,5
	2. No	199	53,8
	Total	334	90,3
No contesten		36	9,7
Total		370	100,0

Finalment, en relació amb la pregunta P.29 (taula 34 i figura 5), referida als **termes amb què es relaciona el concepte sobirania alimentària** (amb resposta múltiple), cal esmentar que l'opció més escollida és 'sostenibilitat' amb el 42,7%. En canvi, la menys escollida és 'cap' amb el 2,7% de la mostra.

Taula 34. Terme amb què es relaciona el concepte sobirania alimentària

	P.29.1 (política)	P.29.2 (justícia)	P.29.3 (democràcia)	P.29.4 (sostenibilitat)	P.29.5 (drets humans)	P.29.6 (agricultura)	P.29.7 (alimentació)	P.29.8 (medi ambient)	P.29.9 (tots)	P.29.10 (cap)	P.29.11 (no sap / no contesta)
Freqüència	94	54	40	158	56	143	145	138	55	10	35
Percentatge	25,4	14,6	10,8	42,7	15,1	38,6	39,2	37,3	14,9	2,7	9,5

Figura 5. Terme amb què es relaciona el concepte sobirania alimentària



BLOC 5: DONA I AGRICULTURA

En relació amb el bloc 5, relacionat amb el paper que se li atorga a la dona en el sector agrícola, analitzem la pregunta P.30 (taula 35), centrada en saber si **la persona enquestada creu que hi ha menys dones agricultores que homes**. Així, el 68,4% de les persones diu que sí que hi ha menys dones com agricultores. En canvi, el 9,5% de la mostra opina que no hi ha menys dones. Finalment, el 9,7% diu no saber la resposta.

Taula 35. Valoració sobre si hi ha menys dones agricultores

		Freqüència	Percentatge
Vàlid	1. Sí	253	68,4
	2. No	35	9,5
	3. No sap	36	9,7
	Total	324	87,6
No contesten		46	12,4
Total		370	100,0

Quant a la pregunta P.31 (taula 36), referida a saber els **motius que expliquen perquè les dones es dediquen menys a treballar al camp**, cal esmentar que l'opció amb una mitjana més alta és aquella que diu que 'estan però no se'ls veu', amb un valor de 3,48; seguida per l'afirmació 'tradicionalment se'ls associa a treballs de cures', amb un valor de 3,10. En canvi, la mitjana més baixa correspon a l'afirmació que les dones 'els agraden treballs més còmodes', amb un valor de 1,79 sobre una escala 1-5 punts.

Taula 36. Motius que expliquen perquè es considera que les dones es dediquen menys a treballar al camp

	P.31.1 (el treball del camp és molt dur ...)	P.31.2 (estan però no se'ls veu)	P.31.3 (els agraden treballs més còmodes)	P.31.4 (han de cuidar dels fills i filles)	P.31.5 (no tenen terres en propietat)	P.31.6 (tradicionalment se'ls associa a ...)	P.31.7 (altres)
Vàlid	315	317	310	312	309	315	56
No contesten	55	53	60	58	61	55	314
Mitjana	2,09	3,48	1,79	2,57	2,26	3,10	3,25
Desviació Estàndard	1,283	1,224	1,202	1,340	1,302	1,466	1,587
Variància	1,645	1,497	1,446	1,796	1,694	2,149	2,518
Mínim	1	1	1	1	1	1	1
Màxim	5	5	5	5	5	5	5

Si analitzem la pregunta P.32 (taula 37), referida a la valoració que fa l'enquestat sobre **quines tasques relacionades amb l'agricultura són més pròpies de les dones** (valor 1 i 2, sobre una escala d'1-5 punts), quines tasques són més pròpies dels homes (valors 4 i 5, en una escala d'1-5 punts) i quines tasques es fan de manera indistinta entre tots dos gèneres (valor 3, d'una escala d'1-5 punts), podem esmentar que la tasca amb una menor puntuació mitjana (més pròpia de les dones) són els treballs de cures (cuinar, netejar...), amb una valoració de 2,04. En segon lloc, amb una menor puntuació mitjana (més pròpia de les dones) es troba la tasca de vendre la producció, amb una valoració de 2,75. En canvi, la puntuació mitjana més elevada (més pròpia dels homes) és conrear les terres, amb una puntuació de 3,76. Seguida, com a puntuació mitjana més elevada (més pròpia del homes), per la tasca de planificació dels cultius, amb una puntuació de 3,48. Finalment, la tasca amb una puntuació mitjana més propera al punt intermedi, 3,03 respecte dels 3 punts, que suposa que es considera una tasca a fer de manera indistinta entre els dos gèneres està relacionada amb activitats de burocràcia.

Taula 37. Tasques agrícoles associades al treball de les dones, al treball dels homes i indistintament als dos gèneres

	P.32.1 (conrear les terres)	P.32.2 (collir la producció)	P.32.3 (planificació dels cultius)	P.32.4 (compres de materials)	P.32.5 (temes burocràtics)	P.32.6 (venda de la producció)	P.32.7 (difusió i comunicació)	P.32.8 (treball de cures: cuinar, netejar...)	P.32.9 (altres)
Vàlid	295	299	294	295	292	294	295	297	42
No contesten	75	71	73	75	78	73	75	73	328
Mitjana	3,76	3,14	3,48	3,46	3,03	2,75	2,81	2,04	2,83
Desviació Estàndard	,911	,695	,853	,875	,881	,884	,758	,967	1,167
Variància	,830	,484	,728	,766	,775	,781	,574	,934	1,362
Mínim	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Màxim	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Finalment, en aquest bloc es tracta la pregunta P.33 (taula 38), relacionada amb **el grau d'importància que se li dona a les diferents tasques** dins del treball agroalimentari. Cal esmentar que la tasca més important segons la valoració mitjana atorgada per la mostra és la planificació de cultius (4,48, en una escala d'1-5 punts). En segon lloc se situa la venda de la producció, amb una valoració mitjana de 4,51. En canvi, a més de la puntuació mitjana atorgada a altres tasques, amb una puntuació de 3,88, destaca com a tasca concreta que la mostra atorga una menor importància a la relacionada amb la burocràcia.

Taula 38. Grau d'importància que se li dona a les diferents tasques pròpies del treball agroalimentari

	P.33.1	P.33.2	P.33.3	P.33.4	P.33.5	P.33.6	P.33.7	P.33.8	P.33.9
Vàlid	312	306	307	310	308	309	302	307	50
No contesten	59	65	64	61	63	62	69	64	321
Mitjana	4,45	4,48	4,55	4,31	4,02	4,51	4,28	4,08	3,88
Desviació Estàndard	,930	,842	,767	,893	1,049	,855	,936	1,217	1,023
Variància	,865	,709	,588	,798	1,101	,731	,875	1,480	1,047
Mínim	1	1	2	1	1	1	1	1	1
Màxim	5	5	5	5	5	5	5	5	5