

## Reflexiones sobre el futuro del sector ecológico en España

No cabe duda de que cada vez existe más preocupación por el medio ambiente, de la misma manera que es más fácil encontrar personas que procuren llevar una vida sana en la que la alimentación esté bien cuidada.

Estas afirmaciones podrían darnos un indicio de que el mercado de los productos ecológicos cada vez es más importante, algo que se confirma con los datos y estadísticas que hablan del sector.

### Datos generales del sector

Entre otros datos, conocemos que dentro del sector de Alimentación y Bebidas, el consumo de la rama ecológica suponía en 2002 un 0.5 % sobre el total del consumo en España, llegando a un 2 % en la actualidad. En el año 2005 el gasto medio por persona en alimentación y bebida orgánica fue aproximadamente de 6 euros en España. Este dato, aplicado sobre el total de la población registrada en el censo de 2005, valora el mercado español de productos ecológicos para alimentación humana en algo más de 264 millones de euros, manejándose una cifra que según algunas fuentes del sector es cercana a los 300 millones de euros.

Al analizar estos datos debemos tener presente que aunque España todavía no alcanza las tasas de crecimiento que se dan en los mercados ecológicos del resto de Europa, diversas fuentes fiables, como el "*European Market for Organic Products*", definen el mercado ecológico español como un "sector" emergente, que en pocos años incrementará significativamente su cuota de mercado en la alimentación española.

Así mismo, podemos hacer referencia a estimaciones y previsiones futuras, que auguran un gran potencial para el mercado de productos orgánicos en España. La primera es que se podría alcanzar los 1.200 millones de euros al año, cuatro veces su tamaño actual. La segunda estimación prevé el posible incremento en seis veces del gasto por persona de España sobre la tasa de los alimentos y bebidas ecológicos en los próximos años.

Respecto al mercado europeo, experimentó entre 2004 y 2005 un crecimiento del 14%, alcanzando un volumen de 14.000 millones de euros en la actualidad, y siendo Francia, Alemania o Italia los países donde más se consume producto ecológico alimenticio.

Estas cifras representan el potencial que poseen los productos ecológicos para las empresas, que si bien aún deben enfocar muy bien su estrategia de venta en España, tienen ya una oportunidad de crecimiento real mediante la exportación a los países europeos más cercanos.

## Evolución del sector

En los primeros años de la elaboración ecológica, fue necesario un gran trabajo de transición de los métodos de cultivo, tratamiento de los productos, etc., hacia las medidas obligadas por los organismos reguladores de la agricultura y alimentación ecológica, intentando mantener la competitividad con los productos convencionales.

Para el aventurado agricultor que sustituía sus cultivos tradicionales por los ecológicos suponía grandes cambios, así como mucha incertidumbre sobre la demanda real de estos productos. El elaborador, por su parte, tenía dificultades para encontrar distribuidores de las materias primas necesarias que cumpliesen con el certificado de "ecológicas".

Por otra parte era fácil encontrar empresas que se lanzasen a elaborar producto ecológico y desapareciesen al poco tiempo, cosa que no lograba fomentar un hábito de consumo estable.

Sin embargo en la actualidad ya no existen tantas dificultades. La agricultura ecológica hoy tiene un hueco en el sector agrícola español. El número de operadores se ha multiplicado por seis desde los años noventa al 2006, y la superficie cultivada de manera ecológica ha pasado de 4.000 hectáreas en 1991 a casi 1 millón de hectáreas en 2006.

En cuanto a elaboradores y distribuidores, no existen actualmente esos problemas de abastecimiento. En el año 1991 en España se contaba con 50 elaboradores y comercializadores de producto ecológico, frente a los 1.942 de 2006.

Por el lado del consumidor, los controles y la legislación que existe tanto a nivel estatal como a nivel europeo asegura plenamente al consumidor que consume productos ecológicos en perfecto estado.

## El futuro

Alguna de las barreras que los productos ecológicos encuentran para hacerse un hueco en las despensas españolas es el desconocimiento que en ocasiones se tiene sobre este tipo de productos, que muchas veces se confunde con el producto dietético. Pero esta barrera va a ser cada vez menor, por el gran número de acciones que se llevan a cabo para dar a conocer estos productos, y para mostrarlos como un producto más en nuestra alimentación cotidiana. Como ejemplo podemos citar la "*Campaña Plurianual de Acciones de Promoción e Información de la Agricultura Ecológica en España*" que presentó el MAPA en 2006 para estimular el consumo de productos ecológicos.

Este crecimiento, mostrado anteriormente en cifras, que sustenta que los consumidores y los clientes potenciales de los productos ecológicos aumentan día a día, provoca un incremento en la oferta. Esto hace que el producto ecológico esté cada vez más presente en los supermercados.

Hace unos años, estos productos estaban dirigidos a un segmento específico, al de los “ecologistas”, que encontraban el producto ecológico en tiendas especializadas de “alimentación naturista”, junto con alimentación dietética y medicinal.

Se daba el “boca a boca” dentro del segmento “dietético” o ecologista, que extendía el conocimiento sobre este tipo de productos. El sistema de marketing utilizado era prácticamente el reactivo, que no se dirigía a nuevos grupos de consumidores.

Más adelante, se empezaron a incluir en los supermercados secciones específicas de artículos ecológicos, es decir, pasillos con las estanterías dedicadas a este tipo de productos, etiquetados y señalizados convenientemente.

Cabe suponer que el crecimiento de la producción y del consumo mostrado anteriormente en cifras, y las previsiones que, antes o después se van a ir cumpliendo, van a cambiar la utilidad de los productos ecológicos. No sería aventurado decir que ya no va a ser un lineal del supermercado el que los aglutine, sino que en cada uno de los lineales habrá productos ecológicos, de diversas marcas y distintas características, mezclados con el resto de alimentación siendo asumidos como “normales”.