



ODS y alimentación ecológica

Un estudio de la sostenibilidad en el mercado español¹

MARÍA SOMAVILLA FABREGAT. VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO. Universidad Complutense Madrid.

RESUMEN

El crecimiento y dinamicidad del mercado alimentario actual ha impulsado la productividad de las distintas actividades que componen el sector primario. Sin embargo, las externalidades negativas derivadas de la alimentación global sobre el medio ambiente y la sociedad también se han hecho más significativas (agotamiento de recursos marinos, pérdida de biodiversidad, pobreza de suelos o generación y tratamiento de residuos, por ejemplo). Para combatir estos y otros problemas importantes, la comunidad mundial lanzó, en el año 2015, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible articulado como un plan de acción que se basa en 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La alimentación ecológica se presenta como una posible solución por su impacto positivo sobre varios ODS.

Este trabajo, analiza, en primer lugar, la repercusión de la alimentación ecológica sobre 8 ODS: 15 Vida de ecosistemas terrestres, 13 Acción por el clima, 14 Vida submarina, 6 Agua limpia y saneamiento, 2 Hambre cero, 8 Trabajo decente y crecimiento económico, 3 Salud y bienestar y 12 Producción y consumo responsables. En segundo lugar, presenta un trabajo de campo que evalúa para el mercado español la sostenibilidad de dos enseñas de alimentación ecológica (Carrefour Bio y Veritas) en cuanto a tres categorías: certificación, transparencia y envases.

PALABRAS CLAVE: ODS, alimentación ecológica, Carrefour Bio, Veritas, sostenibilidad, certificación ecológica.

La comunidad mundial lanzó, en el año 2015, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible articulado como un plan de acción que se basa en 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La alimentación ecológica se presenta como una posible solución por su impacto positivo sobre varios ODS.

En este contexto, el sector de la alimentación ecológica se encuentra en auge a nivel mundial. Hoy en día la sociedad es más consciente de la importancia de llevar una vida saludable y ejercer un consumo responsable. Este cambio de tendencia se ha visto reflejado en un aumento de la demanda de productos ecológicos en el mercado agroalimentario. En los últimos años, se observa cómo la producción y la industria ha hecho frente a esta demanda, desarrollando marcas ecológicas propias que les han permitido avanzar en este entorno.

El mercado actual ofrece una oferta cada día más amplia en número de establecimientos y productos ecológicos. El consumidor, más crítico y comprometido, exige a las marcas ecológicas un compromiso de transparencia y garantías de sostenibilidad que satisfagan su deseo de un consumo responsable.

Se puede plantear una relación con 8 ODS con la alimentación ecológica conforme al siguiente esquema de reducción/INCREMENTO (De Schaetzen, 2019):

- ODS 15: Vida de ecosistemas terrestres

- REDUCIR: Productos químicos sobre la biodiversidad y los suelos
- AUMENTAR: Aparición de mayor biodiversidad en las explotaciones ecológicas

- ODS 13: Acción por el clima

- REDUCIR: Producción de fertilizantes agrarios
- AUMENTAR: Absorción de carbono ODS 14: Vida submarina

- ODS 6: Agua limpia y saneamiento

- REDUCIR: Contaminación química en sistemas acuáticos
- AUMENTAR: Mejores rendimientos del agua

- ODS 2: Hambre cero

- AUMENTAR: Aprovechamiento del clima (climate smart)

- ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico

- REDUCIR: Productos químicos como riesgo laboral

- ODS 3: Salud y bienestar

- REDUCIR: Pesticidas que tiene efectos negativos sobre la salud
- AUMENTAR: Alimentos ecológicos tienen altos niveles de nutrientes

- ODS 12: Producción y consumos responsables

- REDUCIR: Industria agroalimentaria que erosiona la biosfera
- AUMENTAR: Certificaciones y sellos de reconocimiento

De forma más detallada, el cuadro 1 ofrece un resumen de la relevancia de la alimentación ecológica con los ODS tomando como referencia el informe *Organic Agriculture and the Sustainable Development Goals. Part of the Solution*, editado por IFOAM Organics International.

Hoy en día la sociedad es más consciente de la importancia de llevar una vida saludable y ejercer un consumo responsable. Este cambio de tendencia se ha visto reflejado en un aumento de la demanda de productos ecológicos en el mercado agroalimentario



SOSTENIBILIDAD EN EL MERCADO DE ALIMENTOS ECOLÓGICOS: CARREFOUR BIO VS VERITAS

Después de analizar la relación entre ODS y alimentación ecológica, se plantea en este apartado un trabajo de campo comparando Carrefour BIO y Veritas (cuadro 2), con el objetivo final de conocer cuál de las dos marcas ecológicas comercializa mayor volumen de productos ecológicos certificados, transparentes y sostenibles.

El análisis estático (sin considerar cambios ni evoluciones) se desarrolló entre los días 15 y 25 de marzo de 2019. Se utilizó como fuente de información el canal de compra on line para las marcas Carrefour Bio y Veritas. Además, el trabajo se centra en analizar el etiquetado de los artículos seleccionados siendo, por tanto, todos ellos productos envasados. Las cinco categorías planteadas para el estudio son huevos, lácteos, cereales, legumbres y mermeladas o conservas.

Se ha considerado oportuno realizar la comparación con productos similares que, además, tienen marca del distribuidor y, al

mismo tiempo, debido a que el volumen de productos de la marca Veritas es tres veces superior a las referencias de la marca Carrefour BIO, se analizan, para el primer caso, 164 referencias y 47, para la segunda marca.

Certificaciones: Carrefour Bio vs Veritas

El objetivo de esta comparación es determinar cuál de las dos marcas cuenta con mayor volumen de productos ecológicos certificados en el mercado. El volumen de productos certificados se va a clasificar sobre la base de cuatro certificados ecológicos que ofrecen ambas marcas en el etiquetado de sus productos (cuadro 3).

El certificado principal e indispensable para comercializar estos productos es el emitido por la Unión Europea, debido a que el Artículo 24 del Reglamento (CE) nº 834/2007 establece como indicaciones obligatorias hacer figurar el logotipo comunitario en los alimentos envasados y el código numérico de la autoridad u organismo de control.

CUADRO 1

Alimentación ecológica y Objetivos de Desarrollo Sostenible

ODS	IMPACTO DE LA ALIMENTACIÓN ECOLÓGICA
	<ul style="list-style-type: none"> - La degradación global de la tierra y la pérdida de biodiversidad se produce a un ritmo alarmante, causando cambios perjudiciales para los hábitats y la cadena alimentaria natural. En lo que respecta a la biodiversidad, la agricultura ecológica obtiene mejores resultados que la agricultura convencional según se demuestra en el <i>Informe Agricultura Orgánica y los Objetivos de Desarrollo Sostenible</i>. - El 25% de la biodiversidad se encuentra en el suelo y, según la organización mundial de alimentos FAO, la producción intensiva de cultivos ha agotado el suelo en muchos países y, como consecuencia, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura propone la agricultura ecológica como una de las cinco formas de prácticas agrícolas sostenibles.
	<ul style="list-style-type: none"> - El Panel Intergubernamental para el Cambio Climático (IPCC) reconoce el importante vínculo entre la agricultura, el suelo y el cambio climático: "La agricultura, la silvicultura y otros tipos de uso de la tierra representan el 23% de las emisiones humanas de gases de efecto invernadero". Al mismo tiempo, la gestión de la tierra también se considera parte de la solución: "Los procesos terrestres naturales absorben dióxido de carbono equivalente a casi un tercio de las emisiones de dióxido de carbono de los combustibles fósiles y la industria". - Cuando se trata del debate climático, una de las mayores ventajas de la agricultura ecológica y otras formas sostenibles de agricultura es el hecho de que el suelo en estas explotaciones puede absorber CO₂ de la atmósfera y unirlo al suelo. - La producción de agroquímicos (específicamente fertilizantes artificiales) es el segundo mayor emisor de CO₂ en la agricultura puesto que los agricultores ecológicos construyen suelos saludables que absorben CO₂ y no usan agroquímicos que producen CO₂, la agricultura ecológica puede verse como parte de la solución.
	<ul style="list-style-type: none"> - Como la agricultura ecológica prohíbe el uso de pesticidas sintéticos, existe un riesgo menor de contaminación en las aguas subterráneas y superficiales. - Un estudio dirigido a evaluar métodos agrícolas que podrían implementarse para reducir la contaminación por nutrientes sugiere que "un sistema agrícola basado en recursos locales y renovables, que integra la producción animal y de cultivos en cada explotación" es la solución. - Puesto que existen muchas similitudes entre estos métodos y la agricultura ecológica, incluida la rotación de cultivos y un mejor reciclaje de biomasa y nutrientes, la agricultura ecológica puede verse como parte de la solución.
	<ul style="list-style-type: none"> - El agua cubre el 70% del planeta, pero sólo el 3% es agua dulce y dos tercios de esa cantidad no está disponible, ya que está en los glaciares congelados. De ese tercio que queda más del 70% se utiliza en la agricultura. - Puesto que la legislación ecológica prohíbe el uso de fertilizantes artificiales y pesticidas químicos, este tipo de agricultura no están contribuyendo a la contaminación de los sistemas de agua. - Los agricultores ecológicos no usan fertilizantes artificiales, alimentan sus cultivos indirectamente a través del suelo, por ejemplo, mediante la aplicación de compost. Otras técnicas para construir un suelo saludable incluyen la rotación de cultivos y el uso de cultivos de cobertura. Los suelos saludables tienen una excelente capacidad de retención de agua, lo que significa que necesita menos agua y puede manejar mejor los períodos de sequía. Alternativamente, cuando hay fuertes lluvias, los suelos sanos, debido a una estructura más porosa, aseguran un mejor drenaje que resulta en una menor pérdida de agua por la escorrentía. Entonces, cuando se trata de proteger los suministros de agua dulce, la agricultura ecológica es una parte muy importante de la solución.
	<ul style="list-style-type: none"> - Cuando se considera que más del 95% de los alimentos provienen directa e indirectamente del suelo, es fundamental, para abordar el problema del hambre, que se necesita salvar este recurso. Cada minuto, la humanidad destruye el equivalente a 30 campos de fútbol de suelo fértil, debido a los métodos de cultivo intensivo. Por tanto, para alimentar a los 10.000 millones de personas previstas para el año 2050, debe alcanzarse un equilibrio crítico entre la calidad y la diversidad del suelo, así como la productividad y la sostenibilidad. - Cuando se trata de preservar y mejorar la calidad y fertilidad del suelo, la FAO fomenta cinco formas diferentes de prácticas agrícolas sostenibles, incluida la agricultura ecológica. Según la FAO, si se adoptaran estas prácticas de gestión sostenible del suelo, se produciría un 58% más de alimentos. - Cuando se trata de abordar el Hambre Cero en una era con impactos del cambio climático, es de vital importancia cultivar alimentos durante largos períodos de estrés físico. La investigación de la FAO muestra que la agricultura ecológica consigue mejores rendimientos durante los períodos de sequía.
	<ul style="list-style-type: none"> - La Asamblea Ambiental de las Naciones Unidas afirma que hasta 25 millones de trabajadores agrícolas en todo el mundo experimentan envenenamiento involuntario por pesticidas cada año. El envenenamiento por pesticidas es un importante problema de salud pública en los países en desarrollo y no solo para los trabajadores agrícolas, sino también para las personas que viven al lado de los campos rociados. - A este respecto, las explotaciones ecológicas, donde están prohibidas esas sustancias químicas, generalmente pueden percibirse como un entorno de trabajo más saludable, particularmente en los países en desarrollo.
	<ul style="list-style-type: none"> - En lo que respecta a la salud, hay una discusión en curso. Por un lado, hay estudios que muestran que los productos ecológicos son más saludables y, por otro lado, hay estudios que muestran que no hay diferencia entre lo ecológico y lo no ecológico. Sin embargo, no se encuentra ningún estudio que muestre que los productos no ecológicos son más saludables que los ecológicos. - La comida saludable proviene de una agricultura saludable. Según una investigación del British Journal of Nutrition, los productos ecológicos contienen más vitaminas, minerales, antioxidantes y materia bioactiva. - La Organización Mundial de la Salud (OMS) señala que "los pesticidas altamente peligrosos pueden tener efectos tóxicos agudos y / o crónicos, y presentar un riesgo particular para los niños". Dado que la agricultura ecológica no utiliza pesticidas químicos a este respecto, esta forma sostenible de agricultura no está contribuyendo a estos problemas de contaminación.
	<ul style="list-style-type: none"> - Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO): "La agricultura sostenible debe nutrir ecosistemas saludables y apoyar la gestión sostenible de la tierra, el agua y los recursos naturales, al tiempo que garantiza la seguridad alimentaria mundial". - Cuando se trata de preservar y mejorar la calidad del suelo y la fertilidad, la FAO fomenta cinco formas diferentes de prácticas agrícolas sostenibles, incluidas la agroecología, la agrosilvicultura, la labranza cero, la agricultura de conservación y la agricultura ecológica. De estas cinco prácticas agrícolas sostenibles, solo la agricultura ecológica tiene un fuerte sistema de control independiente que se adhiere a las estrictas regulaciones internacionales y, lo que es más importante, es reconocido y confiable por los consumidores interesados - Básicamente, si el logotipo orgánico europeo se muestra en un producto, está garantizado como ecológico. Además, la palabra "ecológico" está protegida por la ley europea, por lo que solo puede ser utilizada por productores que hayan recibido la certificación oficial de acuerdo con las normas europeas. El cumplimiento de la normativa se controla estrictamente. - Cuando los productos ecológicos se importan desde fuera de Europa, estos productos no solo tienen que cumplir con estrictas regulaciones ecológicas europeas, sino que también están controlados por organizaciones aprobadas por la UE. Por lo tanto, realmente no importa el lugar de comercialización, si se vende como "ecológico" debe aplicarse a las estrictas regulaciones establecidas en la legislación.

Fuente: Elaboración propia basada en De Schaetzen (2019).

Los otros tres certificados son de carácter optativo. A pesar de no ser obligatorios, las marcas los incluyen para aclarar la procedencia y aportar un valor de proximidad de los productos hacia los clientes. En el caso de España, la certificación nacional es emitida por cada comunidad autónoma. En algunos casos puede ser un organismo privado como Sociedad Hispana de Certificación (SHC). Por otro lado, Francia, a nivel nacional, cuenta también con un sello de certificación denominado AB “Agriculture Biologique”, que resulta relevante analizar, teniendo en cuenta el origen francés de la marca Carrefour BIO y la importancia del valor de proximidad de las marcas.

Conforme a los resultados del cuadro 4, Carrefour BIO cumple en un 100% con todos los productos ecológicos certificados de forma visible y accesible al consumidor mediante el etiquetado de sus productos en el canal on line. En cuanto a la certificación de procedencia, Carrefour BIO aún cuenta con muchos proveedores de origen francés. Esto puede considerarse un inconveniente al tener en cuenta el valor que aporta la proximidad en la venta de productos ecológicos.

En el caso de Veritas, a pesar de contar con un alto porcentaje de certificación, no todos los productos disponen del logotipo europeo visible en la presentación del producto. Este factor puede generar desconfianza en el consumidor en el canal online.

Por otra parte, Veritas se posiciona por delante de Carrefour BIO en la comparativa de la variable proximidad de los productos debido a que un alto porcentaje de artículos cuentan con una certificación nacional. Veritas, por tanto, consigue con este factor aportar un valor de proximidad a los consumidores, uno de los principales estándares que se priorizan en la alimentación ecológica.

En esta comparativa se valora tanto el origen del producto como la información sobre sus ingredientes y componentes con el objetivo de estimar cuál de las dos marcas ecológicas presenta un mayor grado de transparencia. Para la comparativa se siguen manteniendo las cinco categorías planteadas para el análisis anterior, es decir, huevos, lácteos, cereales, legumbres y mermeladas o conservas.

CUADRO 2
Información básica de Carrefour BIO y Veritas

CARREFOUR BIO	VERITAS
<ul style="list-style-type: none"> El supermercado ecológico Carrefour BIO es un referente para el resto de las cadenas por estar a la cabeza de la distribución de alimentación orgánica a nivel nacional en canal no especializado. Innovador concepto de supermercado de proximidad especializado en la categoría ecológica. La marca Carrefour Bio lanza por primera vez sus productos en el año 2002. Inaugurando en 2013 el primer supermercado especializado en Francia. La mayoría de sus establecimientos se encuentran en la capital francesa, además de en otras ciudades como Lyon y Lille. En España cuenta con cuatro establecimientos, dos de ellos en Madrid y dos en Barcelona, el último establecimiento se inauguró en octubre de 2019. Ofrece un surtido de más de 2.000 referencias ecológicas, de los cuales 191 son de marca propia (marzo 2019) actualmente hay más de 300 referencias de marca propia. Defienden “la democratización del consumo de productos ecológicos”. 	<ul style="list-style-type: none"> El supermercado ecológico Veritas es líder en España en alimentación ecológica en el canal especializado. En agosto de 2019 se fusionó con Ecorganic formando el mayor grupo de supermercados de alimentación ecológica de España. Fundado en el año 2002, siendo una de las empresas pioneras en implementar un nuevo modelo de cadena de supermercado. Ocupa el primer puesto en cuanto a volumen de ventas con 70 millones de euros de facturación en el año 2017. Dispone de 55 establecimientos repartidos entre Barcelona, el País Vasco, las Islas Baleares, Madrid, Navarra y Andorra, además de la tienda online. La alianza con Ecorganic aumenta los establecimientos a 72. Ofrece un surtido de 4.500 productos diferentes, de los cuales más de 400 referencias son de marca propia. Apuesta por la proximidad física basada en redes de proveedores locales próximos a cada establecimiento que garantizan los valores del modelo ecológico, es decir, un “modelo de sociedad”.

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 3
Sellos de certificación de producción ecológica

Unión Europea	CCAA España	Francia	Sociedad Hispana

Fuente: Elaboración propia.

En este caso, los certificados nacionales son de carácter optativo, pero contribuyen a la transparencia de los productos ecológicos al especificar el lugar de procedencia de cada uno de ellos. Sin embargo, el artículo 24 del citado reglamento 834/2007 del Consejo, referido a las indicaciones obligatorias en el etiquetado de los productos, exige especificar el origen de las materias primas agrarias de las que se compone un producto, siempre que se incluya

el logotipo comunitario. Se debe indicar, por tanto, alguna de las siguientes expresiones: *Agricultura UE* (materias primas agrícolas obtenidas en la UE), *Agricultura no UE* (materias primas agrarias obtenidas en terceros países) y *Agricultura UE/no UE* (materias primas obtenidas parte en la UE y otra parte en un tercer país).

Atendiendo al cuadro 5, y para el caso de Carrefour BIO, la totalidad de los productos analizados cuenta con la certificación

CUADRO 4

Comparativa de productos con certificación ecológica Carrefour BIO vs Veritas

Categorías	Referencias	Sellos			
Huevos	1	1	1	0	0
Lácteos (leche, yogures, queso)	14	14	3	3	5
Cereales, arroz y derivados	18	18	3	11	0
Legumbres	1	1	1	0	0
Mermeladas, mieles y conservas	13	13	8	2	0
	47	47	16	16	5
		100%	34,0%	34,0%	10,6%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del canal online Carrefour BIO.

Categorías	Referencias	Sellos			
Huevos	0	0	0	0	0
Lácteos (leche, yogures, queso)	28	22	22	0	3
Cereales, arroz y derivados	95	76	57	0	0
Legumbres	23	23	23	0	0
Mermeladas, mieles y conservas	18	18	4	0	0
	164	139	106	0	3
		84,8%	64,6%	0%	1,8%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del canal online Veritas.

CUADRO 5

Comparativa de marcas atendiendo a la procedencia de las materias primas

	Carrefour BIO	Veritas
Referencias totales	47	164
Ref. certificación europea	47	139
Especificación del origen		
«Agricultura UE»	27	114
«Agricultura no UE»	0	1
«Agricultura UE/no UE»	20	7
Ref. especificación de origen	47	122
Productos sin transparencia	0	42
% del total de referencias	0%	25,6%
Productos con transparencia	47	122
% del total de referencias	100%	74,4%

Fuente: Elaboración propia.

europea y, además, el logotipo en el 100% de los casos indica el origen de las materias primas de forma clara y nítida. En este sentido, hay que destacar que casi la mitad de los productos analizados proceden tanto de agricultura de la UE como de otros países.

Por el contrario, en el caso de la marca Veritas, se observan 139 productos certificados por la Unión Europea, pero tan solo en 122 de ellos especifican el origen. Esto se debe a que, al ser el canal on line el medio utilizado para el análisis, 42 de los productos revisados no permitían la lectura del origen, debido a que la tipografía se encontraba difuminada o situada en un extremo del producto. A pesar de lo anterior, hay que matizar que la mayoría de las materias primas proceden de países comunitarios.

El segundo aspecto a considerar en esta comparación de productos ecológicos es la información nutricional de los componentes alimenticios. Respecto a la lista de ingredientes, la normativa obliga a especificar cuáles de los ingredientes son ecológicos, indicar el porcentaje total de ingredientes ecológicos en relación con la cantidad total de componentes de origen agrícola y mostrar dicha información en el mismo color y con un tamaño y un estilo tipográfico idénticos al de las demás indicaciones de la lista de ingredientes.

En el caso analizado a modo de ejemplo (cuadro 6), ambas marcas cumplen con la normativa especificando mediante un asterisco (*) los ingredientes que se consideran ecológicos en cada producto. Además, se indica el porcentaje y el formato tipográfico, cumpliendo con las especificaciones reguladas.

Sostenibilidad del envase: Carrefour Bio vs Veritas

En cuanto a la sostenibilidad del envase, a pesar de que la Unión Europea en el año 2019 ha aprobado la Directiva relativa a la reducción del impacto ambiental de determinados productos de plástico, son pocas las empresas que disponen de una alternativa a los envases convencionales. Esta nueva legislación cambia la gestión de los productos plásticos de la Unión Europea, con el principal objetivo de reducir

los residuos generados que provocan un impacto medioambiental, especialmente sobre el medio marino.

En el análisis de las dos marcas planteadas para el estudio, se muestra que el número de referencias que cuentan con un envase sostenible es insignificante. Sin embargo, ambas cuentan con iniciativas puestas en marcha para contribuir a la reducción de plásticos tanto en sus productos como en sus establecimientos.

Considerando los datos recogidos en el cuadro 7, la marca ecológica Carrefour BIO no contiene ningún producto ecológico envasado en un recipiente sostenible, sobre la base de la observación de los productos ofertados en el canal online. Por tanto, la marca no aporta un valor añadido al producto por fabricarlo o envasarlo de un modo sostenible.

También conforme al cuadro 7, la marca ecológica Veritas ofrece 15 productos ecológicos envasados en un formato sostenible. Teniendo en cuenta que el volumen de referencias analizadas son 164, la cifra de envases sostenibles no es representativa. De forma concreta, la marca ecológica Veritas oferta dos tipos de productos presentados en un envase sostenible, los yogures y los germinados de hortalizas. ■

CUADRO 6

Comparativa de marcas en base a la información nutricional

PRODUCTO	CARREFOUR BIO	VERITAS
Galletas	Harina de trigo* 49%, azúcar moreno de caña* 24,5%, grasa de palma* , leche desnatada en polvo*, cacao en polvo*, huevo*, grasa de coco*, gasificantes: carbonatos de amonio-carbonatos de sodio , sal, espesantes: goma casia*	Almidón de maíz*, harina de arroz*, sirope de agave*, azúcar de caña golden*, aceite de coco* , aceite de girasol*, chips de chocolate* (azúcar*, pasta* y manteca de cacao, lecitina de girasol*, vainilla)[7,8%], harina de garbanzo* , huevo*, sal*, extracto de romero*

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 7

Comparativa de productos ecológicos con envase sostenible

Categorías	Referencias	Carrefour BIO	Referencias	Veritas
Huevos	1	0	0	0
Lácteos (leche, yogures, queso)	14	0	28	15
Cereales, arroz y derivados	10	0	95	0
Legumbres	1	0	23	0
Mermeladas, mieles y conservas	13	0	18	0
Envases sostenibles	47	0	164	15 9,1%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de los canales online Carrefour BIO y Veritas.

Referencias bibliográficas

- AECOC SHOPPERVIEW. Asociación Española de Codificación Comercial. El comprador de productos ECO y BIO. [Online]. Disponible en <http://bit.ly/2vRuryX>, consultado el 30/01/2020.
- CETELEM (2018). El nuevo consumidor español. El observatorio CETELEM 2018. [Online]. Disponible en <http://bit.ly/2Lqvtwl>, consultado el 30/01/2020.
- COMISIÓN EUROPEA (2007). Reglamento nº 834/2007 del Consejo sobre la producción y etiquetado de los productos ecológicos.
- COMISIÓN EUROPEA (2018). Reglamento nº 2018/848 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre producción ecológica y etiquetado de los productos ecológicos.
- DE SCHÄTZEN, S. (2019): Organic Agriculture and the Sustainable Development Goals. Part of the Solution, IFOAM Organics International. Disponible en https://www.ifoam.bio/sites/default/files/nm19_329_report_sdg_lr.pdf, consultado el 27/01/2020
- ECOEMBES (2017, marzo). Compras verdes y socialmente responsables. La referencia de las etiquetas y certificados para orientar los procesos de compras y contratación. [Online]. Disponible en <http://bit.ly/2V4B0rS>, consultado el 30/01/2020.
- ECOLOGICAL (2018). El sector ecológico en España 2018. [Online]. Disponible en <http://bit.ly/2JlcUqC>, consultado el 30/01/2020.
- EUROMONITOR INTERNATIONAL (2018). Top 10 Global Consumer Trends for 2018.
- FIBL & IFOAM (2019). The world of Organic Agriculture. Statistics & Emerging Trends 2019 [Online]. Disponible en <http://bit.ly/2V5Pbvg>, consultado el 30/01/2020.
- MAPA (2019): Informe del consumo alimentario en España 2018, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Madrid. Disponible en https://www.mapa.gob.es/images/es/20190807_informedeconsumo-2018pdf_tcm30-512256.pdf, consultado el 27/11/2019.
- MERCASA (2019): Alimentación en España 2019. Producción, Industria, Distribución y Consumo, Mercasa, Madrid. Disponible en www.alimentacionenespana2019.es, consultado el 27/11/2019.
- SOMAVILLA, M^a (2019): Evaluación de la sostenibilidad de los productos ecológicos ofertados por las marcas Carrefour Bio y Veritas, Trabajo Fin de Grado presentado en la Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense de Madrid.

Notas

1Este artículo se ha elaborado tomando como base el Trabajo Fin de Grado, de María Somavilla Fabregat, titulado Evaluación de la sostenibilidad de los productos ecológicos ofertados por las marcas Carrefour Bio y Veritas que fue presentado en la Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense de Madrid durante el curso 2018-2019.