

## **HAMBRE, CAPITALISMO Y CONSUMO DE ÉLITE: UNA PROPUESTA DE RE-ETIZACIÓN**

### ***HUNGER, CAPITALISM AND ELITIST CONSUMPTION: A PROPOSAL OF RE-ETHICSATION***

**Juan Agustín Franco Martínez**

Universidad de Extremadura, Cáceres, España  
franco@unex.es

---

#### **Resumen**

Este artículo parte de la siguiente pregunta: ¿Tiene sentido definir el hambre en términos apolíticos?, y por ello analiza el enfoque neoliberal como generador de una guerra alimentaria, del conflicto entre hambre y consumo de élite (especialmente el consumo ecológico), así como su tendencia creciente a cronificar la lucha contra el hambre como instrumento de disciplinamiento del creciente ejército de reserva de parados. Para ello se sugiere un marco teórico de correlación de fuerzas económicas a partir de la evidencia empírica y la corrupción empresarial (y fariseísmo financiero asociado a ella) como motor inmoral para la obtención de beneficios. Por último se plantea un proceso metodológico de re-etización de los estudios del comportamiento del consumidor hacia el de las empresas corruptoras.

**Palabras clave:** *Alimentos ecológicos, guerra neoliberal, corrupción, preferencias.*

#### **Abstract**

This article is based on the following question: Does it make sense to define hunger in apolitical terms?, and thus it analyzes the neoliberal approach as a generator of a food war, hunger vs. elite consumption (especially green consumption) and the growing tendency to maintain hunger as a means of disciplining the growing reserve army of unemployed. A theoretical framework is suggested from empirical evidence and corporate corruption (and financial pharisaism associated with it) as immoral engine for profit. Finally a methodological process of re-ethicsation of consumer behaviour researches towards the corrupting companies behaviour.

**Keywords:** *Ecological food, neoliberal war, corruption, preferences.*

## Introducción

*“¿Qué es el hambre? El hambre es la escasez o el acceso restringido a suficiente cantidad de alimentos y la carencia de nutrientes esenciales y necesarios para el desarrollo de los niños y niñas y la salud de las personas. El hambre tiene repercusiones en las facultades físicas y mentales de las personas que la sufren”* (Oxfam, 2013: 3).

¿Tiene sentido definir el hambre en términos apolíticos?, especialmente en un mundo en el que siguen existiendo tribus y poblaciones indígenas que viven en equilibrio con su entorno, desconociendo el significado del hambre; y en el que la riqueza mundial puede abastecer a bastante más de la población actual. El hambre es, en estas circunstancias, un arma de guerra. Aplicarla sin que se recrudezca la violencia de la batalla es un arte. Definir el hambre en pleno siglo XXI utilizando el campo semántico de la biología, como hace Oxfam y otras organizaciones sociales, es una victoria del ejército neoliberal<sup>1</sup> y de su fariseísmo financiero (Franco, 2016).

Del mismo modo, definir el hambre como un problema técnico, solucionable a través de la agricultura ecológica o transgénica, es otra victoria neoliberal. Veamos algunas cifras básicas sobre el escaso alcance y potencial de esta fantasía ecologista neoliberal, así como de su falsa orientación hacia la solución del hambre. Así, por ejemplo, la característica fundamental de la agricultura ecológica europea es que aúna un creciente ejército y producción en apariencia inmaculados (como si la transferencia de contaminantes no existiera): La superficie ecológica supera los 10 millones de hectáreas en 2014, aproximadamente un 6% de la SAU del continente, con un valor de mercado de 24 mil millones de euros (Eurostat, 2014), equivalente a más de un tercio de la cantidad necesaria para erradicar el hambre a nivel mundial: “842 millones de personas sufren hambre crónica en el mundo, de los cuales 827 millones están en países en desarrollo. Bastante más que el total de la población europea” (Oxfam, 2013: 3-4). Sin embargo, la investigación alimentaria se dirige hacia una élite de consumidores privilegiados que pueden comprar productos ecológicos, ignorando propuestas tan sencillas como la de Pogge (2002), que sugiere dedicar un porcentaje de los ingresos mundiales a un fondo global solidario para dotar de un ingreso básico a la población más pobre. Resulta extraño el énfasis en el análisis del sobreprecio ecológico individual, cuando en realidad habría que estar hablando del déficit ético empresarial, de su Disposición AL Poder (DAP<sup>e</sup>) y de su Disposición A la Corrupción (DAC<sup>e</sup>) dado que, como todos sabemos, el poder corrompe.

Las preferencias del consumidor por los alimentos ecológicos se basan en una percepción (creencia) general de que estos productos tienen características más deseables que los productos cultivados de manera convencional. La salud, la seguridad alimentaria y las consideraciones ambientales influyen en la demanda de productos ecológicos, además de las características del producto asociadas con la calidad: valor nutritivo,

<sup>1</sup> Igual que circunscribir el machismo a una simple expresión de diferencias biológicas (anatómicas y sexuales) entre hombres y mujeres. Es otra victoria del ejército patriarcal, patriarcapitalista.

precio, frescura, aroma, sabor, maduración, aspecto general. Diversos autores muestran claras diferencias entre las percepciones de calidad que cada consumidor tiene (Winter, 2006; Bonti y Yiridoe, 2006). En este contexto, los aspectos litúrgicos y rituales del marketing adquieren gran relevancia: etiquetado, trazabilidad, marcas de calidad, certificación ecológica, denominaciones de origen, etc., como garantía (aparente) de calidad y salubridad del producto, que es lo que buscan (creen) los consumidores de un segmento privilegiado de la demanda, a pesar del sobreprecio que ello supone, un diezmo que se acaba trasladando al precio de productos básicos. Todo un sistema bélico que obvia las necesidades alimentarias de la población sin suficiente capacidad de compra.

Por otro lado, en España la agricultura ecológica no despegó hasta 1995, cuando entran en vigor las ayudas económicas a la producción ecológica, lo cual propició la especialización agroecológica de regiones periféricas y tradicionalmente pobres como Extremadura y Andalucía. En 2008 España era el estado europeo con mayor superficie dedicada a este sector. Sin embargo, España se caracteriza por un bajo nivel de consumo interno y un conocimiento insuficiente de estos productos por parte del consumidor, que se ha agravado tras el estallido de la crisis financiera. Al mismo tiempo se encuentra con una estructura de comercialización limitada y una alta dependencia de la exportación (ya que el consumidor rico está en los países centrales de Europa). Los alimentos ecológicos suponen menos del 1% del gasto en alimentación de los españoles y se estima que alrededor del 70% de la producción española de productos ecológicos se exporta (Briz, 2004; MAGRAMA, 2016).

España reúne condiciones para el desarrollo de la agricultura y ganadería ecológicas por su favorable climatología y por los sistemas extensivos de producción, lo que refuerza y aumenta el carácter latifundista de la tierra y el poder de los terratenientes y caciques. Fomentando la expulsión y la emigración de la población. Perpetuando el discurso capitalista ecologista conservacionista del siglo XIX cuando se crearon los primeros parques nacionales, expulsando a la población nativa.

### **Hambre y derecho a la alimentación básica**

Frente al tradicional énfasis en la demanda ecológica de consumidores de nivel de renta media-alta (demanda privilegiada), tenemos también una parte de la demanda alimentaria no atendida, de bajos niveles de renta, que frecuentemente es ignorada en los estudios de comportamiento del consumidor, a excepción de los trabajos que incorporan el paradigma de la Responsabilidad Social Empresarial mediante el enfoque BOP (en inglés) o Base de la Pirámide (Arnold y Valentin, 2013). Este enfoque, éticamente cuestionable, sugiere que si la mayoría de la población es pobre (se encuentra en la base de la pirámide social), eso es bueno para las empresas, ya que es un incentivo para innovar y ofertar productos a un precio asequible que, multiplicado por todos los pobres que hay, aumentará sus beneficios mucho más que vender productos más caros a la población más rica, que son menos y además no consumen tanto.

Sin embargo, un sencillo análisis teórico y empírico nos da las claves para una lucha eficaz contra el hambre y la consolidación de un sistema de acceso universal a los alimentos básicos de producción ecológica, desmercantilizando de este modo el derecho a la alimentación que en pleno siglo XXI sigue siendo conculcado por los intereses de la agroindustria y las finanzas especulativas.

Con un “sencillo análisis empírico” nos referimos a la situación de crisis económica originada en 2007 con la quiebra de Lehman Brothers que ha disparado, entre otros indicadores, los porcentajes de pobreza alimentaria infantil, especialmente en España. Así, siguiendo a Oxfam (2013), en España la crisis y las políticas de austeridad han provocado que el 25% de la población esté en situación de pobreza y riesgo de exclusión (elevándose la pobreza infantil al 34% según el último informe de UNICEF). Un 3% vive con carencias alimentarias (proteína animal), que sube a un 3,5% en el caso de los mayores de 65 años. Esto ha provocado un crecimiento notable de las ayudas alimentarias (reflejo del avance de las políticas caritativas y de beneficencia frente a los derechos) a través del Plan Europeo de ayuda a las personas más necesitadas, a través de los Bancos de Alimentos y de las organizaciones sociales (que tan buena prensa tienen en los medios de comunicación, que se benefician y auspician este silencio sobre la guerra neoliberal)<sup>2</sup>. Entre 2007-2013 casi se duplicó el presupuesto para ayudas alimentarias, de 50 millones de euros y casi 1 millón de beneficiarios en 2007 a 86 millones de euros y más de 2 millones de personas en 2013. En 2011 casi la mitad de las familias españolas había modificado sus hábitos alimentarios debido a la crisis económica. Casi la mitad de los niños de 6 a 9 años tenían problemas de obesidad o sobrepeso debido a una dieta barata e insana. Además del encarecimiento relativo de los comedores escolares (por ejemplo, en Canarias 12 mil niños se dieron de baja de los comedores escolares y en Cataluña, más de un tercio de las familias en situación de vulnerabilidad no podían pagar el servicio de comedor). También en 2011 se contabilizaron 50 mil niños catalanes con carencias alimentarias (y en 2013 fueron tratados 751 niños con síntomas de desnutrición). Si esto pasa en Cataluña, qué no estará pasando en otras regiones más pobres, como Extremadura.

Mientras que con un “sencillo análisis teórico” nos referimos al planteamiento estrictamente matemático de un modelo de oferta y demanda que abastezca a la totalidad de la demanda, sin dejar tramos desatendidos por falta de poder adquisitivo o por capacidad insuficiente de compra. Desde esta óptica partimos de las funciones clásicas, explícitas e implícitas, de oferta y demanda:

$$\text{Funciones explícitas: } Q_{OFERTA} = a + bP \text{ y } Q_{DEMANDA} = c - dP \quad [1]$$

$$\text{Funciones implícitas: } P_{OFERTA} = (Q - a)/b \text{ y } P_{DEMANDA} = (c - Q)/d \quad [2]$$

<sup>2</sup> Se recomienda, para profundizar, ver el documental “Ouróboros: La espiral de la pobreza.” También el documental sobre el timo de las bombillas de bajo consumo. Y la web del economista José Iglesias: [www.rentabasica.net](http://www.rentabasica.net)

Despejando  $P$  de la función explícita de demanda y sustituyéndolo en la función de oferta obtenemos la función explícita de demanda-oferta constante ( $Q_{D-O}$ ). Y alternativamente, despejando  $Q$  en las funciones implícitas se obtiene la función implícita constante de demanda-oferta ( $P_{D-O}$ ):

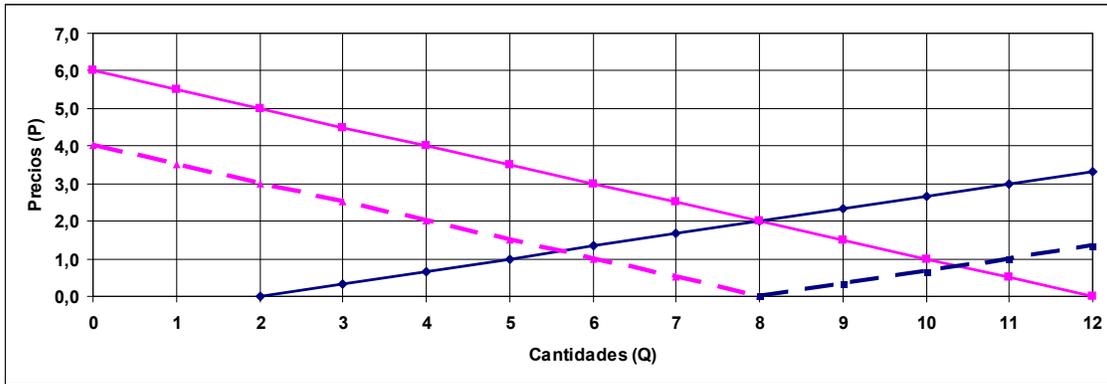
$$Q_{D-O} = (da + bc)/(d + b) \quad [3]$$

$$P_{D-O} = (c - a)/(d + b) \quad [4]$$

De la ecuación explícita de demanda-oferta  $Q_{D-O}$  se deduce que en el equilibrio la cantidad demandada y ofertada no depende del nivel de precios, sólo de las pendientes de las funciones de demanda y oferta,  $b$  y  $d$  respectivamente, y de los niveles  $a$  y  $c$  correspondientes a precios nulos en cada una de las funciones originales. Esto significa que hay solución de equilibrio para cualquier valor de las pendientes, es decir, para cualquier estructura de mercado. Y será óptima siempre y cuando los valores de  $a$  y  $c$  coincidan con la cantidad que se desea demandar y con la que se desea ofertar cuando el precio es nulo y, en consecuencia, también se anula el exceso de demanda (deja de existir demanda no atendida por insuficiencia de capacidad adquisitiva). Es la situación más favorable para la condición teórica de demandante absoluto (Figura 1) porque es independiente del poder de compra. La justicia económica jamás puede ser ineficiente, salvo en esquemas amorales.

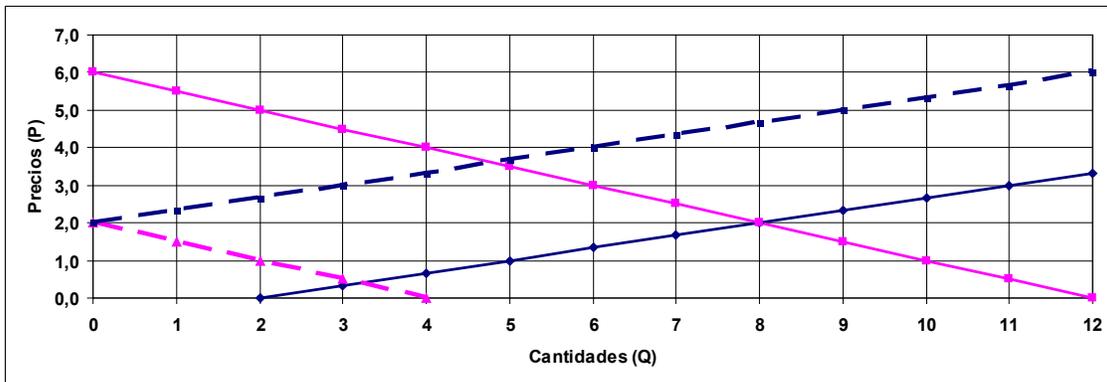
Ejemplo: si  $Q$  es igual a 8, dada la ecuación explícita de demanda-oferta constante, se alcanza el óptimo para valores idénticos de  $a$  y  $c$ , lo que implica que en las funciones explícitas de demanda y oferta el precio es nulo. Para cualesquiera otros valores no se anula el exceso de demanda. Es decir, está reflejando la tensión e inestabilidad del equilibrio, el reflejo de la lucha de clases: La lucha entre los que presionan los precios a la baja, minimizando el exceso de demanda; y los que presionan los precios al alza, minimizando el exceso de oferta. En otras palabras, entre los que desarrollan políticas tendentes a aumentar la oferta y disminuir la *demanda privilegiada* (enfoque decrecentista), y los que desean aplicar medidas orientadas a disminuir la oferta y aumentar la *demanda privilegiada* (enfoque especulativo y de economía sumergida), generando también demanda desatendida por falta de poder adquisitivo.

A partir de las funciones implícitas de oferta y demanda,  $P = f(Q)$ , se obtiene la ecuación implícita de demanda-oferta que se interpretaría del siguiente modo: Existe un precio de equilibrio que no depende de la cantidad. Y un precio óptimo sólo alcanzable si los demandantes están dispuestos a pagarlo y los oferentes a percibirlo cuando la producción es nula (Figura 2). Esta opción es la más favorable para la condición teórica de oferente absoluto (situación habitual de la persona que sólo dispone de su fuerza de trabajo para sobrevivir). En este caso la oferta se desplaza contrayéndose, y la demanda también se reduce.



**Figura 1: Ejemplo de solución óptima para el “demandante absoluto” a partir de la ecuación explícita de demanda-oferta constante (Fuente: Elaboración propia)**

Nota: Las líneas continuas representan la situación inicial de mercado. Las líneas punteadas indican el desplazamiento máximo desde la situación inicial para alcanzar la solución óptima desde la óptica del demandante absoluto.



**Figura 2: Ejemplo de solución óptima para el “oferente absoluto” a partir de la ecuación implícita de demanda-oferta constante (Fuente: Elaboración propia)**

Nota: Las líneas continuas representan la situación inicial de mercado. Las líneas punteadas indican el desplazamiento máximo desde la situación inicial para alcanzar la solución óptima desde la óptica del oferente absoluto.

Desde esta perspectiva implícita se obtiene una nueva justificación teórica de la “renta básica”, ya que la constante  $a$  de la función de oferta es positiva (“precio básico”) cuando la producción es nula. A esta situación remiten, por ejemplo, las estrategias de protección de industrias nacientes, incluida la agroalimentaria. ¿Por qué no aplicarla también al mundo del trabajo y al acceso gratuito a los bienes básicos? Que no se planteen estas preguntas es debido a la amoralidad del liberalismo económico, por ello es preciso remoralizar, re-etizar el pensamiento económico (Figura 3).

Sobre la base de esta tensión entre oferente y demandante se ha desarrollado la lucha de clases, el antagonismo entre trabajo y capital, y la crisis alimentaria y ecológica mundial. Además de un sistema financiero internacional esencialmente especulativo, basado en la trampa del crédito y la deuda infinita, que boicotea la propia existencia del libre mercado. En otras palabras, se ha polarizado la economía entre oferentes cuasiabsolutos y demandantes cuasiabsolutos, donde la clave económica no es la noción de equilibrio sino la de poder, de manera que toda desviación de la situación óptima para la demanda absoluta supone una pérdida de poder social. Y como tal se conceptualiza, por ejemplo, el salario, como indicador de la ganancia o pérdida de poder social por los trabajadores o los empresarios. Mientras que la ampliación del margen de precios del oferente absoluto respecto al óptimo supone una ganancia de poder social, cuyo límite será la disponibilidad de ingresos (salario más rentas públicas) en la demanda.

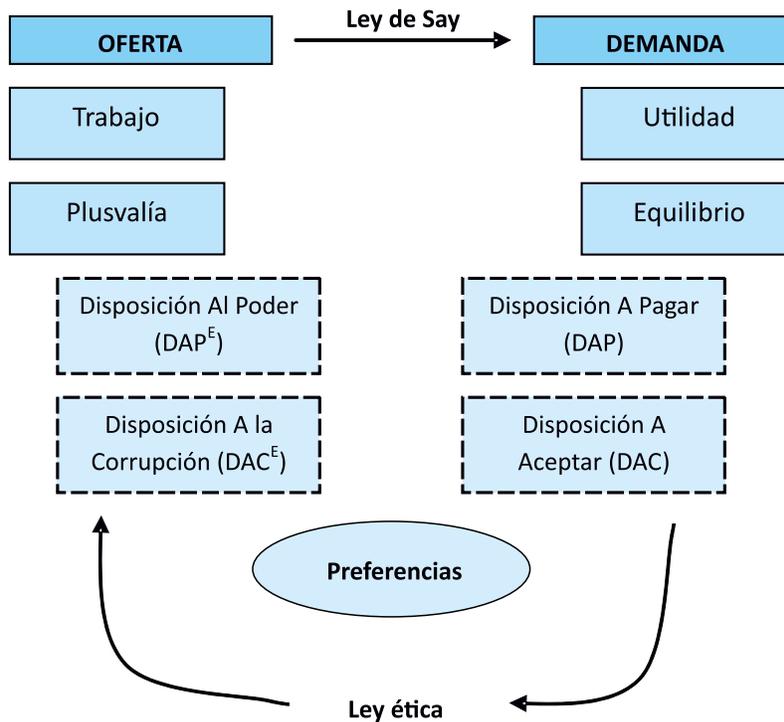


Figura 3: Esquema de re-etización de la teoría económica  
Fuente: Elaboración propia

### Re-etizando la teoría del consumidor

El estudio del comportamiento del consumidor ha alcanzado un gran auge, especialmente el estudio de sus preferencias (creencias), lo cual resulta particularmente lucrativo para las organizaciones empresariales

que operan en mercados cuasi-monopolísticos, como el agroalimentario, y también para las organizaciones caritativas de la sociedad civil que atienden las necesidades alimentarias de un creciente segmento de la población excluida del mercado.

En sus inicios el estudio del comportamiento del consumidor estaba justificado desde un punto de vista meramente económico<sup>3</sup>. Posteriormente, algunos autores incorporaron factores psicológicos en el enfoque económico y factores relacionados con la estructura social en el estudio del comportamiento del consumidor (Gil et al., 2004). Actualmente existen múltiples enfoques utilizados en marketing para abordar este campo de negocio. En este sentido, se puede decir que el comportamiento del consumidor es interdisciplinar y su estudio se basa en una creencia única, en un pensamiento único, sobre el ser humano, sistematizada en múltiples disciplinas ideologizadas (teologías), como la psicología, la sociología, la antropología y la economía.

Existe abundante literatura sobre el estudio ('científico') de las preferencias de los consumidores, especialmente de productos ecológicos: Bernabéu y Tendero (2004), Brugarolas y Rivera (2002), Napolitano et al. (2010), Sánchez et al. (2000), Sawyer et al. (2008), Soler et al. (2000), Zander et al. (2008), entre otros.

Para modelizar el comportamiento de un consumidor de bienes y servicios existen una gran variedad de herramientas que relacionan las preferencias del individuo con las utilidades que le genera la adquisición de algún bien y/o servicio, ignorando, injustificadamente, el valor del trabajo socialmente necesario para producir tales bienes. (Haberlo tenido en cuenta nos habría ahorrado muchos problemas relacionados con los abusos de la cadena de distribución agroalimentaria, cuyo poder de monopsonio ha permitido forzar a la baja los precios de los productos agroalimentarios, generando en muchos casos pérdidas a los primeros productores: agricultores y ganaderos; además de la exclusión social de segmentos enteros de la población con bajos niveles de renta).

El interés por el estudio de las preferencias en los individuos ha alcanzado mayor fuerza por el incremento de los procesos de desposesión por acumulación (disfrazados de competencia en el mercado) y por ende por la necesidad generada en las empresas de seleccionar estrategias comerciales más eficientes para profundizar la explotación laboral más allá de los puestos de trabajo, alcanzando hasta el frigorífico del hogar de los consumidores.

Diferentes técnicas y enfoques se han utilizado para obtener la información de las preferencias de los consumidores, pero independientemente del método empleado, el contexto de interés es siempre el mercado con capacidad de compra, excluyendo la demanda no solvente, lo que confiere un carácter perverso y peligroso a la actividad económica que desatiende la satisfacción de las necesidades alimentarias básicas. La pregunta es obvia: los métodos que principalmente se han utilizado en marketing para el estudio de las preferencias ¿podrían incorporar a aquel sector de la demanda no solvente?, por criterios tanto de eficiencia económica

<sup>3</sup> Reducción de costes y maximización de beneficios, dada la restricción presupuestaria del individuo y sus preferencias.

como de justicia social, utilizando para ello la noción de utilidad de forma instrumental para estimar el valor del trabajo socialmente necesario para producir determinados bienes que aún no han pasado por el mercado.

Las preferencias de los individuos siempre se tratan como la valoración monetaria de bienes y/o servicios, puede ser una valoración positiva, considerada como la *disposición a pagar* por el bien en cuestión (DAP), o negativa o *disposición a aceptar* una compensación (DAC) por la pérdida del bien o de algún atributo del bien.

Todos los métodos de valoración se basan en la capacidad innata de las personas para elegir, clasificar y ordenar sus preferencias, situando un producto por encima o por debajo de otro en un contexto dado. Con los métodos de preferencias declaradas, este contexto de valoración se describe en forma de encuesta: pueden describir nuevos productos, limitar el conjunto de elección y plantear mercados hipotéticos, lo que ofrece posibilidades de valoración más allá de los disponibles con los métodos de preferencias reveladas. Sin embargo, tomar decisiones en situaciones hipotéticas implica serias dudas sobre la validez de los resultados de la encuesta (Champ et al., 2003).

Los métodos de preferencias reveladas se refieren a situaciones en las que se observa a los individuos hacer sus elecciones en mercados reales. Contrariamente, los de preferencias declaradas se refieren a situaciones donde las elecciones se realizan en mercados hipotéticos (Jaeger y Rose, 2008). Los métodos de preferencias reveladas sólo pueden medir la valoración de los bienes una vez consumidos, por lo que no es posible estimar valores para niveles de calidad que todavía no han sido probados. Mientras que los métodos de preferencias declaradas permiten valorar cambios en el bienestar de los individuos antes y después de probar la calidad de los bienes y/o servicios (Riera y Mogas, 2006).

Las técnicas mencionadas son válidas para valorar las características de un bien, así como el bien en su totalidad (siempre que el valor de no uso no sea importante, y en caso de serlo, entonces las técnicas de preferencias reveladas no serían las adecuadas). Aunque decidir el tipo de método a utilizar depende en parte del nivel de detalle que se requiere, las características del bien y los propósitos de la valoración. Algunos bienes pueden ser considerados como un conjunto de características, y si el interés está en el valor económico de las diferentes características del bien en cuestión, las técnicas de modelos de elección es probable que sean las más pertinentes, pues permitirían una estimación del hipotético trabajo socialmente necesario para producir tal bien.

Siguiendo a Grunert et al. (2009), los diversos métodos permiten un rango de variaciones en el diseño experimental, que en muchos casos influye en los resultados de numerosas investigaciones. Aunque los métodos mencionados han sido usados en diversas áreas, tanto las técnicas empleadas, como los resultados que de ellos se derivan, han sido objeto de muchas críticas. En la investigación de los consumidores, tanto la Valoración Contingente como el Análisis Conjunto han sido criticados por sobreestimar la DAP y, por consiguiente, la demanda de nuevos productos<sup>4</sup>. Además las aplicaciones de los diversos métodos difieren en más de una dimensión, por lo que hacer una comparación es una tarea difícil. Por ejemplo, las subastas

4 Así, muchas veces los precios y niveles de demanda reales han sido muy inferiores a los previstos.

experimentales a menudo difieren de las aplicaciones de valoración contingente no sólo en la elaboración de la tarea demandada, también, en si se emplea dinero real o no. El análisis conjunto no sólo difiere de los otros métodos en que la *disposición a pagar* se deriva del ranking, rating o elección de alternativas de productos en lugar de preguntas directas, sino también en que la disposición al pago es típicamente estimada por el conjunto de características de un producto y no por el producto en sí mismo (Grunert et al., 2009).

En resumen, los sesgos que se producen dependerán en gran medida del método empleado, así como de la exactitud y fiabilidad de la información recabada. Son particularmente escasos los estudios que comparan los resultados obtenidos de diversos métodos, lo que dificulta valorar “económicamente” sus alcances (aunque es suficiente para cuestionar su validez ética, ya que sistemáticamente ignoran la demanda no atendida de acuerdo a la ideología neoliberal).

### Consideraciones finales

Es preciso recuperar e incorporar la producción ecológica de subsistencia y las redes de circuito corto como estímulo para una cobertura de las necesidades alimentarias a nivel global. Siguiendo a Oxfam (2013: 10): “Un total de 500 millones de pequeños agricultores de países en vías de desarrollo proporcionan alimentos a casi dos mil millones de personas, cerca de un tercio de la humanidad. Sin embargo, en las últimas tres décadas, los gobiernos de los países en desarrollo han dejado de invertir en el sector agropecuario y el desarrollo rural, por las políticas de ajuste estructural y las ayudas de los países más ricos a sus sectores agrícolas con las que no podían competir. Hoy, sólo 10 países africanos de los 54 que integran la Unión Africana cumplen con el compromiso asumido hace diez años de destinar el 10% de sus presupuestos nacionales a la agricultura, una promesa que es necesario recordar y revitalizar”.

Es hora de reformular la ética empresarial y de reorientar los estudios de comportamiento del consumidor a la luz del valor del trabajo socialmente necesario para satisfacer las necesidades alimentarias de la población general, rompiendo la dicotomía rico-pobre. Desmercantilizando la producción alimentaria y garantizando su viabilidad como un derecho humano básico.

### Bibliografía

- ARNOLD, D.G. y VALENTIN, A. (2013): “Corporate social responsibility at the base of pyramid”, *Journal of Business Research*, 66, 1904-1914.
- BERNABÉU, R. y TENDERO, A. (2004): “Análisis de las preferencias de los consumidores de alimentos ecológicos en Castilla-La Mancha”, *ITEA*, 100 A, 2, 63-80.
- BONTI, S. y YIRIDOE, E. (2006): *Organic and Conventional Food: A Literature Review of the Economics of Consumer Perceptions and Preferences*, Organic Agriculture Centre of Canada, Truro, Nova Scotia, Canada.
- BRIZ, J. (coord.) (2004): *Agricultura ecológica y alimentación*, Fundación Alfonso Martín Escudero, Madrid.
- BRUGAROLAS, M. y RIVERA, L. M. (2002): “Comportamiento del consumidor valenciano ante los produc-

- tos ecológicos integrados”, *Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 192, 105-121.
- CHAMP, P.A., BOYLE, K.J. Y BROWN, T.C. (eds.) (2003): *A primer on nonmarket valuation*, Kluwer Academic Publishers, Boston.
- EUROSTAT (2014): “La (r)evolución de la agricultura ecológica de la UE”, Infografía, Comisión Europea, Bruselas, [http://ec.europa.eu/agriculture/organic/images/infographics/organic-farming\\_es.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/organic/images/infographics/organic-farming_es.pdf), (01/07/2016).
- FRANCO, J.A. (2016): “Fariseísmo financiero. El asalto de la banca a la universidad”, *El Salmón Contracorriente*, 28/06/2016, [www.elsalmoncontracorriente.es/?Fariseismo-financiero-EI-asalto-de](http://www.elsalmoncontracorriente.es/?Fariseismo-financiero-EI-asalto-de), (28/06/2016).
- GIL, A., FELIU, J., BORRÁS, V. y JUANOLA, E. (2004): *Psicología económica y del comportamiento del consumidor*, UOC, Barcelona.
- GRUNERT, K., JORN, H., ESBEJERG, L., BOUTRUP, B., BECH, T., BRUNSO, K. Y OLAND, C. (2009): “Comparing methods for measuring consumer willingness to pay for a basic and an improved ready made soup product”, *Food Quality and Preference*, 20, 607-619.
- JAEGER, S. y ROSE, J. (2008): “Stated Choice experimentation, contextual influences and food Choice: A case study”, *Food Quality and Preference*, 19, 539-564.
- MAGRAMA (2016): *La agricultura ecológica en España*, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Madrid, [www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/la-agricultura-ecologica/default.aspx](http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/la-agricultura-ecologica/default.aspx), (01/07/2016)
- NAPOLITANO, F., BRAGHERI, A., PIASENTIER, E., FAVOTTO, S., NASPETTI, S. y ZANOLI, R. (2010): “Effect of information about organic production on beef liking and consumer willingness to pay”, *Food Quality and Preference*, 21, 207-212.
- Oxfam (2013): *Acabar con el hambre está al alcance de nuestras manos*. Informe. Oxfam, diciembre 2013, [www.pensamientocritico.org/oxfint0114.pdf](http://www.pensamientocritico.org/oxfint0114.pdf), (01/05/2016).
- POGGE, T. (2002): *World Poverty and Human Rights*, Polity Press, Cambridge.
- Riera, P. y Mogas, J. (2006): “Una aplicación de los experimentos de elección a la valoración de multifuncionalidad de los bosques”, *Interciencia*, 31, 2, 110-115.
- SÁNCHEZ, M., GIL, J. y GRACIA, A. (2000): “Segmentación del consumidor respecto al alimento ecológico: diferencias interregionales”, *Revista de Estudios Regionales*, 56, 171-188.
- SAWYER, E., KERR, W. y JOBBS, J. (2008): “Consumer preferences and the international harmonization of organic standards”, *Food Policy*, 33, 607-615.
- SOLER, F., GIL, J. y SÁNCHEZ, M. (2000): “Efecto de la información en la aceptación de los productos ecológicos: un enfoque experimental”, *Infoagro*, [www.infoagro.com/agricultura\\_ecologica/aceptacion\\_ecologicos.htm](http://www.infoagro.com/agricultura_ecologica/aceptacion_ecologicos.htm), (01/07/2016).
- WINTER, C.K. (2006): “Food technology. Scientific Status Summary Synopsis”, *Organic Foods*, 10, 44-48.
- ZANDER, K. y HAMM, U. (2008): “Consumer preferences for additional ethical attributes of organic food”, *Food Quality and Preference*, 21, 495-503.