



El proceso de conversión a la citricultura ecológica

El suelo, un filtro biológico imprescindible para estabilizar las plagas y enfermedades

Las micorrizas, una simbiosis de interés para la agricultura

La calidad en la producción ecológica frente a la convencional

# Mercado y comercio de productos ecológicos en Europa, una demanda que supera a la oferta

Víctor González.  
Sociedad Española de Agricultura Ecológica (SEAE). Catarroja (Valencia)

La producción ecológica ha seguido avanzando más rápido de lo esperado desde el año

2007. Esto es lo que se desprende de la información disponible procedente de 141 países del mundo. El porcentaje relativo de superficie agraria ecológica y del número de fin-

cas continúa creciendo en muchos países, como muestran los resultados de la encuesta global presentada en Biofach (Willer *et al.* 2009) en febrero de este año.

**H**ay 32,2 millones de hectáreas de superficie agraria que son manejadas en todo el mundo con métodos de cultivo ecológicos por algo más de 1,2 millones de grandes y pequeños productores (2007). Además, existen más 400.000 hectáreas certificadas donde se practica la acuicultura ecológica.

Oceanía, Europa y América Latina son los continentes con mayores áreas de cultivo ecológico, mientras que por países, Australia, Argentina y Brasil poseen las mayores superficies agrícolas en producción ecológica. La proporción más alta de tierras de producción ecológica se localiza en Liechtenstein, Austria y Suiza. Los países con el mayor número de productores a nivel mundial son Uganda, India y Etiopía. Al menos la mitad de los productores ecológicos se encuentran en el continente africano.

Alrededor de un tercio de la tierra manejada de forma ecológica en el mundo (casi 11 millones de hectáreas) se localiza en los países en desarrollo. La mayor parte de estas tierras se encuentran en países de América Latina, con Asia en segundo lugar y África en tercero, a más distancia. Existen casi 31 millones de hectáreas declaradas como áreas de recolección silvestre o dedicadas a la apicultura. Alrededor de dos tercios de la tierra bajo manejo ecológico son pastos y praderas (20 millones ha). La superficie agraria útil (tierras de labor y cultivos permanentes) abarcan 7,8 millones ha –una cuarta parte de la superficie cultivada en ecológico–.

Comparado con años anteriores, según los datos del año 2007, –empleados para la realización de el estudio que ha sido presentado en febrero de 2009 en la feria Biofach, que se celebra anualmente en Nüremberg (Alemania), y que constituye el mayor escaparate en Europa de la producción ecológica mundial–, existe una tendencia clara al incremento de la superficie de cultivos ecológicos. De hecho, se han detectado importantes aumentos en la superficie relativa en algunos cultivos. Por ejemplo, la superficie de cafetales y de olivar alcanza más del 5% del total del área con cultivos, y en algunos países las proporciones son aún mayores –el 30% del café mexicano es ecológico–. A nivel global, el área de tierra ecológica se ha in-

**Alemania, Reino Unido, Francia e Italia son los cuatro mercados de alimentos ecológicos líderes en la UE que, destacando por el número de consumidores, representan el 75% de los ingresos por la venta de este tipo de productos.**

crementado en casi 1,5 millones de hectáreas respecto a los datos de 2006.

## Mercados europeos

La industria global de los productos ecológicos continúa creciendo. Las estimaciones de la venta global de alimentos y bebidas, alcanzaron en 2007 los 34.900 millones de euros (Organic Monitor, 2009). El mercado ecológico ha triplicado su valor a lo largo de los últimos ocho años, desde 1999, en que las ventas fueron valoradas en 11.380 millones de euros.

La demanda de productos ecológicos por parte de los consumidores se concentra en Norteamérica y Europa, regiones en las que se realiza el 97% de ventas totales. América Latina y Australia son por su parte importantes productores y exportadores de alimentos ecológicos.

El mercado global se ha expandido a un ritmo de 3,7 millones de euros por año. Sin embargo, se espera que los índices de crecimiento del mercado disminuyan debido a la crisis financiera internacional. Con muchos países entrando en recesión, la industria de alimentos ecológicos se verá afectada por la reducción de la inversión y del poder adquisitivo de los consumidores. Los mercados nacionales como el de EE.UU., Reino Unido y Alemania, han comenzado a notar una ralentización de sus índices de crecimiento en el último trimestre de 2008. No obstante, se prevé una continuación del crecimiento positivo en 2009 y 2010, aunque con índices menores.

Europa posee el mercado de alimentos y bebidas ecológicas más importante y sofisticado del mundo. Su valor rondaba los 19.000 millones de euros en 2007 y repre-

senta el 54% de los ingresos globales. Este porcentaje se debe a que cinco de los mercados nacionales más grandes de alimentos ecológicos son europeos.

A pesar de lo diferentes que son los países en Europa, existen algunos aspectos comunes. El primero de ellos es que el crecimiento medio del mercado ha superado el 10% en la campaña 2006/2007. El segundo es que el índice de aumento del área de producción está por debajo del índice de crecimiento del mercado. Estos datos permiten constatar la emergencia de un nuevo grupo de consumidores, fuertemente comprometidos con la salud y la sostenibilidad, como fuerza que empuja el crecimiento del mercado ecológico.

Los mercados de Alemania y Reino Unido fueron los que registraron un crecimiento más rápido en 2007, especialmente a medida que aumenta la penetración del producto en los lineales de las grandes superficies. En este sentido, las cadenas de descuento, como Aldi, Lidl y Plus, están asumiendo en Alemania una importante cuota de mercado, debido a sus ofertas con precios competi-



vos. En el caso de Reino Unido, los productos ecológicos están ampliamente representados en las grandes superficies. Tanto es así, que este canal representa más del 80% de las ventas totales. Tesco es la cadena distribuidora líder, con más de 700 productos ecológicos de la marca Tesco Organic.

Aparte de Alemania y Reino Unido, otros mercados de alimentos ecológicos líderes son Francia e Italia. Estos cuatro países representan el 75% de los ingresos europeos y sobresalen por la cantidad de consumidores de productos ecológicos que tienen. Otros países como Suecia y Dinamarca registraron también altos índices de crecimiento en 2007, aunque sus mercados de consumidores son más pequeños.

Entre 2006 y 2007 los países con mayor crecimiento del mercado ecológico fueron la República Checa (+70%), los países escandinavos como Dinamarca (+34%), Suecia (+26%) o Noruega (+24%), y Alemania (+15%). Los consumidores escandinavos y alpinos, son los que más gastan en alimentos ecológicos. Estos países son también



Foto izquierda. Existe una tendencia clara a incrementar la superficie de cultivos ecológicos. Por ejemplo, la superficie de cafetales y olivares alcanza más del 5% del total del área con cultivos.

Foto superior. Los consumidores de países del centro, este y sur de Europa, entre los que se encuentra España, son los que menos gastan en alimentos ecológicos y por ello, disponen de porciones de mercado inferiores al 1%.



los que cuentan con mayor porcentaje relativo de alimentos ecológicos sobre ventas totales de alimentos. Los alimentos ecológicos representan ahora más del 5% de las ventas de alimentos en Austria y Dinamarca.

## Los consumidores ecológicos

Por contra, los consumidores de los países del centro, este y sur de Europa, donde se sitúa España, son los que menos gastan en alimentos ecológicos, y por ello, disponen de cuotas de mercado inferiores al 1%. Según este estudio realizado en 2007, los consumidores suizos son los que más gastan por habitante en alimentos ecológicos (102 € por persona), seguidos de los austriacos (89 €). Sin embargo, el gasto medio por persona en Europa fue de 27 €. Se espera que el mayor crecimiento en gasto por habitante se

produzca en Dinamarca y Suecia. El crecimiento anual de gasto por persona previsto es de un 10 % anual.

En algunos países europeos, el 90% de los consumidores compra productos ecológicos, siendo cada vez es más difícil definir por criterios sociodemográficos a los consumidores ecológicos, que emergen con fuerza en EE.UU. y Europa. Tienen diferentes edades, educación y posición económica. La mayoría viven en zonas urbanas, y comparten preocupaciones en pro de la salud y el medio ambiente. Son activistas y creen que tienen el poder de influir en las tendencias de los mercados de alimentos y en la ética a través de la elección de determinados productos.

En los nuevos Estados miembros de la UE existe un mercado reducido de alimentos ecológicos, aunque en auge. Los países del centro y este de Europa, suponen alrededor



Es importante dotar al producto de una imagen clara de lo ecológico y mantener los valores que respaldan su éxito.

del 2% de los ingresos europeos. Aunque la producción de alimentos ecológicos se ha incrementado en estos países, la mayoría de la materia prima que se cultiva se exporta a los países del oeste de Europa. Países como Rumanía o Ucrania, se han convertido en importantes proveedores de cereales y granos ecológicos.

En quince de los veintisiete países de la UE, los supermercados convencionales fueron los canales de comercialización de más del 50% de los productos ecológicos. La mayor parte de las cadenas de supermercados, incluyendo las tiendas detallistas del sector ecológico, han contribuido al desarrollo global del mercado ecológico, ya sea aumentando la concienciación de los consumidores mediante acciones de promoción o ampliando la gama de productos ecológicos.

En los países nórdicos (Suecia, Noruega, Dinamarca y Finlandia), el crecimiento del mercado ecológico ha sido impulsado históricamente por los supermercados. Sin embargo, en países como España, Grecia, Italia y Portugal, las tiendas ecológicas especializadas fueron las pioneras y las que todavía dominan este mercado.

En la mayoría de los países del sur y del este de Europa, así como en parte del norte de Europa, el mercado ecológico aún se encuentra en una fase emergente, cuyo

crecimiento podrían estimular las grandes distribuidores multinacionales, como Carrefour. En líneas generales, estos mercados aún adolecen de cierta falta de eficiencia de los canales y estructuras de suministro, normativas para la distribución de este tipo de productos, y el apoyo de las diferentes Administraciones públicas.

## Apoyos al desarrollo del sector

Dentro del Plan de Acción de la Unión Europea en Agricultura Ecológica que la Comisión Europea aprobó hace ya cuatro años, se lanzó en el mes de julio del año pasado una campaña de promoción plurianual de ámbito comunitario, con la pretensión de informar

**En quince de los veintisiete países de la Unión Europea los supermercados convencionales fueron los canales de comercialización de más del 50% de los productos ecológicos**

sobre los alimentos ecológicos a los consumidores y responsables de comedores de instituciones públicas, escuelas, hospitales, etc. Esta medida, junto a otras políticas y acciones contempladas en los más de treinta planes de acción o estratégicos de fomento de la agricultura ecológica, nacionales o regionales identificados en Europa, están promoviendo e impulsando sin duda el mercado de los productos ecológicos en la UE.

Por ejemplo, Andalucía dispone de un Plan de Agricultura Ecológica, que está impulsando tanto la oferta como la demanda de productos ecológicos, en comedores de instituciones públicas, escuelas y hospitales de la región. Asimismo, otras cinco comunidades autónomas (Asturias, Castilla-La Mancha, Cataluña, Galicia y Madrid), incluyen en sus planes estratégicos de agricultura ecológica acciones para estimular el desarrollo de la oferta y la demanda de estos productos. Además existe un Plan Integral de Actuaciones para el Fomento de la Agricultura Ecológica (MARM, 2009), de ámbito estatal, impulsado por el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino (MARM), en el cual se incluye una campaña de promoción de la agricultura ecológica bajo el slogan "Agricultura ecológica, vívela", y otra campaña de promoción de estos alimentos.

Otro aspecto destacable en materia de regulación del mercado ha sido la aprobación del Reglamento 834/2007, completamente nuevo, y sus disposiciones de aplicación (Rto. 889/2008), que han entrado en vigor en enero de 2009, y que deberán cumplir en adelante tanto los agricultores europeos como los de terceros países que deseen exportar sus productos a la UE. Actualmente existen 71 países que han aplicado distintas regulaciones nacionales y otros 21 con diferentes normativas en proceso de borrador. Estas regulaciones son aplicadas por los servicios de 481 entidades de certificación, la mayoría europeos.

Las estructuras del mercado ecológico en el centro y oeste de Europa, están bien desarrolladas, con una gran presencia de los productos ecológicos, lo que da como resultado una alta concienciación del consumidor sobre estos productos. En estos países, la bajada de los precios de los productos ecológicos, que resulta en un incremento de la competitividad, ha concentrado la lucha por el poder del mercado entre los elaboradores y los distribuidores, dando una mayor impor-

tancia a las cadenas de descuento y conformando un grupo de empresas ecológicas multinacionales típicas de un mercado maduro.

Un primer rasgo de la oferta del mercado ecológico es su forma prometedora de desarrollarse, con un rápido crecimiento del interés de los consumidores y de sus estructuras de mercado que proporcionan una mayor oferta de productos ecológicos en más puntos de venta al consumidor. Sin embargo, este crecimiento, también trae, en muchos países, cambios paradigmáticos, tales como la concentración de la oferta o la competencia centrada en los precios, que hacen que las cadenas de suministro ecológico se parezcan cada vez más a los convencionales. En estas circunstancias, es cada vez más difícil definir positivamente una imagen clara de lo ecológico y de mantener los valores que respaldan su éxito. Para contrarrestar esta presión de los precios, los agentes del mercado ecológico están realizando cambios creativos en su estrategia para reinventar lo que hace al alimento ecológico único: un alimento sano procedente de sistemas de producción sostenibles, elaborado con compromiso y comercializado con competencia.

Por otro lado, la producción ecológica está creciendo en general menos que el consumo, y se está estancando en algunos de los principales países productores. La brecha, cada vez mayor, que se está abriendo entre la oferta y la demanda se está evitando con importaciones crecientes, algo que desconcierta a los consumidores ecológicos comprometidos, que no aceptan que los productos ecológicos provengan de regiones lejanas. Si el "boom ecológico sin agricultores" –como algunos observadores ya han bautizado a este fenómeno–, se establece como patrón será

**La cada vez mayor brecha entre oferta y demanda se está evitando con importaciones crecientes, algo que desconcierta a los consumidores ecológicos comprometidos, que no aceptan que los productos ecológicos provengan de regiones lejanas**

más difícil presentar a la agricultura ecológica como la "solución sostenible".

## Conclusiones y retos de futuro

El mayor reto al que se ha enfrentado la industria de elaboración de alimentos ecológicos en 2007 fue la falta de suministros. La demanda para los alimentos ecológicos superó a la oferta, con algunos agricultores poco estimulados a realizar la conversión, por la inflación de los precios agrícolas. Los precios de los productos agrícolas alcanzaron cotas muy elevadas, por los elevados costes del petróleo y la creciente competencia por la tierra de los cultivos bioenergéticos. La ralentización de la economía global ha frenado la inflación de los alimentos, pero el interés por los biocombustibles, como el azúcar de remolacha y los granos, sigue vigente.

Los agentes europeos del canal de la oferta, desde los agricultores a los distribuidores, deberán establecer una red para continuar ofreciendo un valor añadido y consolidar sus mercados. No podemos olvidar que los consumidores quieren ver a un verdadero agricultor detrás del producto ecológico. Por ello, to-

avía tienen la posibilidad de desarrollar alternativas a los arrolladores patrones del mercado de alimentos convencionales.

Con un escenario de reducción de la demanda, algunos sectores de la industria de producción de alimentos ecológicos pueden padecer una sobreoferta. Los sectores ecológicos de frutas, granos, carne y leche, pueden sufrir otra vez una sobreproducción. Sin embargo, el número de consumidores europeos comprometidos y aquellos que prefieren los productos con una identidad regional parecen incrementarse. Los productores de países en desarrollo serán probablemente los más afectados, si se centran en la exportación de productos ecológicos. Por ello, es recomendable desarrollar acciones para activar los mercados internos y los productores ecológicos deberán orientar su actividad a la diversificación. ●

## BIBLIOGRAFÍA

European Promotion Campaign. [http://ec.europa.eu/agriculture/organic/splash\\_en](http://ec.europa.eu/agriculture/organic/splash_en)

MARM. 2008. [www.mapa.es/alimentacion/pags/ecologica/pla\\_n:integral.ht](http://www.mapa.es/alimentacion/pags/ecologica/pla_n:integral.ht)

MARM.2008. [www.vivelaagriculturaecologica.com](http://www.vivelaagriculturaecologica.com)

Oesch vd S, Schaer B. 2008. Specialised Organic Retail Report in Europe. Practical Compendium of the Organic Market in 27 European Countries. Organic Retailers Association (ORA). [www.ecozept.com](http://www.ecozept.com)

Organic Monitor. 2009. The Global Market for Organic Food & Drink: Future Outlook & Forecasts. [www.organicmonitor.com](http://www.organicmonitor.com)

Willer, H, Kilcher L. 2009. The world of organic agriculture. Statistics and emerging trends. IFOAM Bonn, FiBL Suiza, ITC Geneva, [www.organic-world.net](http://www.organic-world.net)

## MICORRIZAS: HACIA UNA PRODUCCIÓN SOSTENIBLE

- ✓ Aumento del crecimiento y precocidad de la cosecha
- ✓ Mejor alcance al agua y a los nutrientes
- ✓ Planta sana y vigorosa
- ✓ Trasplante más seguro
- ✓ Resistencia y recuperación a estreses

## Una sola aplicación

MYCOSYM TRI-TON® cuenta con certificado para agricultura ecológica por el Instituto Suizo FiBL y la garantía del BCS Alemán.

# MYCOSYM®

Plant Vitalizing Systems



MYCOSYM-TRITON S.L.  
Paseo de Bollullos de la Mitación, 6  
Parque Industrial A-49 (PIBO)  
41110 Bollullos de la Mitación, Sevilla

Tel: +34 95 577 6725  
Fax: +34 95 577 6711