



El consumo de productos ecológicos

CARMEN FUENTES y ELENA LÓPEZ DE COCA

Dirección General de Industria y Mercados Alimentarios
Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino

La agricultura ecológica se puede definir como un compendio de técnicas agrarias que excluyen normalmente el uso de productos químicos de síntesis como fertilizantes, plaguicidas, antibióticos, etc., con el objetivo de preservar el medio ambiente, mantener o aumentar la fertilidad del suelo y proporcionar alimentos con todas sus propiedades naturales.

Es importante destacar que en España se tiene un desarrollo lento pero continuo de la agricultura ecológica. El crecimiento es mayor en lo que respecta a la producción que en lo correspondiente al consumo, pues actualmente se está exportando casi el 70% de la producción y tan sólo el 30% se utiliza en el consumo interno.

Hay que recordar que una de las características del sector ecológico español es su diversidad, derivada de la climatología española y de las diferentes comunidades autónomas, con producciones características de su entorno, que proporcionan gran variedad de alimentos, tanto vegetales como animales, así como aquellos derivados de la industria. De todas formas, dentro del sector alimentario el más desarrollado es el sector primario y, en especial, la producción vegetal.

Según el Plan Integral de Actuaciones para el Fomento de la Agricultura Ecológica:

- De las más de 800.000 hectáreas dedicadas a producciones ecológicas, sólo un 44% es de terreno cultivado y el 56% restante corresponde a pastos, forrajes, bosque y recolección silvestre.



- Los productos que tienen más suelo dedicado a la producción ecológica son: los cereales, el olivar y los frutos secos. Los más importantes desde el punto de vista económico son las producciones hortofrutícolas. Dentro del sector de la ganadería es el vacuno el que tiene el 43% de las más de 1.300 explotaciones ganaderas, seguido por el de ovino/caprino que tiene el 24%.
- En cuanto a la industria de productos ecológicos, está creciendo a un ritmo muy importante en los últimos años, siendo en mayor medida la dedicada a productos vegetales con unos 1.700 establecimientos y unos 280 para producción de derivados de la ganadería.

Dado el interés que tiene el Ministerio en conocer a fondo qué está pasando con el consumo de los productos ecológicos en nuestro país, es por lo que se han realizado dos monográficos sobre el conocimiento y la adquisición de productos ecológicos por parte del consumidor español. Uno se realizó en 2005 y ahora se ha

hecho otra oleada en 2007, dentro del estudio del Observatorio del Consumo y la Distribución Agroalimentaria (OCDA). Se han realizado las dos oleadas con la misma filosofía y metodología, para poder estimar la evolución que está teniendo en España la aceptación y el conocimiento de los productos ecológicos por parte del consumidor, los resultados de ambos estudios son los que se presentan en esta publicación.

Asimismo, dado que el Ministerio posee otra herramienta estadística muy potente como es el Panel de Consumo Alimentario, en el que se han empezado a recoger compras de algunos alimentos ecológicos desde el año 2003, se tiene ya una idea de cómo van evolucionando las costumbres de compra de estos productos por los hogares, si bien en cuanto a las cantidades reales encontradas se tienen algunos problemas para su interpretación. Se van a exponer aquí las cifras tanto de evolución como las de consumo, aunque en estas últimas se describirá el tipo de problema que encontramos en su estima.

OBSERVATORIO DEL CONSUMO Y LA DISTRIBUCIÓN AGROALIMENTARIA

Metodología

- **Investigación cualitativa:** se llevaron a cabo dos reuniones de grupo de discusión con consumidores, tanto en el año 2005 como en el 2007, y 15 entrevistas en profundidad con distribuidores en 2005.
- **Investigación cuantitativa:** se hicieron 2.000 entrevistas telefónicas a consumidores y a 100 profesionales de la distribución alimentaria durante el último trimestre de 2005. Se han hecho 1.200 entrevistas telefónicas a consumidores y a 250 profesionales de la distribución alimentaria durante el último trimestre de 2007. Los resultados de esta fase se reflejan en los gráficos, que se intercalan en la investigación cualitativa.

Las segmentaciones de población han sido: consumidores-no consumidores, por comunidades autónomas, por sexo y por tramos de edad.

CONOCIMIENTO DE LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS

Criterio de los consumidores

Hay que señalar que las respuestas en las reuniones de grupos son muy similares en ambas oleadas y los resultados cuantitativos también son bastante semejantes, en algunos aspectos ha mejorado el conocimiento, pero en otros siguen al mismo nivel o incluso han tenido un mayor desconocimiento. En el texto, cuando se pongan dos cifras comparativas ($a\% < > b\%$), siempre la primera se referirá al resultado en el año 2007 y la segunda al de 2005.

El primer problema que tiene la población española es que no tiene claro qué es un producto ecológico, en qué se diferencia de uno de la agricultura convencional.

En 2005, el 72,5% de los encuestados habían oído hablar de los productos ecológicos, lo que no implicaba que los conocieran o los consumieran.

Al preguntar ¿Qué características tienen los productos ecológicos?, el mayor porcentaje (44%) lo asocian con productos naturales, también son importantes los que lo definen como alimentos sanos,

sin aditivos, ni conservantes y como más caros. Estos resultados han tenido varios puntos más con respecto al estudio de 2005. Sin embargo, los que pensaban entonces que se producían sin pesticidas químicos (26%), en 2007 han bajado al 16%, el resto de respuestas han tenido similares puntuaciones y con cifras bastante más bajas.

GRÁFICO 1

Características asociadas a los alimentos ecológicos. Porcentaje

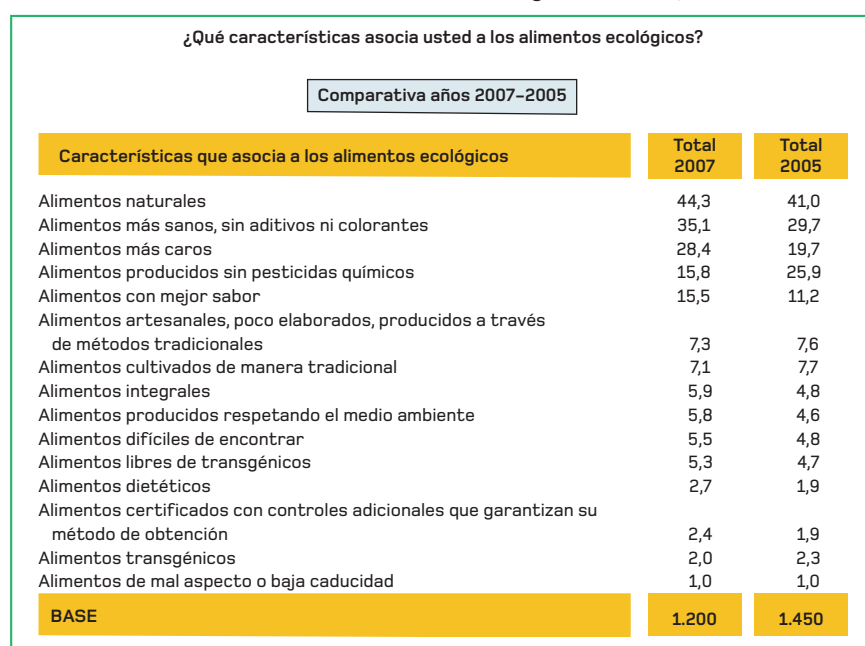
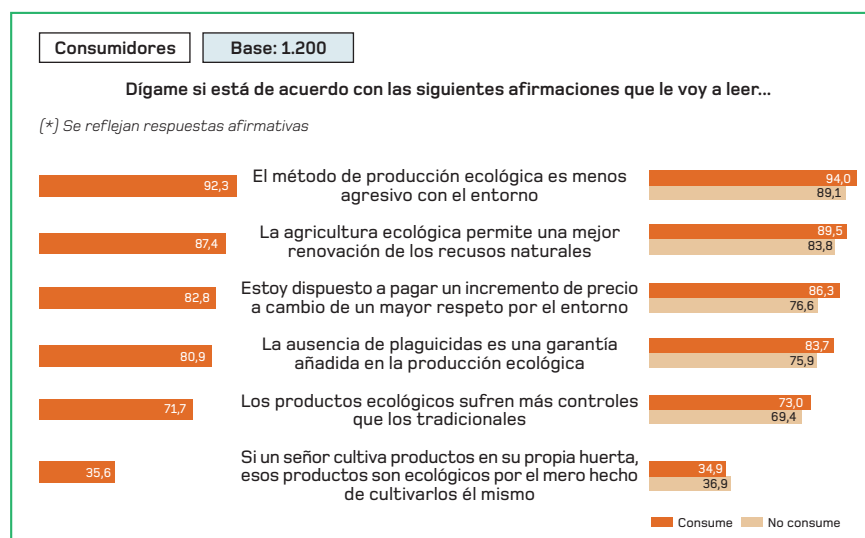


GRÁFICO 2

Conocimiento acerca de los productos ecológicos. Porcentaje



El 70% de los encuestados considera que los productos orgánicos no son lo mismo que ecológicos y un 82,5% no los asocian a la agricultura biológica. El 66% de los “consumidores” y el 58% de los “no consumidores” piensan que el uso de productos químicos en los ecológicos está más limitado que en los convencionales.

El 94% de los “consumidores” y el 89% de los “no consumidores” piensan que el método de producción ecológica es menos agresivo con el entorno.

En general, las contestaciones correctas en el conocimiento de estos productos tienen mayores porcentajes en los “consumidores” que en los que se declaran “no consumidores”

Los alimentos que más se asocian con lo “ecológico” de forma espontánea son:

- Frutas y verduras.
- Huevos.
- Aves de corral.
- Carne (ternera y cordero).

Criterio de los distribuidores

Valoración del distribuidor del conocimiento que tienen los consumidores de los productos ecológicos

La imagen que tiene el distribuidor del consumidor en general, con respecto a la opinión que éste tiene de los productos ecológicos, es:

- Un consumidor que suspende en conocimiento. En una escala de 0 a 10, los distribuidores otorgan una puntuación de 4,1 puntos al grado de conocimiento del consumidor respecto a los productos ecológicos.
- Un consumidor que no muestra una gran aceptación por estos alimentos (4,9 sobre 10).
- Un consumidor cuyo consumo ha aumentado ligeramente (5,6 sobre 10).
- Un consumidor que no muestra una elevada confianza en este tipo de productos (5,3 sobre 10).

Biocoop S. Coop. G., carne de producción ecológica

“Los jardineros de la naturaleza”



Hoy en día, la ganadería industrial entiende al animal como un mero objeto productivo, económico, o sea, capital. Cuando se pretende reconvertir una ganadería hacia métodos más éticos lo primero es reconocer

a los animales como seres vivos que forman parte de la naturaleza y no como un código que carece de identidad propia. Hay que volver a una relación básica entre el animal y el hombre.

BIOCOOP S.COOP.G

Tras 10 años de trabajo, Biocoop cuenta con 23 ganaderías ecológicas distribuidas por toda la geografía montañosa de la provincia de Ourense abarcando una superficie de 5.000 hectáreas (49% de toda la superficie inscrita en el CRAEGA). Para conseguirlo se decide establecer un vínculo directo entre el MÉTODO DE PRODUCCIÓN ECOLÓGICO Y LAS RAZAS AUTÓCTONAS EN PELIGRO DE EXTINCIÓN DE LA PROVINCIA DE OURENSE (VIENESA, FRIEIRESA, CACHENA, CALDELÁ Y LIMIA), ASI COMO LA RUBIA GALLEGA, reuniendo 2.000 reproductoras. Hay que destacar que el 14% de los ejemplares de MORENAS DEL NORTE están en ganaderías asociadas a BIOCOOP.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE UNA GANADERIA DE BIOCOOP

- ANIMALES EN LIBERTAD:** No estabulación, integrados en su propio medio en rebaños en extensivo.
- AUSENCIA DE ESTRÉS** en los animales ya que están adaptados al entorno y manejarlos respetando su bienestar.
- RAZAS AUTÓCTONAS** perfectamente adaptadas a nuestra orografía, a nuestro clima y a los recursos que ofrece nuestros montes.
- CUALIDADES INNATAS:** Rusticidad, resistencia, fertilidad y ser buenas nodrizas.... Se añan a una gran inmuni-

dad intrínseca, que favorecidas por el manejo ecológico (ausencia de estrés, baja carga ganadera, acceso a una gran variedad de flora silvestre

La consideración y el respeto al consumidor, al animal y al medio ambiente constituyen, sin duda, la razón de ser de nuestra producción ecológica

con propiedades terapéuticas,...), nos permite la nula utilización de medicamentos.

- ANIMALES CON ALIMENTACIÓN ECOLÓGICA** a base de leche materna, forrajes y concentrados de producción ecológica.
- GANADERÍAS RESPETUOSAS** con el medio ambiente y con la salud de los consumidores.
- PRÁCTICAS DE MANEJO** (alimentación, abonado y tratamientos sanitarios adecuados, no incidiendo negativamente en los suelos, las aguas ni en la atmósfera.
- CARNE DE TERNERA PRODUCIDA SEGÚN EL REGLAMENTO C.E. 1804/1999 DEL CONSEJO.**

DIRECTAMENTE DEL CAMPO A SU MESA

Los terneros que se crían en las ganaderías de Biocoop son comercializados a través de la propia cooperativa

(750 durante el año 2006), siguiendo el siguiente proceso:

–**CARGA–TRANSPORTE:** esta es una fase fundamental. Se debe evitar todo tipo de estrés al animal para que no mine su reserva de glucógeno, que es lo que condicionará la obtención de una carne de calidad óptima.

–**SACRIFICIO:** se realiza entre los nueve y once meses de edad del ternero en el matadero comarcal de A Estrada–Pontevedra, que está homologado por el CRAEGA. Los terneros ecológicos se procesan y olean en tiempos y lugares diferentes a los convencionales.

–**MADURACIÓN–TRANSFORMACIÓN:** tiene lugar en la sala de despiece de COCARGA S.L. homologada por el CRAEGA. Los canales se maduran a 2 °C durante 6 – 8 días en cámaras separadas de donde se maduran los convencionales. A continuación son procesados en :

1. **CANALES – MEDIAS CANALES EN 4 CORTES** (delantero, chuletero, falda, trasero).
2. **DESPIECE MAYOR AL VACIO EN 17 CORTES.**
3. **SISTEMA DARFRESH.** Esta tecnología de envasado, que combina el vacío y la micropasturización superficial de la carne, permite, una conservación óptima del producto durante 30 días (larga caducidad), en bandejas de termoformado de tipo familiar (400 grs: 3-4 piezas), que conforman un pack de venta compensada con el siguiente contenido: solomillo, entrecot, filetes de 1ª y 1ªB, redon-

do, ragout, fondue, morcillo, rotti, hamburguesas y carne picada.

–**COMERCIALIZACIÓN:** Colocamos nuestra carne en cualquier punto del Estado Español en 48 horas en transporte de frío. **MERCANCIA EN DESTINO y COBRO DOMICILIADO**

–**NUESTRO CONCEPTO DIFERENCIAL:** Se basa no en la cantidad (rendimiento cárnico de un ternero) sino en sus cualidades: calidad de la carne, ausencia de residuos, seguridad alimentaria, preservación de la biodiversidad, conservación del medio, trazabilidad, etc. Carentes de una gran morfología, si poseen unas excelentes cualidades organolépticas en su carne.

–**COLOR:** No se trata de un color sonrosado claro, sino más oscura “violetacea al corte”.

–**TEXTURA:** tierna, jugosa, “seda en la boca”.

–**SABOR:** intenso

–**FLAVOUR (AROMA – OLOR):** particular, diferente a otras carnes, nuestros clientes aseguran “rememorar sensaciones gustativas de antaño”.

CONCLUSIONES

–Hablamos de ganaderías sostenibles, que al tener poca carga gana-

**En definitiva somos auténticos
jardineros de la naturaleza en
nuestras producciones, por nuestra
labor que incide muy positivamente
en las arcas públicas y en la salud
de los ciudadanos.**

Premios 2007

–**Otorgado por el CREGA: Primer**

**Premio a Entidad de fomento de
Agricultura Ecológica.**

–**Otorgado por el AGADER: Primer**

**Premio a Iniciativas de Desarrollo
Rural.**

dera permiten cerrar el ciclo de los nutrientes en la propia unidad productiva.

–Se trata de ganaderías respetuosas con el medio ambiente, muy poco contaminantes.

–Producen carne de muy buena calidad y sanitariamente segura a un precio justo para el consumidor, evitando que sea un producto elitista.

–Crean una verdadera trazabilidad, el consumidor sabe en todo momento del proceso (ganaderías, transporte, matadero, transformación, aval ecológico...).

–Ofrecen ventajas sociales: son verdaderas BRIGADAS CONTRA INCENDIOS y un patrimonio cultural que es necesario conservar.

–Abren nuevas formas de vida contribuyendo a fijar población en el rural.

–Generan en el ganadero una gran autoestima y satisfacción por saber que están haciendo las cosas debidamente, además de ofrecerle un precio justo por su producción.

BIOCOOP
Sociedad Cooperativa Gallega

CARNE DE PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

Respetuosa con los animales.
Respetuosa con el medio ambiente.
Respetuosa con el consumidor.

Directamente del campo a su mesa
Máxima Calidad y Seguridad Alimentaria

Carne de animales muy jóvenes de razas autóctonas criadas en libertad de acuerdo a los elevados estándares de producción ecológica.
Certificada por el CRAEGA según el reglamento C.E. 1804/1999

Animales en Libertad
No estabulados.
Animales integrados en su propio medio en relación de equilibrio.

Animales con alimentación ecológica
Alimento de leche materna, heno y cereales de producción ecológica.

Ausencia de Estrés
en los animales.
Razas rústicas, resistentes y adaptadas al entorno.

Ganaderías respetuosas con el medio ambiente

Prácticas de manejo
(alimentación, bienestar, tratamiento sanitario)
adecuadas, no involucrando ningún producto en los animales, en los animales ni en la atmósfera.

El sistema de envasado que ofrece BIOCOOP es:

CÓMODO
por su unidad de venta, se adapta perfectamente a las nuevas unidades familiares.

LIMPIO
por su hermeticidad, evita el derrame de jugos o líquidos no deseados, así como evita la mezcla de olores y sabores en los frigoríficos domésticos.

SEGURO
porque las propias características del envasado, así como su realización en origen, permiten un control exhaustivo aportando auténtica trazabilidad.

...RESPETAMOS EL FUTURO

Travesía de Sousas, 20 - "GALERÍAS MAGA" - Telfs. 609 334 507 - 988 412 549 - 32600 VERÍN (Ourense)
verinbiocoop.com - sede@verinbiocoop.com

CONOCIMIENTO DE LA NORMATIVA DE LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS

Consumidores

Al preguntar sobre la normativa que tienen que cumplir los alimentos ecológicos, no existe homogeneidad de opiniones:

- Cumplimiento actual de la norma: se exige lo mismo a un alimento ecológico que a uno tradicional.
- Cumplimiento ideal de la norma: debería exigirse un control más estricto a los alimentos ecológicos porque se les atribuye una calidad superior y son más caros.

Un 69,2% de los entrevistados se muestra de acuerdo con que la normativa que tiene que cumplir un producto ecológico es más exigente que la de un producto convencional. Este resultado aumenta a un 73,5% entre los que “consumen” productos ecológicos y disminuye a un 61,5% entre los que “no consumen” productos ecológicos.

Con la idea de que en la agricultura ecológica se pueden sembrar semillas de origen ecológico y autorizadas se muestra de acuerdo un 77,2%, mientras que un 22,8% piensa que se puede sembrar cualquier semilla.

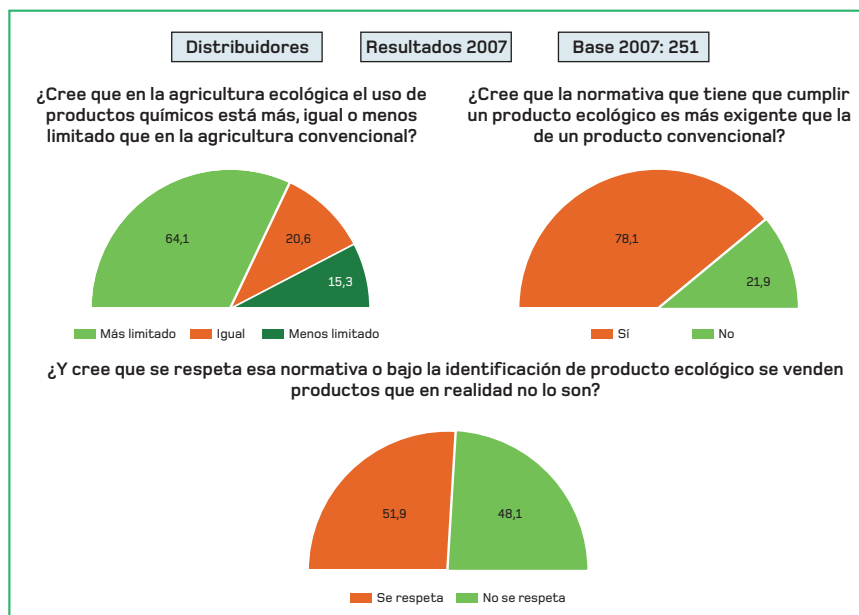
Conocimiento de la normativa por parte de los distribuidores

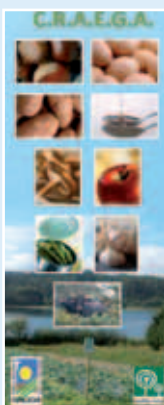
Un 78% de los encuestados piensan que la normativa que tienen que cumplir los productos ecológicos tiene que ser más exigente que para los normales; no obstante, todavía hay un 22% de distribuidores que creen que la norma no debe ser diferente.

- En cuanto al uso de productos químicos, la mayoría piensa que el uso de éstos está más limitado en la agricultura ecológica que en la agricultura convencional. La heterogeneidad

GRÁFICO 3

Uso de productos químicos en agricultura ecológica. Normativa. Porcentaje





AGRICULTURA ECOLÓGICA DE GALICIA

La agricultura ecológica en Galicia mantiene un crecimiento sostenido y estructurado durante los últimos años. En el período que va desde el año 2004 al 2007 el incremento de superficie ecológica gallega llega hasta el 63%. Durante el mismo periodo de tiempo el número de operadores inscritos se incrementó en un 24% y el de elaboradores un 38%.

Actualmente el número de inscritos está cerca de los 500, de los cuales 65 son industrias.

En el año 2007 la superficie ecológica inscrita se acerca a las 11.000 hectáreas, lo que supone un incremento del 14,15% respecto al año anterior.

SECTORES DESTACABLES

Facturación

Desde el punto de vista de la facturación el sector lácteo es el más “pujante”, ya que en torno al 60% de la leche ecológica en España es de origen gallego. Otro sector a destacar es el de carne ecológica, sin olvidar los huevos, frutas, hortalizas y conservas vegetales.



Superficie inscrita

Desde el punto de vista de superficie ecológica inscrita los productos que más destacan son la castaña y la manzana, seguidas de los mirabeles y los kiwis.

PROMOCIÓN

Durante este año el CRAEGA está haciendo un especial hincapié en la promoción de los alimentos ecológicos. Dentro de las campañas de promoción destacamos la “I Mostra Agroecolóxica Terra Sacra”.

El CRAEGA promociona los alimentos ecológicos en la “I Mostra Agroecolóxica Terra Sacra”

Evento organizado por el Consello Regulador da Agricultura Ecolóxica de Galicia y por el Ayuntamiento de Monforte de Lemos. Celebrada en Monforte los días 3 y 4 de mayo.

Una veintena de productores y elaboradores gallegos inscritos en el CRAEGA participaron en la “I Mostra Agroecolóxica Terra Sacra”.

El objetivo de la Mostra fue el de acercar el producto ecológico al consumidor final. Por ese motivo en la mostra hubo exposición y venta de alimentos ecológicos. También se ofrecieron varias degustaciones de alimentos ecológicos, degustaciones que fueron un éxito y animaron a los asistentes a comprar los productos de la denominación.

Por otro lado, durante esos días funcionó una ecoludoteca, espacio dedicado a los más pequeños, donde se realizaron juegos y otras actividades relacionadas con la alimentación ecológica.

En la mostra más de veinte restaurantes de Monforte de Lemos ofrecieron a sus clientes menús y tapas ecológicos.

Las actividades previas a la mostra comenzaron el día 28 de abril en los centros escolares monfortinos.

El CRAEGA retomó su campaña “Comer Sano= Eco-Lógico” en tres centros escolares.

Personal del CRAEGA habló con padres y alumnos de Monforte sobre el consumo de productos ecológicos en el ámbito escolar y familiar.

Se impartieron charlas a los alumnos de los centros en las que se les explicó en que consisten los alimentos ecológicos y el papel que estos desempeñan dentro de una alimentación sana, variada y equilibrada. Posteriormente los alumnos, pudieron probar un menú a base de productos ecológicos.

Durante estos días se celebró el II Congreso de Agroecología y Agricultura Ecológica de Galicia.

Durante la celebración de dicho Congreso el Vicepresidente de la Xunta de Galicia, Anxo Quintana presentó el “Plan de desarrollo de la Agricultura Ecológica en Galicia 2008-2013”, plan que pretende consolidar el sector de la agroecología en la comunidad gallega.

de opiniones aumenta cuando se pregunta si esa normativa se respeta o bajo la identificación de producto ecológico se venden productos que en realidad no lo son. El 51,9% piensa que se respeta, pero un 48,1% cree que no.

IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS

Consumidores

Los consumidores tienen problemas para identificar un logo que le dé garantía que el producto que va a comprar es ecológico. En la oleada de 2007 el 13% ha declarado conocer algún logo que identifica un producto, incluso el conocimiento del logo ha tenido un porcentaje algo menor este año que en el 2005, cuando fue del 15,6%.

Los hombres tienen un mayor conocimiento del logo que las mujeres, en las ciudades grandes más que en las pequeñas y las personas más jóvenes son las que tienen mayor porcentaje de reconocimiento del logo, disminuyendo con la edad.

CONSUMO DE ECOLÓGICOS EN HOSTELERÍA/RESTAURACIÓN

En el estudio cuantitativo aparece un 13% de consumidores de ecológicos que ha consumido alguna vez este tipo de alimentos en los establecimientos de hostelería y restauración. Si se considera la población general "consumidores" y "no consumidores" este porcentaje baja al 8,5%.

Castilla y León es la comunidad autónoma que se declara más consumidora de ecológicos en establecimientos de hostelería y restauración.

Los hombres se declaran más consumidores que las mujeres en establecimientos de hostelería y restauración y también la población joven más que la de mayor edad.

GRÁFICO 4

Identificación de productos ecológicos con logotipo o sello. Porcentaje

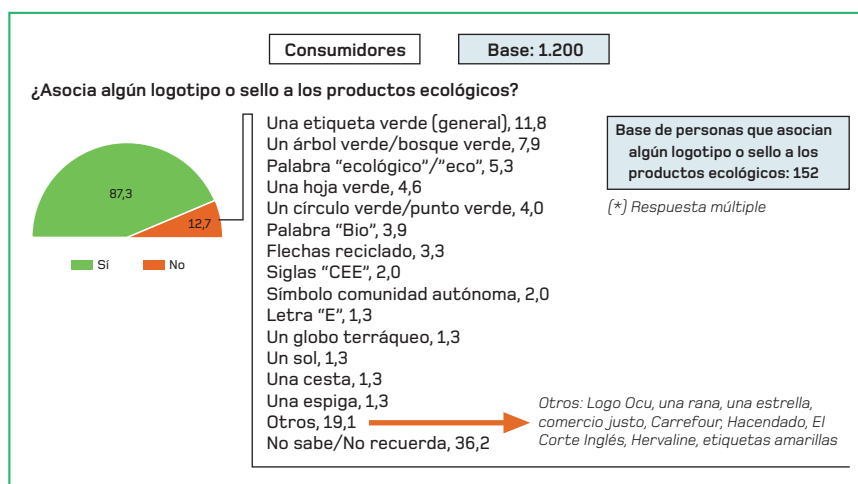
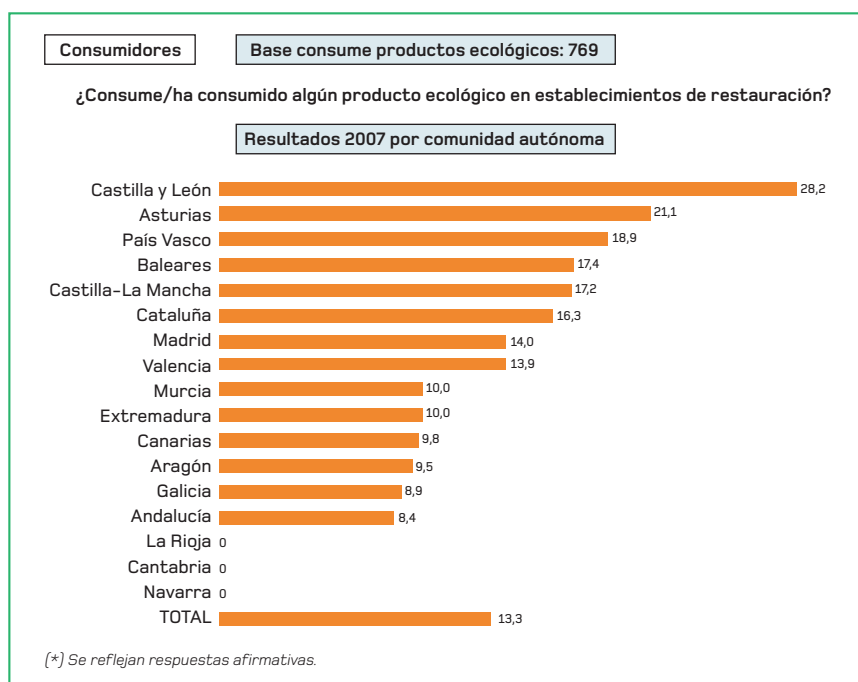


GRÁFICO 5

Consumo de productos ecológicos en establecimientos de restauración. Porcentaje



HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS

Criterios de compra de los consumidores

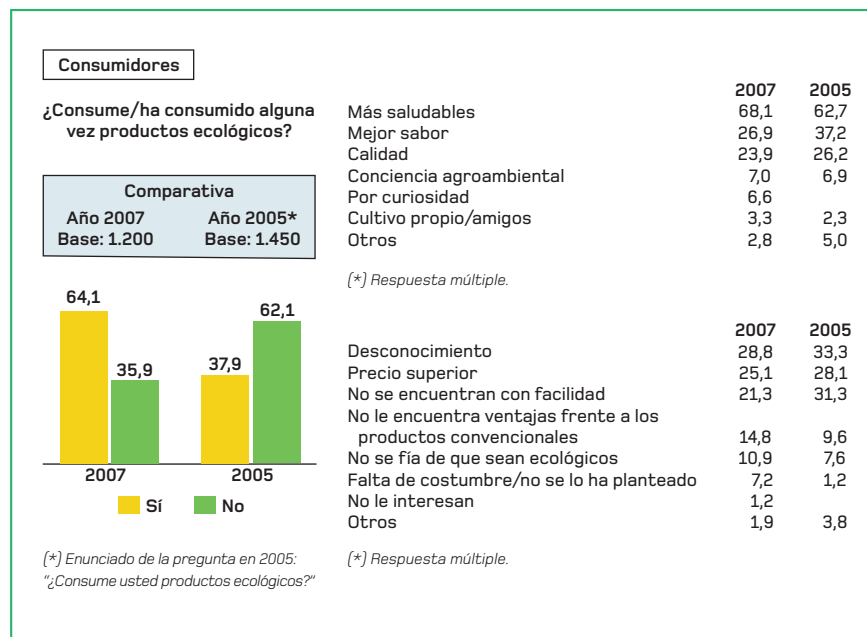
Aproximadamente la mitad de las participantes incluye algún alimento ecológico en su cesta de la compra, aunque esporádicamente, no de forma habitual. La mayoría de las participantes que compran

alimentos ecológicos ven el consumo de estos productos como un capricho, un lujo que no se pueden permitir habitualmente.

Seis de cada diez entrevistados manifiestan consumir o haber consumido alguna vez productos ecológicos. Los que más consumen las participantes son: tomates, huevos y pollo. Llevan consumiéndolos aproximadamente entre dos y

GRÁFICO 6

Consumo de productos ecológicos. Porcentaje



tres años. Otros alimentos, como la ternera y el cordero, los han probado recientemente.

En estos dos años ha aumentado casi al doble el porcentaje de encuestados que han comprado alguna vez productos ecológicos. Entre los que los consumen ha aumentado por el concepto de que son más saludables (68% <-> 63%), sin embargo bajan los correspondientes a mejor sabor (27% <-> 37%) y algo al hablar de la calidad (24% <-> 26%).

Los inconvenientes que encuentran a los alimentos ecológicos frente al resto de productos son:

- Precios más elevados.
- Falta de información en general sobre su elaboración y tratamiento en particular.
- Poca variedad de productos.
- Dificultad para adquirirlos dado que

La forma más natural de llegar a ti,
tanto por dentro como por fuera.

**agriCULTURA
ecoLÓGICA**

CONSEJO DE AGRICULTURA ECOLÓGICA
DE LA REGIÓN DE MURCIA

Avda. del Río Segura, 7 35002 MURCIA
Tel.: 00 34 968 35 54 88
Fax: 00 34 968 22 33 07
e-mail: info@caermurcia.org
www.caermurcia.com



Región de Murcia
Departamento de Agricultura y Agua



el número de establecimientos donde encontrarlos es escaso.

- Apariencia y presentación poco atractiva de los alimentos en los establecimientos de compra.

En cuanto a los motivos de “no compra” han descendido: por desconocimiento (29%<>33%), por ser más caros (25%<>28%), no encontrarlos con facilidad (21%<>31%). Sin embargo han aumentado: no encuentran ventajas frente a los convencionales (15%<>10%), no se fían de que sean ecológicos (11%<>8%) y la falta de costumbre (7%<>1%).

Los resultados son homogéneos por edad, aumentando ligeramente a medida que aumenta ésta hasta los 65 años. Pasada esta edad, el consumo desciende ligeramente. Por sexo, el consumo es mayor entre hombres que entre mujeres; por hábitat, las poblaciones de 10.001 a 50.000 habitantes son las que más consumen/han consumido alguna vez productos ecológicos y las grandes ciudades (poblaciones de más de 100.000 habitantes) las que menos. Baleares es la comunidad que más consume/ha consumido alguna vez productos ecológicos y Murcia la que menos.

- El 58% de los encuestados encuentran alimentos ecológicos en su lugar de compra habitual, habiendo subido 10 puntos en el transcurso de los dos años estudiados. El principal canal donde se encuentran es en los supermercados. Al preguntar por la variedad de productos, el 66,6% la encuentra escasa.
- Algún participante ha visitado tiendas online de alimentos ecológicos, pero ninguno ha comprado a través de Internet. Al preguntarles si comprarían alimentos ecológicos a través de Internet si tuvieran más variedad de productos, rechazan unánimemente la idea. Dicen que para comprar alimentos tienen que mirar, tocar y oler la pieza.
- Al preguntar si compran alimentos ecológicos para sustituir a los tradicionales, los consumidores conside-

GRÁFICO 7

Consumo de productos ecológicos. Porcentaje

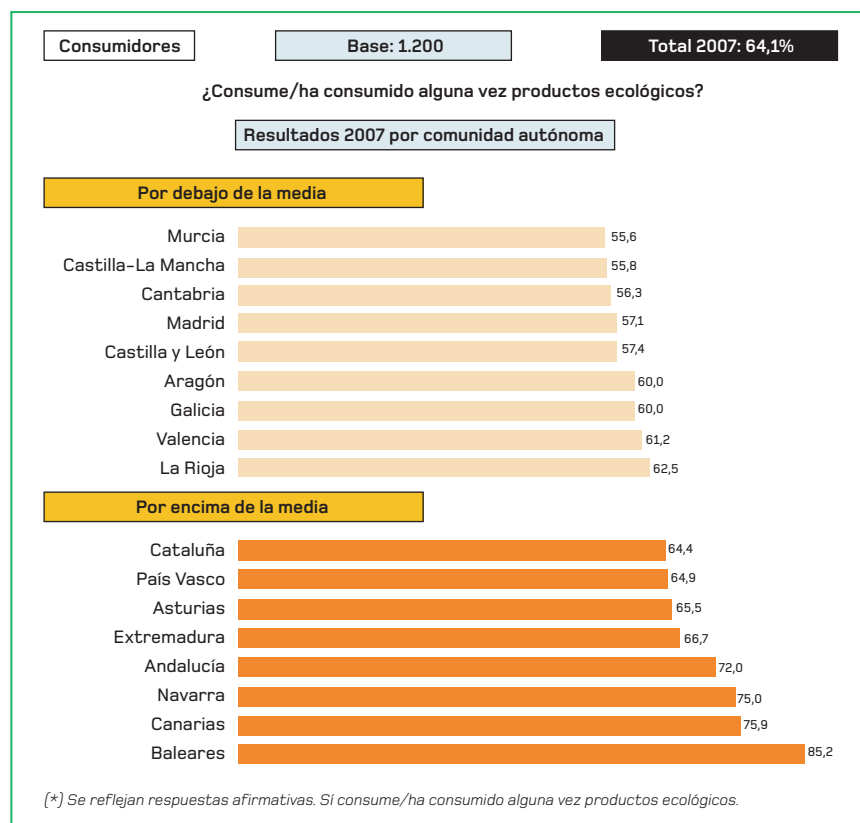
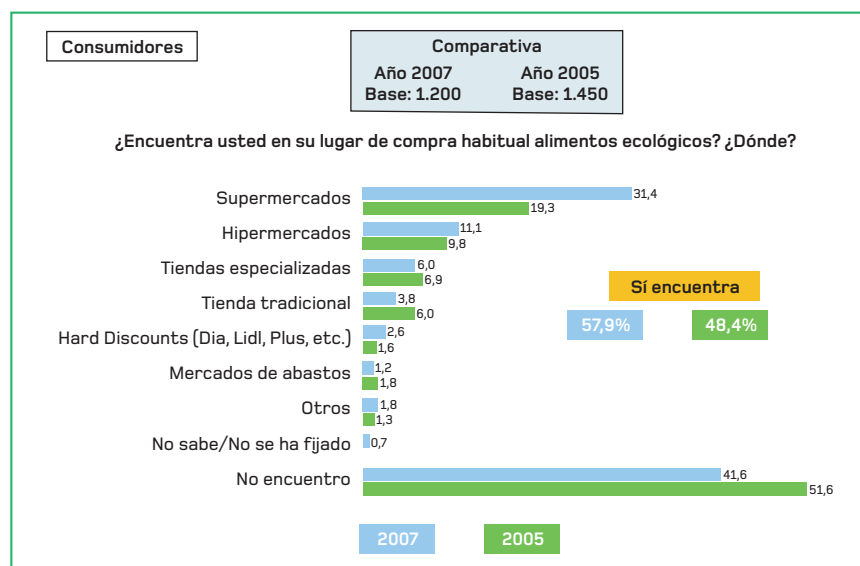


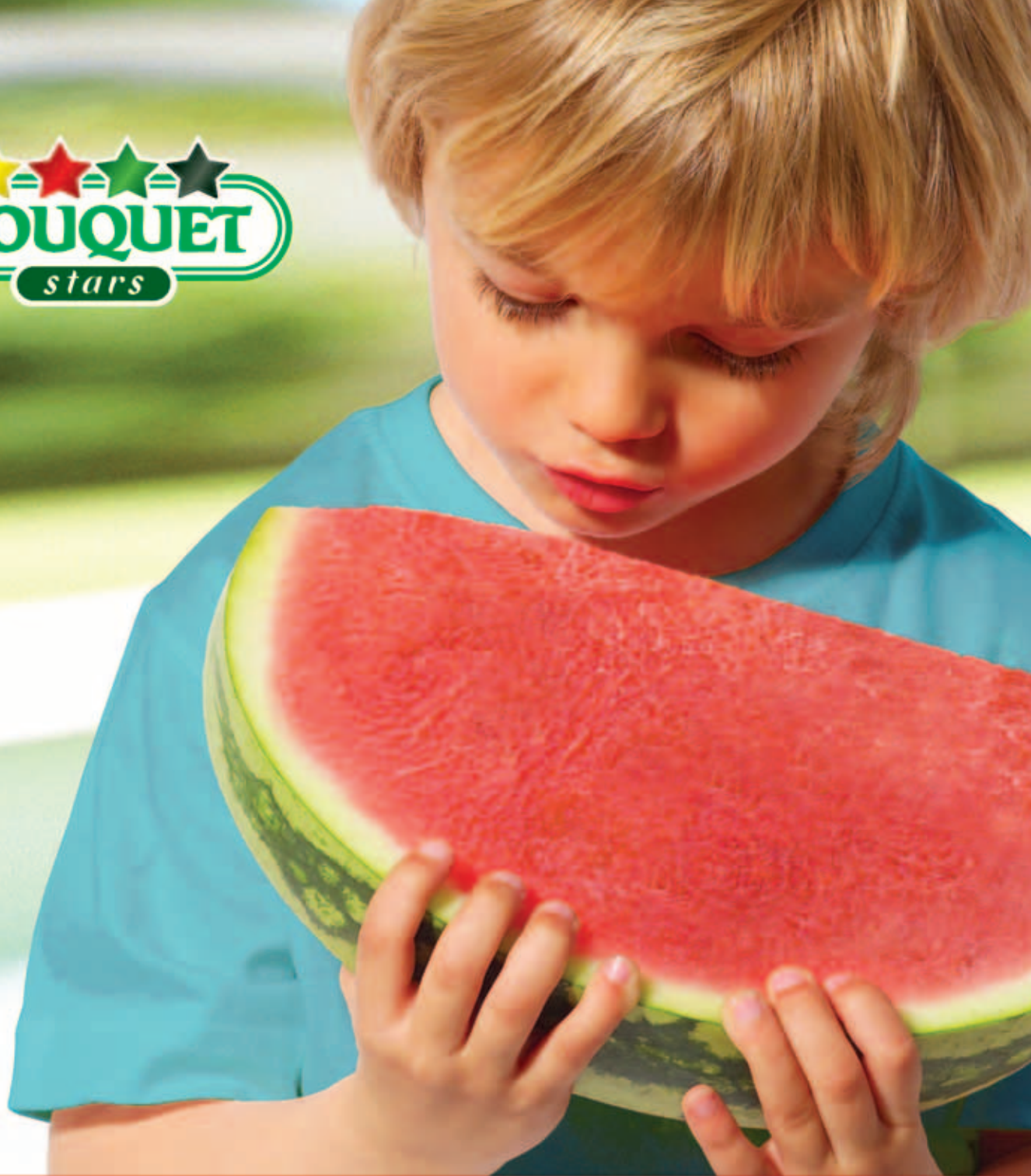
GRÁFICO 8

Establecimientos de compra de productos ecológicos. Porcentaje



ran que cuando compran un determinado alimento ecológico sustituye en esa compra al tradicional, pero al no incluir habitualmente alimentos

ecológicos, la sustitución es pasajera. Tienen claro que una dieta completa a base de alimentos ecológicos de momento no es posible.



No las busques, en Bouquet no hay pepitas

Sandías **sin pepitas**. 100% sabor

Disfruta 100% de tu sandía ya que con Bouquet, además de dulces y jugosas, no encontrarás pepitas*

Bouquet, las sandías sin pepitas de nuestra tierra, líderes en Europa, avaladas por más de 15 años en el mercado y más de 200 millones de unidades vendidas.



*ocasionalmente pueden contener algunas pepitas.



Percepción de los precios por los consumidores

La opinión sobre los precios de los alimentos ecológicos es unánime y tajante: son muy elevados. Es el freno principal para el consumo de alimentos ecológicos. Todas las participantes coinciden en que son como mínimo un 50% más caros que los tradicionales, llegando a ser el doble en algunos casos. Las patatas, conservas y huevos son los productos en los que menos diferencias aprecian; en las verduras, especialmente los tomates, y en la carne es donde encuentran mayores diferencias.

En general, las participantes están dispuestas a pagar el sobreprecio, pero no en todos los alimentos. Hasta un 50% en los alimentos de menor precio como conservas, huevos, etc., y hasta un 30% en el resto. En cierto modo, justifican y aceptan un mayor precio al relacionarlo con la calidad del producto.

Criterio de venta de los distribuidores

En 2007 no llega al 50% de los establecimientos que venden productos ecológicos, incluso han disminuido 2 puntos desde 2005. Los principales motivos que justifican la venta son:

- Demanda de los clientes.
- Imagen.
- Los ofertan los proveedores habituales.

Los distribuidores que no comercializan productos ecológicos lo justifican en:

- No tener suficiente demanda.
- Sus proveedores habituales no trabajan este tipo de productos.

Un 84% de los que “no los comercializan” no prevé incorporarlos a corto plazo a su oferta de productos. El mayor inconveniente que encuentran es el mayor precio de los ecológicos, seguido a distancia por la poca variedad en el mercado. No obstante, casi un 75% de los distribuidores encuestados piensan que en los próximos años se van a desarrollar

GRÁFICO 9

Venta de productos ecológicos en establecimientos de distribución. Porcentaje

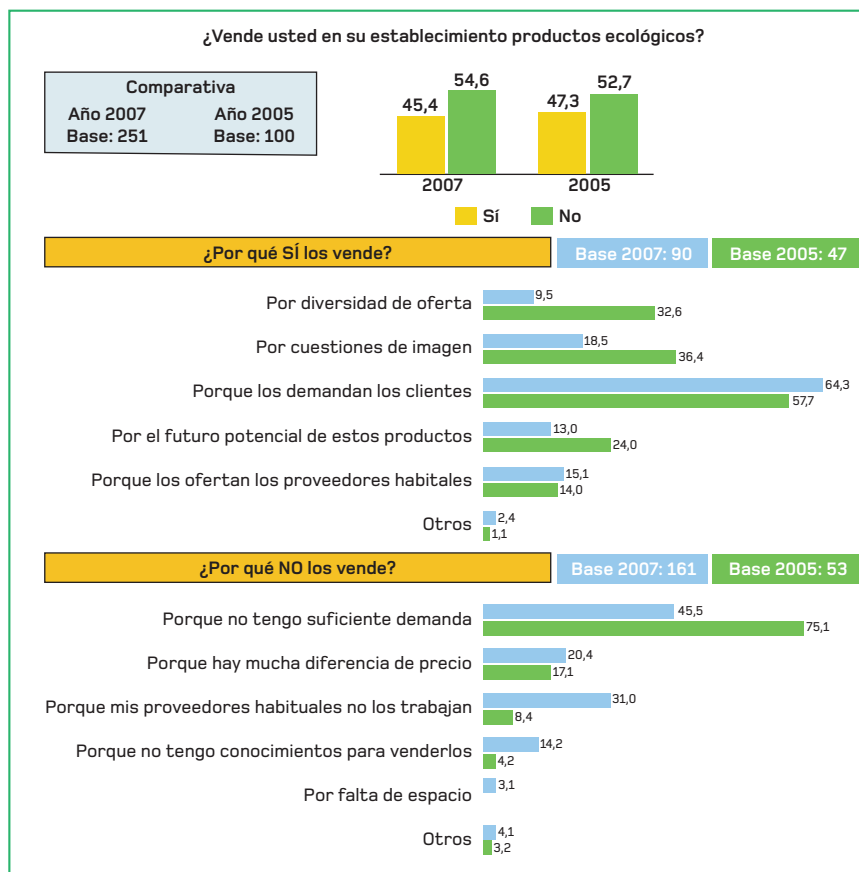
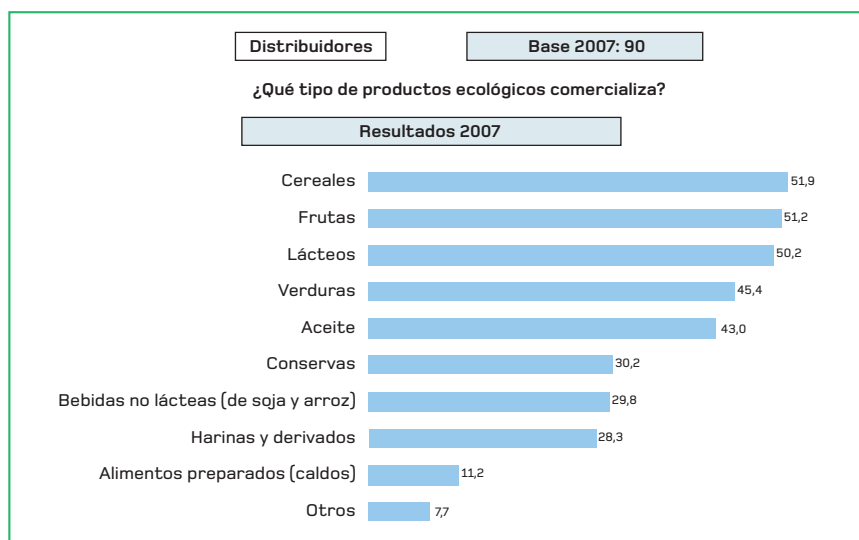


GRÁFICO 10

Tipología de productos ecológicos que comercializa. Porcentaje



más este tipo de productos, pero han tenido 5 puntos menos que en las respuestas de la oleada anterior del

2005. La mayor oferta que los distribuidores comercializan está en cereales, frutas, verduras, lácteos y aceites.

No te compliques la vida...



...en sandía, elige fashion

Con **fashion** nunca tendrás que jugártela para acertar.
Por su auténtico **sabor sin pepitas**, porque su **calidad**
es **inigualable** y por su aspecto **tradicional**.

fashion siempre sale buena... por eso no te compliques
la vida y idisfrútala con todos tus clientes!



fashion[®]

sandía

sabor sin pepitas

® Sandía Fashion "Sabor sin pepitas" es una marca registrada de
A.G.F. ASOCIACIÓN GRUPO FASHION

www.sandiafashion.com

▼ Datos sobre consumo de productos ecológicos en el Panel de Consumo Alimentario

En la actualidad, para la elaboración del Panel de Consumo Alimentario, 8.000 hogares facilitan todas sus compras de alimentación a lo largo del año. Para ello tienen un lector óptico que pasan por el código de barras del producto comprado. Cuando es producto fresco no empaquetado existe un libro de códigos para realizar el apunte. De cada producto se registra el precio, la cantidad y el lugar donde lo han comprado, estas cifras pasan directamente al ordenador central de la empresa que procesa los datos y nos da los resultados mensuales.

Los alimentos ecológicos de los que tenemos cantidades compradas provienen de una selección que nos parecieron inicialmente los más importantes: verduras frescas, frutas frescas y el aceite de oliva. Es decir, que hay una serie de grandes grupos ecológicos que nuestro panel no recoge, debido a la complicación que produce a los hogares colaboradores introducir nuevas rúbricas y nuevos conceptos, que para más dificultad no se reflejan en el código de barras. Es importante tener en cuenta que el declarar que un producto comprado es ecológico requiere un conocimiento por parte del consumidor que a veces no tiene, porque no lo sabe distinguir, siendo una anotación totalmente subjetiva, que en algunos casos puede ser errónea. Por lo tanto es necesario tener precaución con las aseveraciones que se deriven de estas cifras, si no se tiene un buen conocimiento del tema de ecológicos y su problemática en la recogida de datos por la declaración de los hogares.

Hay además un problema añadido, que se ha detectado en el panel, que proviene de las declaraciones de los hogares colaboradores que están viviendo en zonas rurales y en general en poblaciones de menos de 10.000 habitantes. Estos hogares declaran un consumo de productos ecológicos bastante mayor que el observado en las grandes ciudades y en nú-

cleos urbanos de mayor tamaño y entonces surge la duda del motivo de por qué se da esta circunstancia: ¿Es que realmente consumen más productos ecológicos?, o ¿es que en estas zonas hay más agricultores que piensan que lo que ellos hacen es ecológicos sin pasar los controles requeridos por el Consejo Regulador? No podemos realmente saberlo.

Esta observación se corrobora con lo obtenido en el estudio anterior (OCDA) en el que se encuentra que más de un tercio (36%) de los encuestados piensan que el

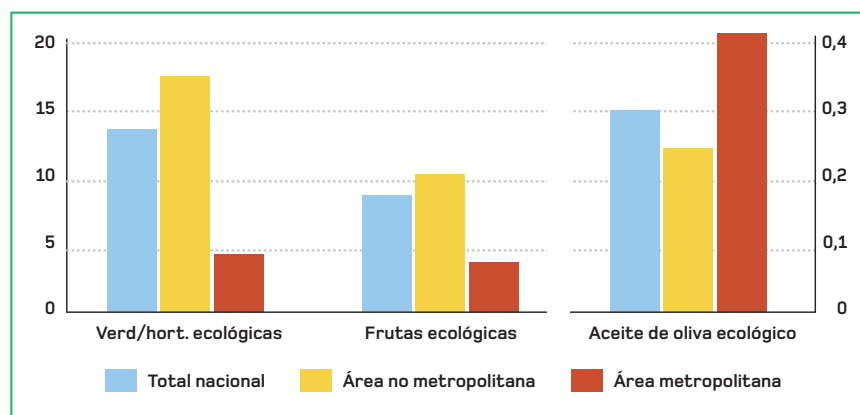
cultivo de un señor en su propia huerta se puede considerar ecológico por el mero hecho de ser el mismo o un conocido el que lo produce de una forma más o menos artesanal, pero sin ningún control efectivo de la condición de ser cultivo ecológico.

Lo que sí se ha observado es que en algunos núcleos de población pequeños los productos ecológicos se venden en las cooperativas, no salen al mercado exterior y abastecen a esa zona en un radio geográfico no muy amplio, que explicaría



GRÁFICO 11

Porcentaje de productos ecológicos comprados respecto al producto total.
Año 2007





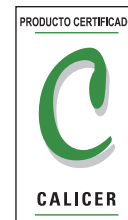
la mayor proporción de ecológicos respecto al total que se compran.

Si se analizan los porcentajes que representan el volumen comprado de ecológicos con respecto al total del producto considerado (verduras ecológicas/total

verduras) x 100, (frutas ecológicas/total frutas) x 100, etc.). Como se puede observar cada tipo de producto analizado presenta porcentajes distintos según se estudie en áreas metropolitanas o en áreas no metropolitanas. Las verduras, que

es el producto que más incluye el autoconsumo y la distribución zonal, resulta que en las áreas no metropolitanas tienen un porcentaje más del triple que en las áreas metropolitanas, que es donde se adquiere en distribuidores con marca de ecológico y habiendo tenido los controles debidos. Si además se fuera a poblaciones de menos de 10.000 habitantes, este porcentaje crece hasta el 23% que representa casi 5 veces más que en las grandes ciudades.

Al analizar las frutas frescas, que es un producto en el que no se da tanto autoconsumo, ni la distribución de cercanía es tan importante, simplemente porque el frutal requiere unas condiciones climáticas que no se tienen en invierno a lo largo de todo el territorio nacional, nos encontramos que en las áreas no metropolitanas hay una cifra 2 veces y media superior a la de las áreas metropolitanas, y las poblaciones de menos de 10.000 habi-



CERTIFICAMOS PRODUCTOS EXTRAORDINARIOS

CALICER ENTIDAD CERTIFICADORA DE ALIMENTOS

Si su producto es extraordinario, dígaselo a todo el mundo con el sello CALICER. Una certificación de procedencia, trazabilidad y calidad. Una garantía que defiende el nombre de su producción frente a imitaciones o abusos. Un símbolo que, en definitiva, ofrece un valor añadido a sus productos agroalimentarios.



SALAMANCA:
Pizarro, 17 bajo • Tel. 923 19 22 38 • 37005 Salamanca
MADRID:
Monsalpe, 14 - A, 3º B • Tel. 91 463 25 54 • 28047 MADRID
www.calicer.com

tantes aumenta tres veces y cuarto la de las grandes ciudades.

Al analizar el aceite de oliva ecológico se observa un comportamiento inverso, es decir el porcentaje de compras en las grandes ciudades es superior al que se da en áreas no metropolitanas y si se compara con las zonas rurales, entonces el consumo de las áreas metropolitanas excede en 5 veces el de estas zonas. ¿Qué nos está reflejando este dato? Pues en aquellos productos en que interviene una transformación, en la que ya no interviene el criterio del agricultor directamente, el consumo es mucho menor que el que se produce en la distribución de las ciudades más grandes.

Esto es, por tanto, una prueba más de que las declaraciones de consumo de productos ecológicos de las zonas rurales y pequeñas poblaciones hay que tomarlas con cierta precaución, pues no hay forma de contrastar si esos productos han pasado los controles requeridos o más bien es una declaración totalmente subjetiva apelando al convencimiento del agricultor de que sus prácticas agrícolas son totalmente naturales.

RESULTADOS

En vista del problema detectado en los datos procedentes del Panel de Consumo de Hogares, pensamos que la estimación más objetiva del porcentaje de compras de frutas y verduras ecológicos puede ser la encontrada en las áreas metropolitanas. En estas áreas se ha encontrado una evolución creciente en los tres primeros años de recogida de información, pero que en los dos últimos se aprecia una estabilización de los mismos.

En lo que se refiere al aceite de oliva, creemos que la media nacional es una buena estima de sus compras, que no tiene la distorsión de apreciaciones subjetivas encontradas en los otros dos productos y por tanto tomamos dicha estima como buena. En este caso, el aceite de oliva ecológico ha tenido un crecimiento importante cada año, aunque su

GRÁFICO 12

Evolución porcentajes de productos ecológicos. Estimaciones consideradas más reales

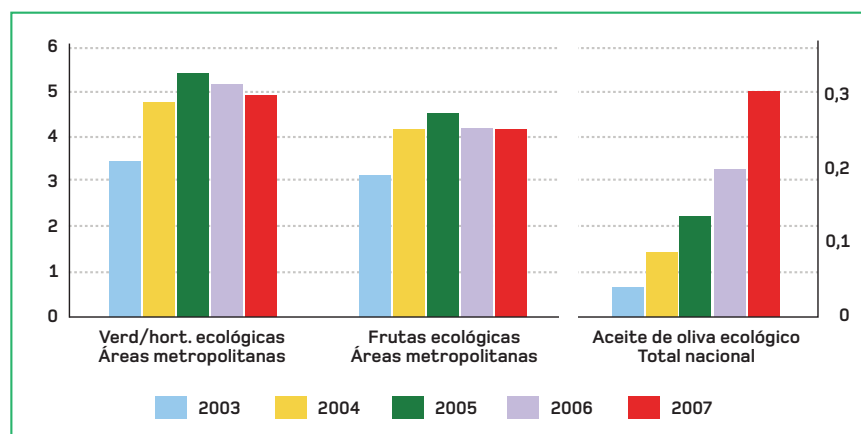
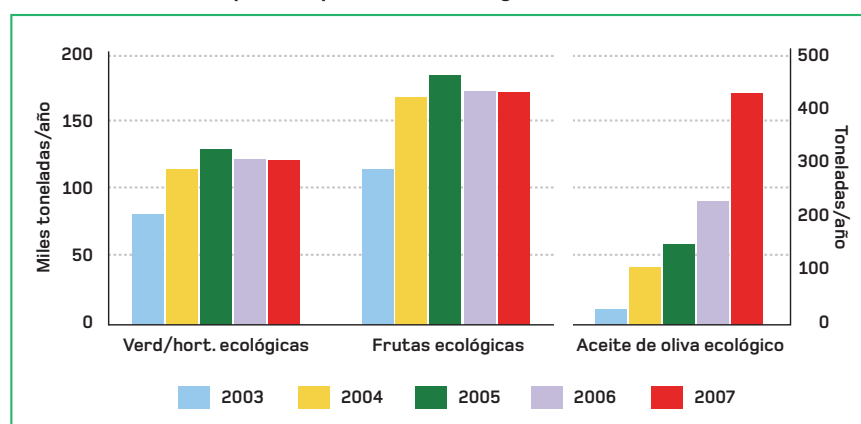


GRÁFICO 13

Evolución de las compras de productos ecológicos



consumo es todavía muy bajo. A partir de estos porcentajes que se consideran apropiados se han calculado las cantidades compradas de ecológicos, aplicándoselos al total de cada producto considerado, con lo que se obtiene aproximadamente las toneladas de cada producto ecológico comprado por los hogares. Bien entendido que estas cifras son las propuestas a través de nuestros cálculos y no lo que sale directamente de la base de datos.

Se observa que en 2007 la fruta ecológica es la que se consume en mayor cantidad, alrededor de 178.000 toneladas, le siguen las verduras con 124.000 toneladas y, por último, el aceite de oliva, con 428.000 litros, lo que representa una cantidad total de 303.000 toneladas, que

en cantidades per cápita son: 4 kilos/persona/año de frutas, 2,8 kilos de verduras y hortalizas y 14 cc de aceite de oliva. Todo el consumo de ecológicos se eleva a 6,8 kilos/persona/año.

El gasto realizado en las compras de ecológicos se eleva a 243,6 millones de euros en frutas, 193 millones de euros en verduras y hortalizas, y 3,9 millones de euros en aceite de oliva, lo que representa un gasto total de casi 441 millones de euros. Los gastos per cápita correspondiente son: 4,33 euros/persona/año de verduras y hortalizas, 5,46 euros en frutas y 9 céntimos de euro en el aceite de oliva ecológico. Se estima que el total gastado en los productos ecológicos que nosotros controlamos se acerca a 10 euros/persona/año.



ECOLIVA

2 0 0 8

FERIA DEL OLIVAR ECOLÓGICO
VII JORNADAS INTERNACIONALES DE OLIVAR ECOLÓGICO
I CONGRESO ANDALUZ DE AGRICULTURA ECOLÓGICA
DEL 24 AL 26 DE OCTUBRE • JAÉN

olivar ecológico,
un freno al cambio climático

CONTACTO FERIA

FERIAS JAÉN S.A.
RECINTO PROVINCIAL DE FERIAS Y CONGRESOS
Prol. Ctra. de Granada s/n. 23003, Jaén
Tlno. 953 00 69 00, fax 953 24 50 12
general@ifeja.org • www.ifeja.org/ecoliva

ORGANIZA



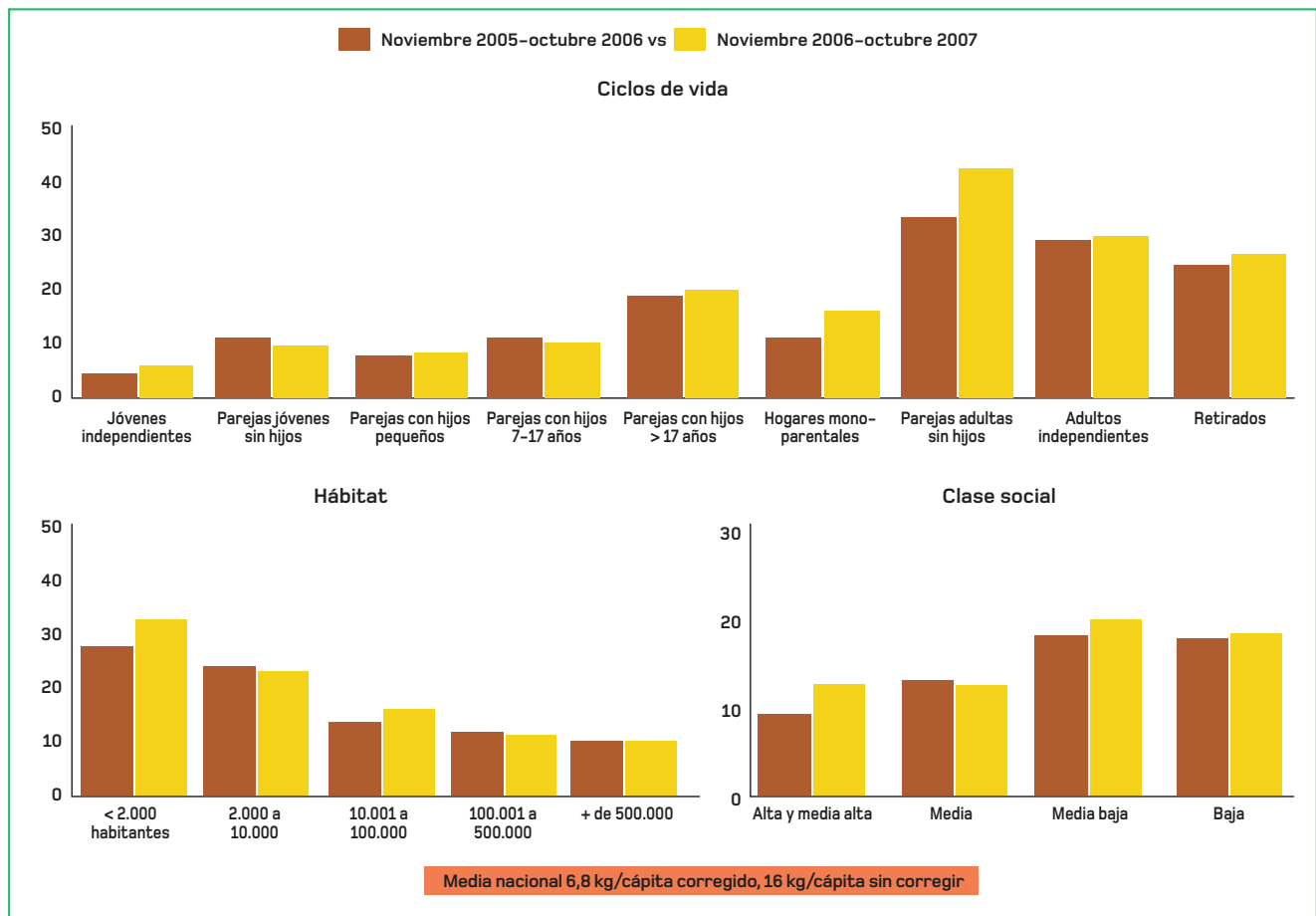
CONTACTO CONGRESO

CAFAGE
Guadilimar, 1 bis
23350 Puente de Génave, Jaén
Tlno. - fax 953 43 54 00
ecoliva@ecoliva.net • www.ecoliva.info

PATROCINA



GRÁFICO 14

Total ecológicos. Consumo per cápita. Kg

CONSUMO POR SEGMENTACIONES DE POBLACIÓN

Al analizar las cantidades per cápita consumidas por las segmentaciones, se advierte que se dan directamente las cifras obtenidas a partir de la base de datos y no hay ningún tipo de corrección, entre

otras cosas, para que queden de manifiesto las distintas cantidades encontradas en las distintas subdivisiones que tenemos en el estudio. En lo referente al tamaño de población, que es la más conflictiva, se encuentra que los de mayor consumo son los de las zonas de menos de 2.000 habitantes y los comprendidos en

entre 2.001 y 10.000 habitantes. También aparecen las clases sociales medio-bajas y bajas, como mayores consumidores frente a las clases altas, corroborando todo lo expuesto anteriormente del mayor consumo de las zonas rurales.

Como se puede observar, casi el 42% del consumo de ecológicos se realiza en las poblaciones de menos de 10.000 habitantes.

Por otra parte, en cuanto a la composición del hogar se encuentra que son los formados por personas adultas y pocos miembros los que mayor cantidad consumen, posiblemente motivado, en primer lugar por ser hogares con mayor poder adquisitivo y en segundo lugar debido a la relación que se está demostrando que existe entre el consumo de productos ecológicos y el bienestar corporal, siendo

GRÁFICO 15

Porcentajes de contribución al consumo de ecológicos según el tamaño del hábitat. Año 2007

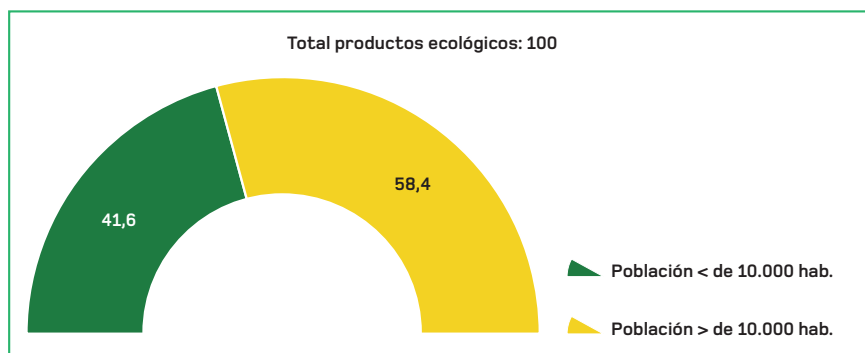
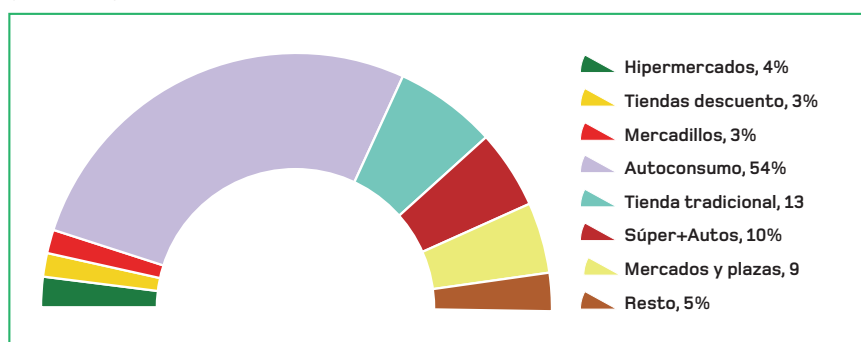


GRÁFICO 16

Importancia de los canales de compra. Total ecológicos. Porcentaje de volumen (kilos/litros). Año 2007



este colectivo el que esté más interesado en este aspecto y no le importe gastar más en un producto que sabe es de mejor calidad.

Según las zonas geográficas se observan mayores compras que la media nacional en las comunidades autónomas que más áreas rurales tienen, como son: Castilla y León, Extremadura, Galicia y Andalucía.

LUGAR DE ADQUISICIÓN DE LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS

Según nuestros datos, más del 50% de las cantidades compradas provienen del autoconsumo, que corrobora lo que se decía en los párrafos anteriores, que el agricultor consume aquello que él produce, lo que no podemos saber es si esto es verdaderamente ecológico o no.

CONCLUSIONES

Es difícil conocer el consumo directo de productos ecológicos, principalmente por dos razones:

- Los consumidores no tienen nada claro lo que es un producto ecológico. Por otra parte, los agricultores que tienen sus huertas, quizás están dando por ecológico, aquello que no lo es, por no tener los certificados requeridos.
- Los logos que diferencian a un producto ecológico son tan variados que el público en general los desconoce.

Sería conveniente introducir un código de barras que identificara el producto sin necesidad de interpretaciones subjetivas de la panelista que apunta sus compras.

Nosotros estimamos que el consumo de ecológicos está alrededor del 5% del total de verduras frescas compradas, del

4% del total de frutas frescas y un 0,3% para el aceite de oliva, algo más bajo que el que se obtiene en el total nacional del panel de consumidores. La cantidad total de ecológicos controladas en el panel está alrededor de 303.000 toneladas, lo que supone 6,8 kilos/persona/año.

El gasto en productos ecológicos está actualmente en el 0,7% del gasto total en alimentación, lo que representa un gasto de 441 millones de euros, con un per cápita de escasamente 10 euros anuales. ■

BIBLIOGRAFÍA

- MAPA. 2007 a). Plan Integral de actuación para el fomento de la Agricultura ecológica.
- ★ RAIGÓN JIMÉNEZ, D., 2007 ALIMENTOS ECOLÓGICOS, CALIDAD Y SALUD. Edición de la Junta de Andalucía, Consejería de Agricultura y Pesca.

Beneficios del consumo de los productos ecológicos

Las opiniones de los consumidores en las reuniones celebradas en el marco del Observatorio del Consumo y la Distribución Agroalimentaria atribuyen, con carácter general, efectos beneficiosos para la salud a los alimentos ecológicos. La opinión generalizada es que al tener una composición más saludable que la de los alimentos tradicionales, el aporte de minerales, vitaminas y proteínas de estos alimentos es mucho mayor.

De forma casi unánime se considera que el consumo de alimentos ecológicos comenzó como una moda a raíz de la “fiebre de cultivar el cuerpo”, pero que con el tiempo los consumidores se han concienciado de los beneficios que les aporta el incluirlos en su dieta.

El 75% de los consumidores de productos ecológicos encuentra mejor sabor de los ecológicos frente a los convencionales.

Ratificando la sensación del consumidor respecto a que los alimentos ecológicos han mejorado el sabor de los convencio-

nales actuales, existen diversos estudios que están confirmando la bondad de estos productos. Raigón Jiménez (2007) en el libro *Alimentos Ecológicos, Calidad y Salud*, en el que se presentan los resultados de analizar en el laboratorio diversos componente nutricionales, vitaminas, oligoelementos, así como contaminantes de los alimentos ecológicos frente a los convencionales, ha encontrado en todas las variables analizadas una mejor calidad en los ecológicos, con diferencias significativas a nivel estadístico. Citando textualmente: “Las técnicas agroalimentarias de producción ecológica tienen unos marcados efectos positivos sobre la calidad final de los alimentos, por un lado inciden en la disminución de la contaminación por sustancias nocivas, y por otro lado tienen una relación directa sobre la composición nutricional y equilibrada de los alimentos, así como en la mejora de las cualidades organolépticas. Con todo ello, los alimentos ecológicos tendrán unas consecuencias positivas sobre la salud porque en el proceso de producción se garantiza la ausencia de residuos químicos”.

