

**Universidad Pública de Navarra**

*Nafarroako Unibertsitate Publikoa*

**ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR  
DE INGENIEROS AGRÓNOMOS**

*NEKAZARITZAKO INGENIARIEN  
GOI MAILAKO ESKOLA TEKNIKOA*

# **HÁBITOS DE CONSUMO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS ALIMENTICIOS EN ÁLAVA**

presentado por

Uxue Diaz de Cerio Aizpeolea(e)k

*aurkeztua*

**INGENIERO TÉCNICO AGRÍCOLA EN HORTOFRUTICULTURA Y  
JARDINERÍA**  
*NEKAZARITZAKO INGENIARI TEKNIKOA BARATZEZAINZA, FRUTAGINTZA ETA  
LOREZAINZA BEREZITASUNA*

Junio, 2015 / 2015eko, ekaina

Agradecimientos a Ramo Barrena, directora del trabajo, por la ayuda y el asesoramiento que me ha ofrecido.

A todos los que han realizado la encuesta para poder llevar a cabo este trabajo.

A mis padres Julian y Milagros, a mi hermano Eneko y al resto de familiares y amigos que me han ayudado y concedido su paciencia.

Y como no a Romara y al pequeño Aiur, por todo su apoyo, tiempo y paciencia.

Sin todos vosotros esto no hubiese sido posible. ¡Muchas Gracias!

“Toda la naturaleza comienza a susurrar sus secretos a nosotros a través de sus sonidos. Los sonidos que antes eran incomprensibles para nuestra alma ahora se convierten en el lenguaje significativo de la naturaleza.”

Rudolf Steiner

“Las hojas bailaban verdes, centelleantes. Sentí que esto era el verdadero paraíso sobre la Tierra. Todo lo que me había poseído, todas las agonías, desaparecieron como sueños e ilusiones y algo podría denominar la verdadera naturaleza se reveló ante mí.”

Masanobu Fukuoka

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	1
AGRADECIMIENTOS.....	2
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	4
ÍNDICE DE FIGURAS.....	8
ÍNDICE DE TABLAS.....	11
RESUMEN.....	13
INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS.....	14
CAPÍTULO 1: AGRICULTURA ECOLÓGICA.....	17
1.1 AGRICULTURA ECOLÓGICA.....	18
1.1.1 DEFINICIÓN DE AGRICULTURA ECOLÓGICA.....	18
1.1.2 HISTORIA DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA.....	20
1.1.3 OBJETIVOS DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA.....	25
1.1.4 AGRICULTURA ECOLÓGICA FRENTE A LA AGRICULTURA CONVENCIONAL.....	26
1.1.4.1 FERTILIDAD DE LOS SUELOS.....	26
AGRICULTURA ECOLÓGICA, SUELO NATURAL.....	26
AGRICULTURA CONVENCIONAL, SUELO ESTÉRIL.....	27
1.1.4.2	
BIODIVERSIDAD.....	27
AGRICULTURA ECOLÓGICA.....	27
AGRICULTURA CONVENCIONAL.....	28
1.1.4.3 GESTIÓN DEL AGUA.....	29
AGRICULTURA ECOLÓGICA.....	29
AGRICULTURA CONVENCIONAL.....	29
1.1.4.4 CLIMA.....	29
AGRICULTURA ECOLÓGICA.....	29
AGRICULTURA CONVENCIONAL.....	29
1.1.4.5 GANADERÍA.....	31
AGRICULTURA ECOLÓGICA.....	31
1.1.5 PRODUCTOS ECOLÓGICOS.....	33
1.1.5.1 DEFINICIÓN.....	33
1.1.5.2. PRODUCTOS ECOLÓGICOS FRENTE A PRODUCTOS CONVENCIONALES.....	34
1.2 MARCO LEGAL.....	36
1.2.1 EN EUROPA.....	37
1.2.2 EN ESPAÑA.....	41
1.2.3 EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA VASCA.....	44
1.3 CERTIFICACIÓN, LOGOS Y ETIQUETAS.....	45
1.3.1 CERTIFICACIÓN.....	45
1.3.1.1 NORMAS DE CERTIFICACIÓN.....	47
1.3.1.2 CONTROL.....	48
1.3.2 LOGOS Y ETIQUETAS.....	49
1.3.2.1 LOGOS.....	49
1.3.2.2 ETIQUETA.....	51



CAPÍTULO 2: ESTUDIO DEL MERCADO DE LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS.....	55
2.1 PRODUCCION, COMERCIALIZACION Y CONSUMO MUNDIAL.....	56
2.1.1 PRODUCCION.....	56
ÁREA.....	56
PRODUCTORES.....	59
2.1.2 COMERCIALIZACIÓN.....	60
2.1.3 CONSUMO.....	61
2.2 PRODUCCION, COMERCIALIZACION Y CONSUMO DE EUROPA.....	61
2.2.1 PRODUCCION.....	62
ÁREA.....	62
2.2.2 COMERCIALIZACIÓN.....	64
2.2.3 CONSUMO.....	65
2.3 PRODUCCION, COMERCIALIZACION Y CONSUMO EN ESPAÑA.....	66
2.3.1 PRODUCCION.....	66
ÁREA.....	66
OPERADORES.....	68
PRODUCCION VEGETAL Y ANIMAL.....	70
ACTIVIDADES INDUSTRIALES.....	72
2.3.2 COMERCIALIZACIÓN.....	73
2.3.3 CONSUMO.....	74
2.4 PRODUCCION, COMERCIALIZACION Y CONSUMO EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA VASCA.....	76
2.4.1 PRODUCCION.....	76
ÁREA.....	76
OPERADORES.....	77
PRODUCCION ANIMAL.....	78
ACTIVIDADES INDUSTRIALES.....	79
2.4.2 COMERCIALIZACIÓN.....	80
2.4.3 CONSUMO.....	80
2.5 DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS.....	81
2.5.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	82
2.5.2 CANALES MINORISTAS ESPECIALISTAS.....	83
2.6 EL PRECIO DE LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS.....	85
2.6.1 VIABILIDAD AL REDUCIR EL PRECIO DE LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS.....	87
2.7 EL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS.....	89
2.7.1 TIPOS DE CONSUMIDORES.....	91
CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA.....	92
3.1 INTRODUCCION.....	93
3.2 INVESTIGACION COMERCIAL.....	93
3.3 ETAPAS DE LA INVESTIGACION COMERCIAL.....	93
3.3.1 OBTENCION DE LA INFORMACION.....	93
3.3.2 DISEÑO DEL CUESTIONARIO.....	94
3.3.3 FIJACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	96

3.3.4 TRATAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS.....	97
3.3.4.1 ANALISIS UNIVARIANTE.....	97
3.3.4.2 ANALISIS BIVARIANTE.....	97
CAPÍTULO 4: RESULTADOS.....	99
4.1 INTRODUCCIÓN.....	100
4.2 CARACTERIZACIÓN DE LAS MUESTRAS.....	100
4.2.1 SEXO Y EDAD.....	102
4.2.2 RESIDENCIA Y TAMAÑO FAMILIAR.....	102
4.2.3 NIVEL DE INGRESOS MENSUAL O CLASE SOCIAL.....	103
4.2.4 NIVEL DE ESTUDIOS Y OCUPACIÓN.....	104
4.2.5 ESTILOS DE VIDA.....	105
4.2.6 ACTITUDES HACIA EL MEDIO AMBIENTE.....	108
4.3 CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMO Y HÁBITOS DE COMPRA.....	110
4.3.1 CONSUMO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS.....	110
4.3.2 MOTIVOS DE COMPRA DE ALIMENTOS, ECOLÓGICOS O NO.....	112
4.4 CONOCIMIENTOS SOBRE PRODUCTOS ECOLÓGICOS.....	114
4.4.1 GRADO DE CONOCIMIENTO DE LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS.....	115
4.4.2 NOCIONES DE IDENTIFICACIÓN.....	116
4.4.3 FUENTES DE INFORMACION.....	117
4.4.4 PUNTOS DE VENTA DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS ALIMENTICIOS.....	119
4.5 HÁBITOS DE CONSUMO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS.....	122
4.5.1 CONSUMO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS.....	122
4.5.2 TIPO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS.....	123
4.5.3 SELLO ECOLÓGICO.....	124
4.5.4 FACILIDAD DE ENCONTRAR PRODUCTOS ECOLÓGICOS.....	125
4.5.5 IMPORTANCIA A LA HORA DE COMPRAR ALIMENTOS ECOLÓGICOS.....	126
4.5.6 GRUPOS DE CONSUMO.....	128
4.6 ACTITUDES HACIA LOS ALIMENTOS ECOLÓGICOS.....	131
4.6.1 ACTITUDES HACIA LOS ALIMENTOS ECOLÓGICOS.....	131
4.6.2 MOTIVOS DE NO COMPRA DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS.....	133
4.7 DISPOSICIÓN A COMPRAR Y A PAGAR POR ALIMENTOS ECOLÓGICOS.....	135
4.7.1 GASTO MENSUAL EN ALIMENTOS ECOLÓGICOS Y VARIACIÓN ANTE LA CRISIS.....	135
4.7.2 DISPOSICIÓN A COMPRAR Y PAGAR DE LOS NO CONSUMIDORES DE ALIMENTOS ECOLÓGICOS.....	137
4.7.3 DISPOSICIÓN A PAGAR.....	140

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES.....	144
CONCLUSIONES.....	145
BIBLIOGRAFIA.....	150
LIBROS; NOTAS DE PRENSA, TESIS, REVISTAS, DOSSIERES.....	151
WEB.....	152
ANEXOS.....	155

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura Nº 1. Pilares fundamentales para la producción ganadera ecológica.....	32
Figura Nº 2. Logotipo de ENEEK.....	45
Figura Nº 3. Logo IFOAM.....	49
Figura Nº 4. Logo antiguo.....	50
Figura Nº 5. Logo nuevo.....	50
Figura Nº 6. Logotipo Nacional.....	50
Figura Nº 7. Logotipos de diferentes Comunidades Autónomas.....	50
Figura Nº 8. Organismos de control privados de España.....	51
Figura Nº 9. Organismos de control europeo.....	51
Figura Nº 10. Código etiqueta.....	52
Figura Nº 11. Logotipo de “Producto en conversión a la agricultura ecológica”.....	53
Figura Nº 12. Mapa del mundo que hace referencia a la superficie dedicada a la agricultura ecológica en cada continente.....	56
Figura Nº 13. Distribución (%) áreas certificadas de agricultura ecológica, 2012.....	57
Figura Nº 14. Los 10 países del mundo con el mayor número de hectáreas certificadas en agricultura ecológica, 2012.....	57
Figura Nº 15. Desarrollo de la agricultura ecológica por área en el periodo de 1999 a 2012.....	58
Figura Nº 16. Desarrollo de la agricultura ecológica por área y continentes en el periodo de 1999 a 2012.....	58
Figura Nº 17. Distribución en porcentaje de productores en los diferentes continentes, 2012.....	59
Figura Nº 18. Los diez países con mayor número de productores ecológicos en el mundo, 2012.....	59
Figura Nº 19. Crecimiento del mercado global de productos ecológicos en el periodo 2000- 2012.....	60
Figura Nº 20. Los diez países de mayor comercialización de productos ecológicos, 2012.....	60
Figura Nº 21 Superficie en hectáreas destinada a la agricultura ecológica en Europa, 2012.....	62
Figura Nº 22. Desarrollo de la superficie de los 27 países que conforman Europa, 2011-2011.....	63
Figura Nº 23. Los diez países con mayor área de producción ecológica en Europa, 2012.....	63
Figura Nº 24. Desarrollo de la superficie destinada a agricultura ecológica en Europa, en el periodo 1999-2012.....	64
Figura Nº 25. Los diez países con mayor mercado ecológico en Europa, 2012.....	64
Figura Nº 26. Distribución de ventas de alimentos ecológicos en países europeos, 2012.....	65
Figura Nº 27. Desarrollo del mercado ecológico en Austria, Francia, Alemania y Italia, en el periodo 2004-2012.....	65
Figura Nº 28. Superficie de agricultura ecológica por tipo de superficie en España, 2013.....	67
Figura Nº 29. Evolución ecológica en superficie en el periodo 1991-2013.....	67

Figura N° 30. Superficie de agricultura ecológica en España por comunidades autónomas, 2013.....	68
Figura N° 31. Evolución ecológica en número de operadores en el periodo 1991-2013.....	69
Figura N° 32. Porcentaje por orientación productiva, 2013.....	70
Figura N° 33. Porcentaje por Comunidad Autónoma, 2013.....	70
Figura N° 34. Porcentaje de superficie por tipo de cultivo, 2013.....	71
Figura N° 35. Porcentaje de actividades industriales relacionadas con producción vegetal, 2013.....	72
Figura N° 36. Porcentaje de actividades industriales relacionadas con producción animal, 2013.....	72
Figura N° 37. Porcentaje de actividades industriales por Comunidades Autónomas, 2013.....	73
Figura N° 38. Participación en el gasto de los alimentos ecológicos en España, 2010.....	75
Figura N° 39. Canales de distribución de productos ecológicos.....	82
Figura N° 40. Distribución minorista especializada.....	83
Figura N° 41. Diferencial de precios entre productos ecológicos y convencionales por países europeos, 2012.....	88
Figura N° 42. Distribución por zonas de consumidores ecológicos, 2014.....	89
Figura N° 43. Sexo de los encuestados.....	102
Figura N° 44. Núcleo de población de los encuestados.....	102
Figura N° 45. Cuadrillas alavesas a las que pertenecen los encuestados.....	103
Figura N° 46. Nivel de ingresos mensuales que tienen los encuestados.....	103
Figura N° 47. Clase social a la que pertenecen los encuestados.....	104
Figura N° 48. Nivel de estudios de los encuestados.....	104
Figura N° 49. Ocupación de los encuestados.....	105
Figura N° 50. Estilos de vida.....	106
Figura N° 51. Media de estilos de vida según nivel económico.....	107
Figura N° 52. Actitudes hacia el medio ambiente.....	108
Figura N° 53. Media de actitudes hacia el medio ambiente según el nivel de estudios.....	109
Figura N° 54. Consumo de productos alimenticios.....	111
Figura N° 55. Media de edad y consumo de productos alimenticios.....	111
Figura N° 56. Motivos de compra de alimentos.....	113
Figura N° 57. Media de motivos de compra de alimentos según el sexo.....	114
Figura N° 58. Grado de conocimiento de los productos ecológicos.....	115
Figura N° 59. Nociones de identificación de los productos ecológicos.....	116
Figura N° 60. Media de nociones de identificación de los productos ecológicos según el nivel de estudios.....	117
Figura N° 61. Fuentes de información.....	118
Figura N° 62. Media de edad y fuentes de información.....	119
Figura N° 63. Puntos de venta.....	120
Figura N° 64. Media de puntos de venta según el nivel de ingresos.....	121
Figura N° 65. Consumo de productos ecológicos.....	122
Figura N° 66. Consumo de productos ecológicos según el tamaño familiar.....	123
Figura N° 67. Tipo de productos ecológicos.....	124
Figura N° 68. Se busca el sello ecológico.....	125
Figura N° 69. Facilidad de encontrar productos ecológicos.....	126

Figura N° 70. Importancia al comprar productos alimenticios ecológicos.....	127
Figura N° 71. Media de importancia al comprar productos alimenticios ecológicos según el sexo.....	128
Figura N° 72. Grupos de consumo.....	129
Figura N° 73. Conocimiento de los grupos de consumo.....	129
Figura N° 74. Participación en grupos de consumo.....	129
Figura N° 75. Hipotética participación de los que no lo hacen.....	130
Figura N° 76. Actitudes hacia los productos ecológicos alimenticios.....	132
Figura N° 77. Media de actitudes hacia los productos ecológicos alimenticios según el nivel económico.....	133
Figura N° 78. Motivos de no compra de productos ecológicos alimenticios.....	134
Figura N° 79. Media de motivos de no compra de productos ecológicos alimenticios según el nivel de estudios.....	135
Figura N° 80. Gasto mensual en alimentos ecológicos.....	136
Figura N° 81. Cambio de hábitos de consumo a raíz de la crisis económica.....	137
Figura N° 82. Intenciones de compra de no consumidores.....	138
Figura N° 83. Razones por las que no consumen productos ecológicos.....	139
Figura N° 84. Sobreprecios dispuestos a pagar por alimentos ecológicos.....	140
Figura N° 85. Sobreprecios dispuestos a pagar por alimentos ecológicos por tamaño familiar.....	141
Figura N° 86. 10% de sobreprecio que se pagaría por los alimentos.....	142
Figura N° 87. 10% de sobreprecio que se pagarían, por sexos y alimentos.....	143

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Efectos de las prácticas agrícolas sobre determinados recursos medioambientales. Fuente: “Alimentos ecológicos, calidad y salud” Junta de Andalucía.....	30
Tabla N° 2. Valor nutricional de los alimentos ecológicos meq./100 gr.....	35
Tabla N° 3. Hectáreas dedicadas a ecológico y su porcentaje a nivel de continentes. 2012.....	57
Tabla N° 4. Gasto per cápita de productos ecológicos, 2011.....	61
Tabla N° 5. Superficie de agricultura ecológica en España, 2013.....	66
Tabla N° 6. Número de operadores por actividad económica, 2013.....	69
Tabla N° 7. Número de explotaciones ganaderas ecológicas, 2013.....	70
Tabla N° 8. Crecimiento de mercado interior de productos ecológicos entre 2009-2011.....	74
Tabla N° 9. Producción que se comercializa hacia el mercado interior.....	75
Tabla N° 10. Superficie de agricultura ecológica en la CAV, 2013.....	76
Tabla N° 11. Porcentaje de superficie de agricultura ecológica en la CAV, 2013.....	76
Tabla N° 12. Porcentaje de superficie de agricultura ecológica por cultivos en la CAV, 2013.....	77
Tabla N° 13. Número de operadores por actividad y superficie en la CAV, 2013.....	78
Tabla N° 14. Porcentaje de número de operadores por actividad y superficie en la CAV, 2013.....	78
Tabla N° 15. Número de explotaciones ganaderas en la CAV, 2013.....	78
Tabla N° 16. Porcentaje de número de explotaciones ganaderas en la CAV, 2013.....	79
Tabla N° 17. Actividades industriales en la CAV, 2013.....	79
Tabla N° 18. Porcentaje de actividades industriales en la CAV, 2013.....	80
Tabla N° 19. Ventas por grandes canales de distribución.....	82
Tabla N° 20. Análisis de Everis a partir del estudio de precios de productos como huevos, leche, pasta o zumos, 2012.....	88
Tabla N° 21. Distribución del tamaño muestral.....	97
Tabla N° 22. Características del muestreo.....	97
Tabla N° 23. Características sociodemográficas.....	101
Tabla N° 24. Estilos de vida.....	106
Tabla N° 25. Actitudes hacia el medio ambiente.....	108
Tabla N° 26. Consumo de productos alimenticios.....	110
Tabla N° 27. Motivos de compra de alimentos ecológicos o no.....	113
Tabla N° 28. Grado de conocimiento de los productos ecológicos.....	115
Tabla N° 29. Nociones de identificación de los productos ecológicos.....	116
Tabla N° 30. Fuentes de información.....	117
Tabla N° 31. Puntos de venta.....	120
Tabla N° 32. Consumo de productos ecológicos.....	122
Tabla N° 33. Tipo de productos ecológicos.....	123
Tabla N° 34. Se busca el sello ecológico.....	124
Tabla N° 35. Facilidad de encontrar productos ecológicos.....	125
Tabla N° 36. Importancia al comprar productos alimenticios ecológicos.....	126

Tabla N° 37. Grupos de consumo.....	127
Tabla N° 38. Actitudes hacia los productos ecológicos alimenticios.....	131
Tabla N° 39. Motivos de no compra de productos ecológicos alimenticios.....	133
Tabla N° 40. Gasto mensual en alimentos ecológicos.....	135
Tabla N° 41. Cambio de hábitos de consumo a raíz de la crisis económica.....	136
Tabla N° 42. Intenciones de compra de no consumidores.....	137
Tabla N° 43. Razones por las que no consumen productos ecológicos.....	139
Tabla N° 44. Sobrepuestos dispuestos a pagar por alimentos ecológicos.....	140
Tabla N° 45. 10% de sobrepuesto que se pagaría por los alimentos.....	142



## RESUMEN

En los últimos años, los consumidores están tomando conciencia con respecto a su salud y a la necesidad de respetar el medio ambiente. Por ello, la tendencia de consumir productos ecológicos está aumentando, productos más sanos y saludables, no de forma habitual y constante debido a su mayor precio y a la falta de costumbre. Se está optando por la consumición de estos productos ya que las técnicas de cultivo o fabricación dañan menos el medio ambiente y la salud y por tanto el mercado también está aumentando. Además, todo ello está muy regulado hoy en día, mediante diferentes medios de control y un sello de certificación. Por consecuencia, aumenta la confianza del consumidor e se incrementan las posibilidades de expansión de negocios.

El objetivo de este trabajo de análisis es el de analizar los hábitos de consumo en productos ecológicos de los ciudadanos alaveses mediante encuestas realizadas directamente a los consumidores. Teniendo en cuenta sus características sociodemográficas, su estilo de vida y su actitud hacia el medio ambiente.

Toda la información obtenida se analiza mediante el programa estadístico SPSS, se analizan los resultados por análisis univariantes y bivariantes y se sacan las conclusiones sobre los hábitos de consumo.



Uxue Diaz de Cerio Aizpeolea  
Vitoria-Gasteiz, 5 de mayo del 2015

# INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

## INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

El objetivo del presente estudio es la determinación de los factores que influyen en el hábito de consumo de alimentos ecológicos entre los habitantes alaveses. Tanto en la intención de compra como en el consumo de estos alimentos.

La sociedad evoluciona a pasos agigantados, dando grandes cambios. En el sector agroalimentario también ha habido avances, las tecnologías han facilitado la producción y el manejo cultivos, se han abierto diversos canales de distribución de importación y exportación de los alimentos y hasta el modo realizar la compra en los hogares ha cambiado. Hoy en día, se tienen al alcance todo tipo de alimentos producidos en cualquier parte del mundo y en cualquier época del año.

El mercado de productos ecológicos alimenticios también ha evolucionado, cada vez hay mayor demanda de este tipo de producto y por tanto más productores optan por este tipo de producción. Según fuentes oficiales se observa un aumento significativo en el número de hectáreas cultivadas ecológicamente y explotaciones que se dedican a ello en todo el mundo.

Todo ello debido a la mayor sensibilización de la sociedad hacia el medio ambiente y a los beneficios para la salud que otorgan los alimentos ecológicos, que son más sabrosos, sanos, nutritivo y de mayor calidad. Los consumidores cada vez se preocupan más por la calidad, seguridad, salubridad e higiene a la hora de adquirir alimentos ya que somos lo que comemos.

Además también ha evolucionado la normativa y el control riguroso al que someten la producción y elaboración de los productos ecológicos. Su cumplimiento se verifica mediante un sistema de inspección y certificación para conseguir agroecosistemas que sean social y ecológicamente sostenibles (Minetti, 2002).

Se trata de un sector en expansión, con buenas perspectivas de futuro pero con dificultades de aceptación por parte del consumidor, deficiencias en los canales de distribución y un elevado precio.

Por tanto es el objetivo principal de este trabajo analizar la evolución del comportamiento del consumidor frente a este tipo de productos en Álava. Se quieren conocer las actitudes y comportamiento de los consumidores hacia los productos ecológicos y la disposición a pagar por ellos. De esta manera evaluar el mercado potencial y el futuro de este mercado frente a la oferta de productos convencionales.

Para ello se ha realizado una encuesta dirigida a cualquier consumidor de alimentos alavés mayor de 18 años. Se han realizado 156 encuestas a hombres y mujeres de diferentes edades y residentes en diferentes Cuadrillas alavesas durante diciembre del 2014 y marzo del 2015.

Se estudian características sociodemográficas y estilos de vida para realizar un análisis descriptivo de los consumidores. Se analiza el grado de conocimiento, las fuentes de información, el consumo de productos ecológicos, el gasto mensual de este

tipo de productos, el lugar de compra, actitudes hacia los productos ecológicos, razones de no compra y por último el estudio de la disposición a comprar y pagar. La interpretación de los datos obtenidos se lleva a cabo mediante el programa SPSS mediante análisis univariantes y bivariantes.

Para llevar a cabo los objetivos descritos, se ha estructurado el trabajo en cinco capítulos. A continuación se describen los capítulos brevemente.

En el primer capítulo, se revisan los aspectos generales sobre la agricultura ecológica. Se expone su historia y definiciones así como las características de este tipo de agricultura frente a la convencional. A continuación se examina el sistema de certificación y se muestran los logos de identificación. También se expone brevemente aspectos sobre el etiquetado y el sistema de distribución. Por último se establece el marco legal que rige este tipo de agricultura tanto a nivel europeo, como a nivel de España y a nivel de la Comunidad Autónoma Vasca.

En el segundo capítulo se estudia el mercado de los productos ecológicos a nivel mundial, español y vasco. En cada uno de ellos se analiza la evolución sufrida tanto en producción, comercialización y consumo de los productos procedentes de la Agricultura Ecológica. Al final del capítulo se exponen los aspectos más teóricos que rodean al consumidor ecológico, su concepto y su comportamiento de compra atendiendo a las características, actitudes y dimensiones.

El tercer capítulo está dedicado a la metodología, a la investigación de mercado y sus etapas. Primero la recogida de información, diseño del cuestionario, fijación del tamaño de la muestra y el posterior tratamiento y análisis de esta información mediante técnicas estadísticas.

En el cuarto capítulo se exponen los resultados obtenidos tras el análisis de los datos obtenidos mediante las encuestas. Se basa en gráficos y tablas en las que se representan los resultados y las afirmaciones más significativas.

El siguiente capítulo, el quinto capítulo, se exponen las conclusiones del estudio realizado.

Por último, para cerrar el trabajo se citan las fuentes bibliográficas utilizadas para el estudio realizado y como anexo se adjunta el cuestionario utilizado para la obtención de los datos sobre los hábitos de consumo de productos ecológicos alimenticios en Álava.

# CAPÍTULO 1

## AGRICULTURA ECOLÓGICA

## **1.1 AGRICULTURA ECOLÓGICA**

### **1.1.1 DEFINICIÓN DE AGRICULTURA ECOLÓGICA**

La práctica agrícola es una modificación del estado natural de los ecosistemas, a pesar de ello, a lo largo de la historia, ha servido para configurar la cultura y la realidad rural, siendo imposible entender actualmente los paisajes sin incluir la intervención del hombre como elemento creador, modelador y también destructor. Para D. Briggs y F. Courtney (1989) la agricultura modifica físicamente el medio ambiente. Para intentar subsanar y evitar éstos y otros problemas que ha causado y causa la explotación agrícola irracional han surgido nuevas concepciones de lo que debe ser una práctica agraria responsable. Como máximo exponente de esta nueva concienciación ha aparecido la llamada Agricultura Ecológica.

Este sistema de producción agrícola recibe diferentes denominaciones según el lugar del mundo donde nos encontremos, agricultura ecológica, biológica u orgánica. Orgánico es término en inglés; biológico en francés, italiano, griego, neerlandés y portugués; y ecológico en español, alemán, danés, sueco y noruego. En el caso español hay numerosas asociaciones, consumidores y productores que emplean indistintamente cualquiera de los tres términos, abundando la utilización del adjetivo biológico. A pesar de estas consideraciones, Padel (2001) efectúa la siguiente concreción sobre la multiplicidad de denominaciones y su trasfondo; “El término orgánico está mejor considerado como referente al concepto de la granja como organismo, antes que por el tipo de inputs utilizados. (...) En otros países europeos, la agricultura orgánica es conocida como agricultura biológica o ecológica, reflejando la dependencia de la gestión del sistema y de los procesos de regulación biológicos más que en los inputs externos”.

Existen muchas explicaciones y definiciones de la agricultura ecológica, pero todas coinciden en que se trata de un método que consiste en la gestión del ecosistema en vez de en la utilización de insumos agrícolas, obteniendo alimentos libres de contaminantes químicos basados en una metodología respetuosa con el medio ambiente, llegando a sistemas ecológicamente equilibrados y estables. (Fuente: FAO)

Se trata de un sistema que comienza por tomar en cuenta las posibles repercusiones ambientales y sociales eliminando la utilización de insumos, como fertilizantes y plaguicidas sintéticos, antibióticos u hormonas, semillas y especies modificadas genéticamente, conservadores, aditivos e irradiación. La agricultura ecológica es una forma de agricultura que se basa en técnicas como la rotación de cultivos, abonos verdes, compost y control biológico de plagas. Así aumenta la actividad biológica del suelo, su fertilidad a largo plazo y la recuperación de los nutrientes. Además, se minimiza el uso de materiales no renovables y de partículas contaminantes. (Miguel Altieri y Clara I. Nicholls) A su vez permite una reducción considerable de los costes de producción y la obtención de una rentabilidad razonable para los productores.

De esta manera la agricultura ecológica es un sistema de producción agrícola que proporciona al consumidor alimentos frescos, sabrosos y auténticos al tiempo que respeta los ciclos vitales de los sistemas naturales.

Los métodos agrícolas orgánicos están regulados a nivel internacional y legalmente basados en gran parte en las normas establecidas por la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Ecológica/International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM). Una organización internacional de las organizaciones de agricultura orgánica establecidos en 1972.

IFOAM define el objetivo general de la agricultura ecológica como: "La agricultura orgánica es un sistema de producción que mantiene la salud de los suelos, los ecosistemas y las personas. Se basa en los procesos ecológicos, la biodiversidad y los ciclos adaptados a las condiciones locales, en lugar de la utilización de insumos con efectos adversos. La agricultura orgánica combina tradición, innovación y la ciencia para beneficiar el medio ambiente compartido y promover relaciones justas y una buena calidad de vida para todos los involucrados... "

Lampkin (1998) llega a la siguiente definición, que es bastante clarificadora: «la agricultura ecológica es un sistema que trata de evitar el uso directo o rutinario de los productos químicos muy solubles y todo tipo de biocidas, sean o no de origen natural o imitación de los naturales. En el caso de hacerse necesario el uso de dichos materiales o sustancias, se utilizan los que tengan un menor impacto ambiental a todos los niveles».

La Comisión del Codex Alimentarius de Naciones Unidas, mediante la organización Food and Agriculture Organization (FAO) y Organización Mundial de la Salud (OMS) definen en 1999 de esta manera la agricultura ecológica: "La agricultura orgánica es un sistema holístico de gestión de la producción que fomenta y mejora la salud del agroecosistema, y en particular la biodiversidad, los ciclos biológicos, y la actividad biológica del suelo. Hace hincapié en el empleo de prácticas de gestión prefiriéndolas respecto al empleo de insumos externos a la finca, teniendo en cuenta que las condiciones regionales requerirán sistemas adaptados localmente. Esto se consigue empleando, siempre que sea posible, métodos culturales, biológicos y mecánicos, en contraposición al uso de materiales sintéticos, para cumplir cada función específica dentro del sistema".

El Departamento de Agricultura (USDA) tiene su propia definición: "La agricultura ecológica es un sistema de producción que evita o excluye en gran medida la utilización de fertilizantes compuestos sintéticos, plaguicidas, reguladores del crecimiento y aditivos para la alimentación del ganado. En la mayor medida delo posible, los sistemas en agricultura ecológica se basan en el mantenimiento de la productividad del suelo y su estructura, la aportación de nutrientes a las plantas y el control de los insectos, malas hierbas y otras plagas, en la rotación de cultivos, los residuos de los cultivos, los abonos animales, las leguminosas, los abonos verdes, la utilización de residuos orgánicos producidos fuera de la finca, y determinados aspectos del control biológico de plagas"

Por su parte el National Organic Standards Board de los EE.UU. recoge la siguiente definición para la agricultura ecológica: «es el sistema de manejo que promueve y fomenta la biodiversidad, los ciclos biológicos y la actividad biológica edáfica, basándose en un uso mínimo de insumos procedentes del exterior de la explotación y en prácticas agrícolas que restauran, mantienen e intensifican la armonía ecológica». (Allen y Kovach, 2000).

En Europa, la producción ecológica está regulada por una estricta normativa de la Unión Europea, que recoge exigencias en materia de producción vegetal, animal, así como de inspección, certificación y etiquetado.

En ella se concretan, las técnicas agronómicas, los insumos autorizados en la producción de las fincas agrícolas y ganaderas ecológicas. También se establecen las medidas de control para garantizar la trazabilidad a lo largo de toda la cadena de producción, desde el campo hasta la puesta a la venta de los alimentos en los mercados, dando las máximas garantías en el cumplimiento de esta normativa frente al consumidor, que es en última instancia el destinatario de este tipo de productos. Todo ello está basado en la evaluación de riesgos y en la aplicación de medidas cautelares y preventivas, realizados por entidades de certificación autorizadas e independientes, que garantizan su autenticidad.

A pesar de todo lo anterior, la definición de la norma básica de agricultura ecológica según la Unión Europea, Reglamento (CE) N° 834/2007 del Consejo de 28 de junio de 2007 y el Reglamento (CE) 889/2008 sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos y por el que se deroga el Reglamento CEE) N° 2092/91, se refiere exclusivamente a la no utilización de productos químicos de síntesis.

En cuanto a España, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2005) la define como un compendio de técnicas agrarias que excluye normalmente el uso, en la agricultura y ganadería, de productos químicos de síntesis como fertilizantes, plaguicidas, antibióticos... con el objetivo de preservar el medio ambiente, mantener o aumentar la fertilidad del suelo y proporcionar alimentos con todas sus propiedades naturales.

### 1.1.2 HISTORIA DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

La agricultura ecológica es el resultado de una serie de reflexiones y de varios métodos alternativos de producción que se han ido desarrollando desde comienzos del siglo XX, básicamente en el norte de Europa.

La agricultura tradicional era el tipo original de la agricultura, y se ha practicado durante miles de años. Un sistema tradicional de producción de alimentos que data de tiempos prehistóricos, se piensa que es el agroecosistema más antiguo y más resistente del mundo.

Durante el siglo XVIII se crearon fertilizantes artificiales, en un principio con superfosfatos y luego fertilizantes a base de amoníaco en masa producidos mediante el proceso de Haber-Bosch desarrollado durante la Primera Guerra Mundial. Estos primeros abonos eran baratos, potentes y fáciles de transportar a granel. Avances similares se produjeron en los pesticidas químicos en la década de 1940, lo que la lleva a la década que se conoce como la “era de pesticidas”. Pero estas nuevas técnicas agrícolas, mientras que beneficiosas a corto plazo, tienen efectos secundarios graves a largo plazo, tales como la compactación del suelo, la erosión y la disminución de la



fertilidad del suelo en general, junto con las preocupaciones de la salud acerca de los productos químicos tóxicos que entran en el suministro de alimentos.

Científicos de la biología del suelo se iniciaron a finales de 1800 y principios de 1900 para desarrollar teorías sobre cómo los nuevos avances en la ciencia biológica se podrían utilizar en la agricultura como una forma de evitar estos efectos secundarios, mientras que todavía mantiene una mayor producción.

Entre los años 20 y 30 el químico británico Sir Albert Howard desarrolla en la India el método Indore de compostaje de residuos orgánicos y comprueba las ventajas del uso de fertilizantes orgánicos frente a los abonos minerales.

A finales de la década de 1930 y principios de 1940 Sir Albert Howard y su esposa Gabrielle Howard, ambos botánicos realizados, desarrollaban la agricultura orgánica. Los Howards fueron influenciados por sus experiencias con los métodos tradicionales de cultivo en la India, biodinámicos, y su educación científica formal. Sir Albert Howard es ampliamente considerado como el "padre de la agricultura ecológica", porque él fue el primero en aplicar los conocimientos y principios científicos de estos diversos métodos tradicionales y naturales. En 1941 publica "El testamento de la agricultura". (David Ludden)

En la misma época el austriaco Rudolf Steiner, uno de los padres de la antroposofía, sienta las bases de la que se conocería como Agricultura Biodinámica, una primera versión de lo que hoy llamamos la agricultura orgánica, agricultura de los procesos, no se las sustancias. Cuyas conferencias sobre Agricultura fueron publicadas en 1925.

En la década de los 40 Lord Northbourne en Gran Bretaña y el Dr. Müller en Suiza, basándose en los principios de Howard, inician la llamada Agricultura Orgánico-Biológica, basada en la utilización de fertilizantes orgánicos, en el buen estado del humus del suelo, en la limitación de las labores culturales y en considerar la finca como 'una totalidad orgánica, viva y dinámica'. Posteriormente H.P. Rush ratificaría este método con argumentos científicos y económicos.

En los Estados Unidos, otro de los fundadores de la agricultura orgánica era J.I. Rodale. En la década de 1940 fundó una granja orgánica de trabajo para ensayos y experimentación, el Instituto Rodale, y fundó la revista Rodale Press para enseñar y promover la agricultura orgánica al público en general.

Durante los años 40 y 50 sientan las bases de la agricultura orgánica de la actualidad; Lady Eve Balfour's y Faulkner critican en este momento la agricultura contemporánea, poniendo el acento en el manejo del suelo como elemento central y articulador de las prácticas agrícolas. Es también en los años 50 cuando las publicaciones de Sykes y Seifert ponen especial énfasis en la importancia del humus para la agricultura, articulándose de una manera ya clara los principios del compostaje.

En los años cincuenta, el principal objetivo de la agricultura era el de satisfacer las necesidades inmediatas de alimentos y mejorar el nivel de autoabastecimiento de la

Comunidad Europea mediante un fuerte incremento de la productividad. Es lógico que, en ese contexto, la Agricultura Ecológica no tuviera demasiado eco.

En 1962, la estadounidense Rachel Carson, publicó el libro “La primavera silenciosa”, en el cual trataba sobre los devastadores efectos del DDT, esta publicación ayudó a que cristalizara el movimiento ecologista. (Fuente: Infoagrocolombia)

La situación sufrirá un cambio en las décadas de ruptura de los 60 y 70 que corresponden a la generalización y devoción por lo industrial, produciéndose un freno en el desarrollo y extensión de los modelos alternativos de agricultura.

“Es en los años sesenta y setenta cuando se produce la verdadera explosión del modelo industrial que lo inunda todo y por supuesto también los paradigmas alternativos que, finalmente, quedan difuminados por los logros de lo que algunos han denominado la era post-Sputnik y que desde el plano agrario se recuerda sobre todo por la Revolución Verde. A partir de este momento es cuando comienza a crecer otra vez la conciencia de lo ecológicamente correcto, ayudada en un principio por los nuevos movimientos contestatarios hippies, y es en los ochenta cuando adquiere un corpus sólido en el ideario agrícola.” (Armesto, 2001).

A partir de mediados de los sesenta comienzan a haber pruebas fehacientes de los problemas medioambientales y de salud humana que se derivan del modelo agrícola imperante, creando una revolución verde. Por vez primera comienza a ser debatida en profundidad la idea de que los recursos son limitados.

A finales de los años sesenta y, sobre todo, en los años setenta, tras surgir una toma de conciencia importante sobre la necesidad de proteger el medio ambiente en la que encaja muy bien la Agricultura Ecológica. Se crean nuevas asociaciones en las que participan productores, consumidores y demás personas que se interesan por la ecología y por una vida más ligada a la naturaleza.

A principios de la década del 70, un numeroso grupo de intelectuales encabezados por el chileno Miguel Altieri desplazan un primer enfoque hacia un punto de vista de ecosistema. En esta década, la literatura ecológica se expandió considerablemente hacia un enfoque agroecológico, paralelo al cual algunos autores incluían el componente social, derivado de estudios sobre desarrollo rural realizados en Estados Unidos, se difunde entonces el nuevo concepto de agroecología, que surge como un nuevo enfoque para el desarrollo agrícola, más sensible a las complejidades de la agricultura local. Sus objetivos y criterios agrícolas permiten la sustentabilidad, la seguridad alimentaria, la estabilidad biológica, la conservación de los recursos naturales y la equidad, junto al objetivo de búsqueda de mayor producción.

En la década de los 70 el japonés M. Fukuoka difunde su Agricultura Natural, a través de la obra 'La revolución de una brizna de paja', basada en la filosofía de la 'no-acción': no labrar, no desherbar, no abonar. En la misma década los australianos Bill Mollison y David Holmgren desarrollan la Permacultura, basada en diseñar ecosistemas que se mantengan de forma permanente, que se centra en la disminución del uso de energía y la autosuficiencia regional. (Fuente: Junta de Andalucía)

A nivel mundial, la tendencia por el consumo de productos libres de residuos tóxicos, sanos y amigables al ambiente, se inicia en la década de los años 70, específicamente en Europa. Al inicio, el consumo de estos productos fue considerado como una moda, sin embargo, con el paso de los años y con la constante degradación de los recursos naturales a nivel mundial, va obteniendo su sentido.

Sin embargo, es en los años ochenta cuando se produce el verdadero despegue de la Agricultura Ecológica con el despertar del interés por esta nueva forma de producción en la mayor parte de los países europeos y en otros países como Estados Unidos, Canadá, Australia y Japón. Alentados por el afán de los consumidores de comprar productos sanos y más respetuosos con el entorno, cada vez son más los productores ecológicos y mayor el número de iniciativas de transformación y comercialización de productos ecológicos.

Paralelamente, los servicios administrativos oficiales empiezan poco a poco a reconocer la Agricultura Ecológica, a integrarla en su temática investigadora y a aprobar una legislación específica (en Austria, en Francia y en Dinamarca, por ejemplo). Asimismo, algunos Estados miembros comienzan a conceder subvenciones a este tipo de agricultura, tanto a escala nacional como regional. La Agricultura Ecológica se reconocerá oficialmente por la Comunidad Europea a comienzos de los noventa.

En España, la práctica de la Agricultura Ecológica comenzó a finales de los años 80. A través de la Orden de 4 de octubre de 1989, se crea el Reglamento de la Denominación Genérica en materia de Agricultura Ecológica y se crea el Consejo Regulador de Agricultura Ecológica (CRAE), organismo que se ocupa del control, promoción y fomento de este tipo de agricultura en el Estado español, transfiriendo sus competencias en 1995 a cada una de las Comunidades Autónomas. (Fuente: COAG)

Este movimiento fue creciendo a tal grado que a finales de la década de los años 90, se convierte en una fuerte tendencia del mercado que en la actualidad sigue su ritmo de crecimiento en los mercados de importancia como lo son: Norteamérica, Europa y Asia.

En la región centroamericana es en la década de los años 90 que formalmente toma importancia este tipo de cultivos y son productos como café, especias, medicinales, aromáticas y productos no maderables de bosque, los que se ofertan en un mayor volumen, se inician los procesos de certificación de fincas y se comienza a conocer el tema.

A nivel internacional, en noviembre de 1998, la organización IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements/(Federación de movimientos de la agricultura ecológica) adoptó unos “Pliegos de Condiciones Marco de la Agricultura Ecológica y de la Transformación”. Esta federación, creada en 1972, agrupa organizaciones de todo el mundo dedicadas a la producción, certificación, investigación, educación y fomento de la Agricultura Ecológica. Sus pliegos de condiciones no son de obligado cumplimiento pero constituyen indudablemente una “pista de reflexión”, ya que son una síntesis de la situación actual de los métodos de producción y transformación de productos ecológicos.

En 1999, la FAO (Food and Agriculture Organization/ Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) aprobó un programa de trabajo sobre la Agricultura Ecológica encaminado fundamentalmente a fomentar el desarrollo de este modo de producción en los países en vías de desarrollo.

En Europa, en 1991, se crea el primer marco legal para la producción agrícola ecológica la Comunidad Económica Europea (CEE), que reconoce a la Agricultura Ecológica como un método de producción alternativo a la agricultura convencional, publicado en el Reglamento 2092/91 (CEE), derogado por los Reglamentos (CE) 834/2007 y el Reglamento (CE) 889/2008 con sus modificaciones posteriores reglamentarias, que armoniza las normas de producción, elaboración, etiquetado y control.

En los años siguientes a la creación de estos órganos, se dieron diferentes pasos para ayudar a la Agricultura Ecológica en su proceso de expansión: estableciendo de un régimen de ayudas, recogido en el Reglamento N° 1257/1999 de la UE publicado en junio de 1999 a través de las medidas agroambientales y que deroga el Reglamento N° 2078/92.

Actualmente cientos de miles de hectáreas se cultivan en todo el mundo según las técnicas de la Agricultura Ecológica, mostrando que frente a los modelos dominantes es posible producir alimentos sanos, en cantidad y sin perjuicios ambientales. La actual agricultura ecológica es el resultado de una evolución de ideas y experiencias que se inició el mismo momento del inicio de la agricultura industrial. El mercado internacional se encuentra en franco desarrollo y la agroindustria exige cada vez, más materia prima que sea producida de forma ecológica. (Fuente: Junta de Andalucía)

Actualmente en Centroamérica, el volumen y la diversidad de productos ecológicos que se ofrecen está creciendo, se pueden encontrar pequeñas producciones de vegetales y frutas tropicales que se producen bajo normas orgánicas; los cultivos como las especias, el café, las nueces, las medicinales y aromáticas, están incrementado sus volúmenes de producción.

En el Espacio Económico Europeo, Islandia, Noruega y Liechtenstein han aprobado normativas que son una adaptación de la normativa comunitaria y participan, en calidad de observadores, en los trabajos de gestión que efectúa la Comisión Europea. Turquía ya ha iniciado un proceso de aprobación de normativas sobre la Agricultura Ecológica, amoldadas a la normativa comunitaria, enmarcado en el proceso general de asunción del acervo legislativo comunitario. Otros países como Argentina, Australia, Canadá, los Estados Unidos, Israel, Japón o Suiza han aprobado ya leyes específicas sobre la agricultura ecológica o están a punto de hacerlo. Así, inicialmente limitada a pequeños grupos de productores, elaboradores y consumidores, la Agricultura Ecológica experimenta desde hace algunos años una fuerte expansión, a escala mundial. A día de hoy más de cien países producen alimentos ecológicos en cantidades comerciales.

La última Reforma de la PAC (Política Agraria Común) de 2003 incide en estos presupuestos, y persigue una mayor orientación al mercado y una producción de

calidad, con mayor valor añadido en sistemas agrarios más sostenibles, desvinculando las ayudas de las producciones.

Todo parece indicar que la agricultura y la ganadería ecológicas aún tienen un potencial de desarrollo en el contexto actual y futuro en el que se desenvuelven, ya que ambas constituyen un sistema productivo que encaja perfectamente en las orientaciones de futuro para el sector agrario. Además están adaptadas para garantizar la sostenibilidad de un modelo agrario basado en las explotaciones familiares frente a una agricultura industrial sin agricultores, aunque bien es verdad que los problemas de comercialización pueden truncar estas esperanzas. (Fuente:COAG)

Los mercados siguen creciendo y se espera que esta tendencia se mantenga.

### 1.1.3 OBJETIVOS DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

La agricultura ecológica es un sistema agrario cuyo objeto es la obtención de alimentos de máxima calidad, respetando el medio ambiente y conservando la fertilidad de la tierra mediante la utilización óptima de los recursos naturales. Para ello emplean métodos de cultivo biológicos y mecánicos y evita los productos químicos de síntesis.

Objetivos básicos de la agricultura ecológica. Según la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM) se resumen en:

- Producir alimentos de alta calidad nutritiva, sanitaria y en suficiente cantidad.
- Trabajar de forma integrada con los ecosistemas en lugar de querer dominarlos.
- Interactuar constructivamente con los sistemas y los ciclos naturales, de manera que se potencie la vida.
- Fomentar e intensificar los ciclos bióticos dentro del sistema agrícola que comprende microorganismos, fauna y flora del suelo, las plantas y los animales.
- En la medida posible, mantener, y aumentar a largo plazo la fertilidad de los suelos.
- Trabajar todo lo posible dentro de un sistema cerrado con relación a la materia orgánica y a los nutrientes minerales.
- Empleo de los recursos renovables locales en los sistemas agrícolas.
- Desarrollar un ecosistema acuático valioso y sostenible.
- Promover el uso juicioso y el cuidado apropiado del agua, los recursos acuáticos y la vida que sostienen.
- Proporcionar al ganado las condiciones vitales de desarrollo.

- Crear un equilibrio armonioso entre la producción agrícola y la ganadería.
- Reciclaje de nutrientes minerales y materia orgánica.
- Procesar los productos ecológicos utilizando recursos renovables.
- Evitar al máximo posible todas las formas de contaminación derivadas de las técnicas agrarias.
- Producir productos ecológicos completamente biodegradables
- Mantener la diversidad genética del sistema agrícola y de su entorno, incluyendo protección de hábitat de plantas y animales silvestres.
- Proporcionar a las especies animales las condiciones de vida que les permitan realizar su comportamiento innato.
- Tener en cuenta el amplio impacto social y ecológico del sistema de producción y procesamiento ecológicos.
- Permitir que todos aquellos involucrados en la producción agrícola y el procesamiento ecológico lleven una vida que les permita cubrir sus necesidades básicas y obtener ingresos adecuados y satisfacción por su trabajo, incluyendo un entorno laboral seguro.
- Progresar hacia una cadena de producción, procesamiento y distribución que sea socialmente justa y ecológicamente responsable.
- Favorecer la interrelación productor-consumidor.

### **1.1.4 AGRICULTURA ECOLÓGICA FRENTE A LA AGRICULTURA CONVENCIONAL**

En la tabla N° 1 podemos observar efectos de las prácticas agrícolas.

#### 1.1.4.1 FERTILIDAD DE LOS SUELOS

##### **AGRICULTURA ECOLÓGICA, SUELO NATURAL**

-Suelo más fértil: Rotación de cultivos con leguminosas que fijan el nitrógeno, mejoran la materia orgánica y fertilidad del suelo y reducen la pérdida de nutrientes. También mediante cultivos mixtos, asociaciones simbióticas, cultivos de cubierta, labranza mínima, y fertilizantes orgánicos.

Si con estos sistemas no se ha logrado todavía una nutrición adecuada de los vegetales, se pueden incorporar fertilizantes orgánicos o minerales naturales poco

solubles que no se obtienen mediante síntesis química y que figuran en el anexo I del Reglamento (CE) 889/2008.

-Control de erosión del suelo: buena estructura del suelo, filtran mejor el agua y reducen los riesgos de anegamiento y de erosión. Mejora la capacidad de retención de nutrientes y agua.

-Reduce acidificación: el abono de los animales mejora la materia orgánica y libera nitrógeno de manera más gradual que los fertilizantes químicos. Las granjas ecológicas tienen menor carga ganadera y emiten aproximadamente 40% menos de emisiones de NH<sub>3</sub> que las convencionales.

### AGRICULTURA CONVENCIONAL, SUELO ESTÉRIL

-Monocultivos, debilitan al cultivo favoreciendo la aparición de plagas, virulencias y resistencias.

-Erosión del suelo: el suelo pierde capacidad de retener nutrientes y agua, promoviendo encharcamiento de agua.

-Aumento de métodos de cultivo donde el uso de tractores de grandes dimensiones son las causas principales de graves pérdidas de suelo y degradación de los terrenos, sobre todo en las zonas más cálidas, donde la capa superficial del suelo es más estrecha.

#### 1.1.4.2 BIODIVERSIDAD

### AGRICULTURA ECOLÓGICA

-Ecosistema defensor de plagas, se lucha contra ella con sustancias de origen vegetal y animal, o mediante depredadores y microorganismos de control biológico. También se usan barreras físicas.

-Selecciona las variedades y especies más adecuadas para el clima local.

-Evita monocultivos, programas de rotación de cultivos.

-Protege a los enemigos naturales de los parásitos.

-Las fincas ecológicas acogen 30% más de especies y 50% más de individuos que las convencionales.

-Las lombrices de tierra son más abundantes en los suelos ecológicos y ayudan a mantener la estructura del suelo y la materia orgánica, mejorando la aireación, el drenaje y el crecimiento de las raíces de los cultivos.



-Atraen más abejas que las convencionales por las rotaciones y el intercalado de cultivos. Un 1/3 de la dieta humana proviene de insectos polinizadores (las abejas representan el 80%).

-Semillas tradicionales: sólo se utilizan semillas o material de reproducción vegetativa y plántulas que se hayan producido mediante agricultura ecológica, y en ningún caso podrán emplearse organismos modificados genéticamente, ni productos obtenidos a partir de éstos.

-No utiliza fertilizantes químicos. Se abona con abonos orgánicos ecológicos: estiércol de animales, turba, abonos verdes, abonos minerales ecológicos...

-Se combaten las malas hierbas escardándolas o mediante acolchados vegetales.

### AGRICULTURA CONVENCIONAL

-Ecosistema que combate las plagas con plaguicidas químicos que tardan mucho en degradarse. Algunos componentes son volátiles y otros son arrastrados por las corrientes de agua junto con las partículas de tierra erosionada. Los pesticidas que no se pierden por volatilización o en las aguas de escorrentía percolan hacia las aguas subterráneas o quedan en el suelo, contaminándolo.

-Utilización de sustancias fitosanitarias, que han producido incremento de la resistencia de plagas y enfermedades; aparición de nuevas plagas; eliminación de depredadores y enemigos naturales; acumulación y persistencia en suelos, en plantas, en animales y bioacumulación en las cadenas tróficas, por lo que se genera un riesgo para los animales y los seres humanos.

-Semillas transgénicas. El mayor problema de las semillas transgénicas es que no se perpetúan, haciendo que su descendencia sea estéril y evitando así que el agricultor las pueda volver a sembrar sin ningún coste.

-Se utilizan fertilizante químicos, que se filtran por el suelo alcanzando las aguas subterráneas. Especialmente de los derivados del nitrógeno, que han dado lugar a concentraciones elevadas de nitratos en los tejidos vegetales; contaminación del suelo, especialmente de metales pesados; lixiviación de nitratos y acumulación en las aguas subterráneas, con pérdida de la potabilidad; eutrofización y contaminación por nitrógeno y fósforo de las aguas superficiales, originando graves cambios en las características del medio y desoxigenación de las aguas, muerte de la fauna acuífera; disminución de los microorganismos del suelo e inhibición de la fijación del nitrógeno; salinización de los acuíferos por sobreexplotación de las aguas subterráneas.



### 1.1.4.3 GESTIÓN DEL AGUA

#### AGRICULTURA ECOLÓGICA

-Calidad del agua: las fincas ecológicas, al no usar pesticidas o fertilizantes químicos, no contaminan el agua. Las fincas ecológicas pierden un 57% menos nitratos por ha/año que los convencionales.

-Buenas cosechas con estrés hídrico: en periodo de sequía los agricultores ecológicos obtienen mayores cosechas que los convencionales aumentando su resiliencia en situaciones climáticas extremas.

-Se intenta hacer un uso eficiente del agua y no desperdiciarla.

-Se pueden reutilizar las aguas residuales urbanas e industriales para la agricultura. Otra alternativa es la desalación de aguas marinas o salobres.

#### AGRICULTURA CONVENCIONAL

-Se contamina el agua por usar pesticidas y fertilizantes químicos.

### 1.1.4.4 CLIMA

#### AGRICULTURA ECOLÓGICA

-Contribuye a mitigar el efecto de invernadero y el calentamiento del planeta mediante su capacidad de retener el carbono en el suelo.

#### AGRICULTURA CONVENCIONAL

-No tiene tanta capacidad de retener el carbono en el suelo, por su estructura.

-El uso de maquinaria aumentan los insumos de origen energético y la contaminación ambiental (reducción de la visibilidad, absorción o difusión de la radiación solar y terrestre, alteración del balance de calor del sistema tierra-atmósfera con las posibles influencias sobre el clima local).

**Tabla N° 1. Efectos de las prácticas agrícolas sobre determinados recursos medioambientales.**

Prácticas agrícolas	Suelo	Aguas subterráneas	Aguas superficiales	Flora	Fauna	Otros
Programa de nuevas tierras de cultivo	Degradación del suelo	Ordenación de recursos hídricos que influyen en la capa freática	Contaminación del agua con partículas del suelo	Pérdida de especies		Pérdida del ecosistema y de la diversidad ecológica
Riego	Exceso de sales. Anegamiento	Pérdida de calidad aguas		Desecamiento de elementos naturales influyentes en los ecosistemas fluviales		
Laboreo y mecanización pesada	Erosión eólica e hídrica. Compactación			Pérdida de la actividad biológica y microorganismos		Ruido. Gases de combustión
Uso de fertilizantes:						
- Nitrógeno		Lixiviación de nitratos				
- Fósforo	Acumulación de metales pesados en forma de fosfatos		Escorrentía, lixiviación o descarga directa que da lugar a la eutrofización	Efectos sobre la microflora y eutrofización que da lugar a:		
- Estiércol	Acumulación de cobre			Exceso de algas y de plantas acuáticas	Disminución del oxígeno que afecta a la fauna acuática	Mal olor, amoníaco
- Limo de alcantarilla, compost	Acumulación de metales pesados					Residuos
Aplicación de productos fitosanitarios	Acumulación de productos de degradación	Lixiviación de residuos móviles de plaguicidas y productos de degradación	Escorrentía de residuos móviles de fitosanitarios y productos de su degradación	Afecta a la microflora del suelo creando resistencias	Resistencias, hormoligosis, eliminación de fauna útil	Evaporación, residuos
Incorporación de aditivos a piensos					Aumento de animales enfermos	Residuos

Fuente: “Alimentos ecológicos, calidad y salud” Junta de Andalucía

### 1.1.4.5 GANADERÍA

#### AGRICULTURA ECOLÓGICA

-La reproducción está basada en la monta natural, se permite la inseminación artificial, y está prohibida la sincronización de celo artificial (hormonas y otras sustancias).

-No está permitida la manipulación genética ni la transferencia de embriones. Se deben cumplir una serie de condiciones en el manejo, como por ejemplo respecto a la lactancia de las madres, ya que está prohibido el destete precoz.

-Las mutilaciones sistemáticas no están permitidas (castración, corte de picos, descuerne, etc.) y cuando hay que realizarlas se habrá de buscar la mejor época y la forma menos traumática para el animal, estas acciones deben ser comunicadas en caso necesario al órgano de control.

-Los animales deben de estabularse teniendo en cuenta su bienestar y los aspectos relativos a sus necesidades etológicas y con esto asegurar su salud y vitalidad.

-Los animales sean de procedencia ecológica. No hay ninguna normativa que obligue a elegir una determinada raza o estirpe, ni tampoco se prohíbe la utilización de híbridos. Sí es recomendable la utilización de razas autóctonas, por su alto grado de adaptación a las condiciones locales. Interesan animales con el máximo nivel de rusticidad, adaptados al medio y a las condiciones de manejo de cada explotación, ofreciendo una capacidad de resistencia a las enfermedades en su entorno natural y siendo sus producciones de calidad diferentes.

-El diseño de las instalaciones ha de conseguir para los animales un ambiente confortable. Los alojamientos, además de contar con la adecuada ventilación e iluminación natural, deberán disponer de acceso al exterior. Deben estar construidos de materiales no tóxicos. Las zonas cubiertas deben ser espaciosas y ventiladas para garantizar la circulación de aire y entrada de luz natural, evitar los altos niveles de polvo, de humedad relativa y de concentración de gases, manteniéndolos en unos límites que no sean tóxicos para los animales. En estas zonas cubiertas deben de disponer de cama seca y cómoda.

-Alimentación en ganadería ecológica: La alimentación está destinada a garantizar la calidad de la producción en sus distintas etapas de desarrollo, quedando prohibida la alimentación forzada.

-La alimentación de los animales de la explotación ecológica debe hacerse con productos de procedencia ecológica, a excepción del 20% que puede provenir de producción convencional. En la ración se debe incluir el 65% de cereales como mínimo.

-Los animales deben poder tomar parte de su alimento directamente del campo, lo cual proporciona una dieta equilibrada, rica en vitaminas y minerales. Queda totalmente prohibidos algunos productos como harinas de carne y aditivos como medicamentos, promotores del crecimiento, conservantes, urea y colorantes de origen

sintético. También se restringe el uso de otros componentes como harinas de pescado, ensilados y tortas de oleaginosas.

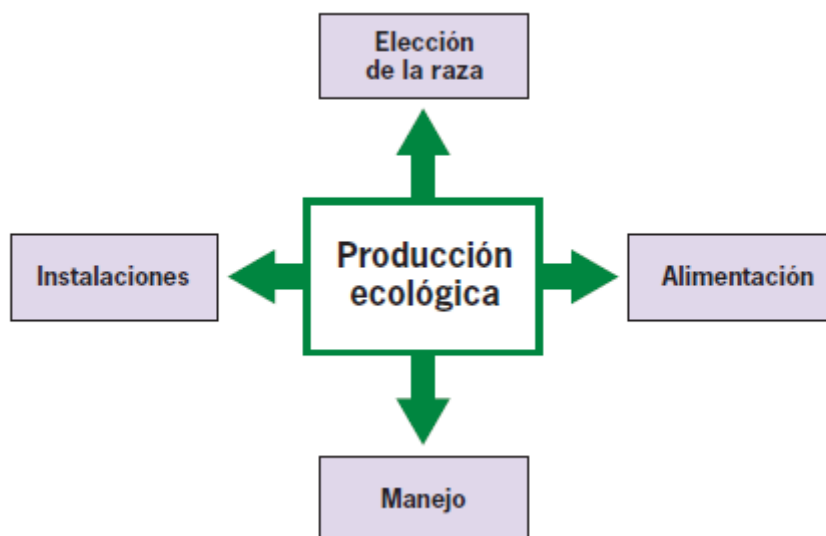
-Las vacunaciones no son recomendables de forma sistemática, sólo están permitidas aquellas legalmente obligatorias y las que autorice específicamente el organismo de control, ante la presencia de una enfermedad. Los tratamientos permitidos en presencia de enfermedades se sustentan en la homeopatía, fitoterapia, aromaterapia e isopatía.

-Está prohibido el uso sistemático de antibióticos y demás medicamentos convencionales a los que sólo podrá recurrirse cuando haya fracasado la medicina alternativa, y sobre todo en casos urgentes en los que sea necesario para salvar la vida del animal, pero procurando que sea siempre como último recurso.

-Igualmente la lucha contra los parásitos se debe desarrollar desde el punto de vista preventivo realizando una acción profiláctica que evite que los parásitos puedan cerrar su ciclo (rotación de pastos, desinfección de establos, etc.); sin embargo cuando se presente una parasitosis que no ceda a los antiparasitarios naturales, y previa certificación de un veterinario el organismo de control podrá autorizar su tratamiento mediante antiparasitarios convencionales fuera de la época de lactación e inicio de la gestación.

-En todos los casos en los que los animales hayan sido tratados con medicamentos convencionales tendrán obligatoriamente que ser retirados de la comercialización y sus productos no podrán ser vendidos como ecológicos, hasta que se haya cumplido un plazo de espera que nunca será inferior al doble del que establezca la legislación oficial para el medicamento empleado. Están permitidos solamente los tratamientos de erradicación de determinadas enfermedades de transmisión al hombre (tuberculosis, brucelosis, etc.) que son obligatorias por cada estado de la Unión Europea.

**Figura N° 1. Pilares fundamentales para la producción ganadera ecológica.**



**Fuente: “Alimentos ecológicos, calidad y salud” Junta de Andalucía**

## 1.1.5 PRODUCTOS ECOLÓGICOS

### 1.1.5.1 DEFINICIÓN

Para identificar un alimento ecológico hay que recordar que la sola mención de los términos “ecológico”, “eco”, “biológico”, “Bio” y “orgánico” está reservada en exclusiva a los alimentos procedentes de la agricultura ecológica.

En la elaboración de estos productos hasta su llegada al consumidor no se utilizan conservantes, ni colorantes, ni métodos químicos, sino técnicas tradicionales como son el vacío, secado, el frío o las fermentaciones.

Para asegurar al consumidor final que durante la elaboración, envasado y transporte de estos productos no se han podido mezclar con otros provenientes de la agricultura industrial, todos los países han creado unos organismos de control que velan porque se cumplan las normas.

En el etiquetado de estos productos, debe aparecer el nombre o código de la entidad que certifica la autenticidad del producto, que puede estar acompañado de diversos logotipos.

Un producto ecológico es aquel obtenido por un método de producción ecológica. De acuerdo con el Reglamento (CE) N° 834/2007 de Consejo de 28 de junio de 2007 y el Reglamento (CE) 889/2008 sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos y por el que se deroga el Reglamento (CEE) N° 2092/91. “La producción ecológica es un sistema general de gestión agrícola y producción de alimentos que combina las mejores prácticas ambientales, un elevado nivel de biodiversidad, la aplicación de normas exigentes sobre bienestar animal y una producción conforme a las preferencias de determinados consumidores por productos obtenidos a partir de sustancias y procesos naturales. Así pues, los métodos de producción ecológicos desempeñan un papel social doble, aportando, por un lado, productos ecológicos a un mercado específico que responde del medio ambiente, al bienestar animal y el desarrollo rural”.

Los productos ecológicos son productos, seguros, naturales y auténticos:

-Son alimentos naturales y con todas sus propiedades nutritivas. En la producción de alimentos ecológicos no se emplean sustancias químicas de síntesis y en su elaboración no se utilizan organismos modificados genéticamente. Este particular método de elaboración garantiza que los alimentos conservan sus propiedades nutritivas y son de la mayor calidad.

-Los productos ecológicos además de ser sabrosos cubren una gama amplísima, desde las tradicionales frutas y hortalizas frescas, hasta la miel, las carnes, las conservas, los quesos y embutidos, el vino, el aceite de oliva...

-Elaborados sin aditivos, colorantes, saborizantes ni aromas.

-Son de calidad certificada. Además de los controles oficiales que se efectúan a todos los alimentos, los productos ecológicos son objeto de una certificación adicional que garantiza la autenticidad de su origen ecológico. En los alimentos ecológicos la trazabilidad y autenticidad está garantizada.

-Son de un medio de producción agraria y ganadera sostenible, que hace un uso racional de los recursos naturales y no los compromete para generaciones futuras.

-Evitan la contaminación y favorecen la biodiversidad. Los alimentos ecológicos, al prescindir de sustancias químicas, evitan la contaminación del aire, suelo y agua. Además, al emplear técnicas más respetuosas, genera un aumento de la actividad biológica del suelo.

-Contribuyen al desarrollo de las zonas rurales. La agricultura ecológica requiere un mayor volumen de trabajo, por lo que genera empleo en las zonas rurales.

Además de los productos digamos 100% ecológicos existen los productos en conversión a la agricultura ecológica. Ya que para que un producto se pueda identificar como ecológico, la finca en la que se produce debe pasar por un periodo de conversión.

Este término se utiliza en productos vegetales que se encuentran periodo de conversión y que llevan más de 12 meses controlados por un organismo privado autorizado o autoridad de control. Dicho producto lleva el etiquetado correspondiente de producto en conversión a la agricultura ecológica. (Manual de etiquetado de productos ecológicos)

Existe la confusión en relación a los términos “orgánico”, “saludable” y “natural”. Porque muchas personas piensan que son lo mismo y no es siempre así:

Un alimento es “orgánico” si cumple ciertos requisitos establecidos por los organismos de control alimentario en cómo se cultiva, pero no tiene nada que ver con su contenido en nutrientes. Un producto es “natural”, si no contiene ingredientes sintéticos o artificiales. Y un producto es “saludable” si llena ciertos criterios en cuanto al límite en su contenido de grasa, de grasa saturada, de colesterol, de sal y requiere cierta cantidad de vitaminas, minerales y otros nutrientes saludables.

### 1.1.5.2. PRODUCTOS ECOLÓGICOS FRENTE A PRODUCTOS CONVENCIONALES

Según estudios publicados en la revista Ecoagricultor durante los años 2012 y 2013 existen diferencias nutricionales entre alimentos ecológicos y convencionales. Estos afirman que los alimentos ecológicos son más saludables.

-En ellos se dan ejemplos de composiciones químicas de unos alimentos, en los cuales se ve claramente el mayor valor nutricional en cuanto a valores de calcio, magnesio o hierro, como se puede ver en la tabla Nº 2.

**Tabla Nº 2. Valor nutricional de los alimentos ecológicos meq./100 gr.**

ALUBIAS	CALCIO	MAGNESIO	HIERRO
CULTIVO ECOLÓGICO	40.5	60	227
CULTIVO CONVENCIONAL	15.5	14.8	10

TOMATES	CALCIO	MAGNESIO	HIERRO
CULTIVO ECOLÓGICO	23	59.2	1938
CULTIVO CONVENCIONAL	4.5	4.5	1

LECHUGAS	CALCIO	MAGNESIO	HIERRO
CULTIVO ECOLÓGICO	71	49.3	516
CULTIVO CONVENCIONAL	16	13.1	9

**Fuente: Ecoagricultor 2013**

-El estudio de Nueva Zelanda de 1940 que demuestra que después de dos años de alimentación ecológica en el comedor escolar se observó mejor salud dental, mayor resistencia a las fracturas óseas y menor incidencia de resfriados entre los escolares.

-En 1999 la Sociedad Española de Neurología afirmó que los pesticidas de uso habitual tienen efectos semejantes a las armas químicas y contribuyen al creciente incremento de las enfermedades degenerativas del sistema nervioso. La organización The Nutritional Cancer Therapy Trust en 2001 dice que la terapia nutricional del cáncer solo es posible con alimentos ecológicos ya que uno de sus objetivos es evitar contaminantes y toxinas.

“Consumir alimentos ecológicos tiene unas repercusiones muy importantes no tanto a nivel personal en lo que se refiere a la salud individual, sino a nivel social-ecológico en lo que respecta a la salud del planeta.”

-Las técnicas de producción ecológicas son favorables para producir alimentos de alta concentración nutricional y organoléptica, puesto de manifiesto en diferentes estudios comparativos (Raigón, 2007):

- Las concentraciones de nitratos en el material vegetal es mayor en el caso de las verduras procedentes de cultivo convencional, variando en función de la especie, en promedio, 50% más en el caso de col china, 35% para la lechuga, 65% para la acelga y 28% para la espinaca.

- Las verduras ecológicas han presentado mayor concentración mineral (25% más de potasio en lechugas, 14% más de calcio en tallos de hinojo, los contenidos de hierro en la judía-grano procedente de cultivo convencional son aproximadamente 6 mg por cada 100 g, mientras que los de producción ecológica son de 7.12 mg, estos datos



ponen de manifiesto que los granos de judía ecológica aportan un 15.7% más de este oligoelemento).

- Las cantidades recomendadas diariamente, en una persona adulta de Fe, Na, K y Ca se pueden conseguir con el consumo de 500 g de acelga ecológica fresca, sin que repercuta en riesgo aparente para la salud, por no superar la ingesta diaria admisible de nitratos. Las mismas cantidades de elementos nutricionales se podrían consumir con la ingesta de aproximadamente 550 g de acelga convencional fresca, aunque con ello la cifra de nitratos consumidos se duplicaría, apareciendo riesgo para la salud.

- El zumo de naranja ecológica contiene un 20% más de vitamina C que el procedente de frutos convencionales.

- Los frutos cítricos ecológicos son más aromáticos, presentando un 24% más de aceites esenciales.

- En pimiento ecológico verde se alcanza un 10% más de vitamina C y en rojo un 7% más, frente a los convencionales.

- Las sustancias antioxidantes están en concentraciones superiores en frutas ecológicas, por ejemplo en fresas (26%), zarzamora (40%), manzana (15%) y pimiento (17%).

- Las variedades tradicionales de lechuga han concentrado mayores contenidos minerales que las comerciales.

- Las frutas y verduras ecológicas contienen menor nivel de agua, repercutiendo en mayor materia seca, mayor concentración de los sabores, mejor ajuste en la relación del precio y mayor capacidad de conservación. La col ecológica puede resistir hasta 24 días síntomas de pudrición, frente a los 6 días de la col convencional. Los frutos cítricos ecológicos presentan seis semanas más de conservación en postcosecha que los convencionales.

## **1.2 MARCO LEGAL**

Hay normas que regulan los métodos de producción y en algunos casos la producción final de la agricultura orgánica. Estas normas han podido ser voluntarias o legisladas.

En la década de 1970 eran asociaciones privadas las que certificaban a los productores orgánicos. En la década de 1980, los gobiernos comenzaron a elaborar directrices de producción orgánica. En la década de 1990, una tendencia hacia los estándares legislados comenzó, sobre todo con el 1991, la Unión Europea, establece normas para 12 países. El programa de la UE fue seguido por un programa de Japón en 2001, y en 2002 los EE.UU. crearon el Programa Nacional Orgánico. A partir de 2007, más de 60 países regulan la agricultura orgánica. En 2005 IFOAM creó los principios de la agricultura orgánica, una directriz internacional para los criterios de certificación.



### 1.2.1 EN EUROPA

A partir de 1980 se desencadenó un crecimiento de la producción ecológica por lo que fue necesario establecer una regulación para la producción y elaboración ecológica, con el fin de proteger el sector y evitar los abusos y fraudes al consumidor.

En el año 1991, se establece el Reglamento europeo (CEE 2092/91), aprobado el 24 de junio de 1991, que protege la denominación de agricultura ecológica y todos sus términos. Esta normativa se aplica a la producción de cualquier producto agrícola o animal, incluido envase, comercialización y etiquetaje, así como la elaboración y transformación de alimentos con destino al consumo humano. El Reglamento europeo señala que para obtener una etiqueta identificativa para los alimentos ecológicos, una autoridad de control velará en cada Estado para que en todas las acciones descritas, el producto no entre en contacto con sustancias sintéticas, no permitidas en las normas. El objetivo de la norma es establecer acciones comunes para la producción comunitaria de productos ecológicos.

Posteriormente, muchas han sido las modificaciones que han sido publicadas de este reglamento inicial, formando parte de un conjunto de documentos, numerosos, extensos y de estructura compleja que dificultaban su manejo y comprensión, ya que cubrían todos los diferentes ámbitos de la producción de los productos ecológicos; normas de producción de cultivos anuales y vivaces, producción ganadera, industrias de elaboración, comercialización, importación, etc. Dichas modificaciones tuvieron como objetivo la necesaria adaptación a los cambios de los tiempos, a la demanda de los consumidores, a las necesidades de los productores, derogando o modificando así a reglamentos anteriores.

Esta norma se amplió en 1995 para establecer la posibilidad de crear un logotipo, para el sector de la agricultura ecológica y disponer diversas normas técnicas en relación con el etiquetado y el régimen de importación. (Fuente: COAG)

Posteriormente la Comisión ha venido adoptando reglamentos para actualizar o completarlos anexos técnicos del Reglamento.

Según el Reglamento (CEE) 2092/91 de producción ecológica, se define como agricultura ecológica “los sistemas de producción ligados a la tierra que hace un uso racional de los recursos naturales, excluye la utilización de promotores del crecimiento, evita en gran medida los productos de síntesis química y aditivos alimentarios, contribuyendo a mantener o incrementar la fertilidad del suelo, y proporcionando a los animales las condiciones de vida que les permita desarrollar su comportamiento innato y moverse libremente”.

En los anexos I y II esta incluidos los insumos de la producción ecológica. Los insumos son productos a los que se puede recurrir en el manejo agroecológico de cultivos, bien para aumentar, mantener o corregir la fertilidad del suelo o bien para controlar parásitos y enfermedades. Los productos deben estar autorizados y registrados en los organismos responsables de la agricultura del Estado miembro de que se trate. Los insumos pueden ser sustancias de origen animal, vegetal, mineral o microbiano. Su transformación se realiza en el caso de los fertilizantes mediante procesos físicos

(mecánicos y térmicos), enzimáticos (preferiblemente hidrólisis) o microbianos (compostaje y digestión). En el caso de los fitosanitarios, mediante procesos físicos, enzimáticos, microbianos o químicos. No se pueden utilizar organismos modificados genéticamente ni sus derivados. El uso de insumos no deberá contribuir a que se contamine el medioambiente, ni al consumo excesivo de recursos ni al deterioro de la salud humana. En la misma medida, su uso no debe contribuir a la pérdida de calidad del producto final.

La ganadería ecológica se rige por el Reglamento (CE) 1804/1999 del Consejo, de 19 de julio de 1999, que complementa al Reglamento 2092/1991 del Consejo. En dicho Reglamento se recogen normas comunitarias relativas a la producción de productos ecológicos de origen animal:

-En el alimento ecológico procesado, al menos el 95% de los ingredientes de origen agrario deben provenir de productos producidos y controlados de acuerdo con las directrices del Reglamento u otras reconocidas internacionalmente.

-Cuando un sistema de producción convencional se cambia al ecológico, no se trata de una conversión producida de forma inmediata. Se ha establecido un período mínimo, y en cierto modo arbitrario, de dos (en horticultura) a tres (en cultivos leñosos) años, como el tiempo que tarda en convertirse a la agricultura de tipo ecológico.

-Los productos ecológicos en transición o conversión son aquellos que han sido obtenidos por métodos ecológicos dentro del período de transición.

-En el caso concreto del ganado, aunque haya estado en unas condiciones muy próximas a las ecológicas tiene que estar como mínimo para considerarse convertido, y por tanto, para poderlo comercializar como ecológico, 90 días en el caso de las vacas productoras de leche, 60 días en el vacuno productor de carne, y en cuanto a los cerdos deben estar cumpliendo la normativa ecológica desde los 35 días de su nacimiento y los corderos, cabritos, conejos y pollos han de estar cumpliendo las normas desde su nacimiento.

En el año 2007 se produce un cambio radical con la publicación del Reglamento (CE) N° 834/2007 del Consejo, de 28 de junio de 2007, sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos y por el que se deroga el Reglamento (CEE) N° 2092/91.

El cambio principal es la estructura de articulado, más claro que la anterior, sin cambios significativos en las normas de producción vegetal, animal o de transformación, pero que sí incorporando nuevos objetivos y principios de la producción.

El actual Reglamento base, el Reglamento (CE) N° 834/2007 del Consejo, tiene como objetivos la orientación del mercado, estimulando el funcionamiento apropiado del mercado interior de productos ecológicos, asegurando la competencia leal, la seguridad agroalimentaria, la trazabilidad, la libre circulación de productos conformes certificados por autoridades u organismos ubicados en todos los Estados miembros sin imponer ningún control ni carga financiera adicional, la protección de los intereses de los consumidores, dotando de transparencia y confianza a los productos etiquetados como

ecológicos y cubriendo la demanda de un sector de los consumidores que requieren este tipo de productos agroalimentarios.

Este Reglamento tiene varios Anexos. En el Anexo I, se establecen principios sobre fertilizantes y acondicionadores de suelos. En el Anexo II, sobre plaguicidas y fitosanitarios. Y en el Anexo 3, sobre transformaciones de productos ecológicos.

En el Reglamento (CE) 889/2008 de la Comisión, de 5 de septiembre de 2008 en el se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) 834/2007 del Consejo, sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, con respecto a la producción ecológica, su etiquetado y su control.

Se regulan los siguientes apartados:

-Productos permitidos en la agricultura ecológica como fertilizantes, acondicionadores del suelo y productos fitosanitarios.

-Requisitos mínimos sobre el tamaño del alojamiento y de las áreas de ejercicio, entre los que se incluyen el forraje para el ganado ecológico, según las especies animales y su estado de desarrollo.

-Piensos no ecológico, aditivos alimentarios y ayudas de procesamiento permitidas en la producción de piensos compuestos y las premezclas permitidas en la agricultura ecológica.

-Ingredientes no ecológicos, aditivos y ayudas de procesamiento permitidas en la producción de alimentos ecológicos (incluida la producción de levaduras).

Reglamento (CE) nº 967/2008 del Consejo, de 29 de septiembre de 2008: modificación del Reglamento (CE) nº 834/2007.

Reglamento (CE) 1235/2008 de la Comisión, de 8 de diciembre de 2008, por el que se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) 834/2007 del Consejo en lo que se refiere a las importaciones de productos ecológicos procedentes de terceros países.

Reglamento (CE) 1254/2008 de la Comisión, de 15 de diciembre de 2008, que modifica el Reglamento (CE) 889/2008 por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) 834/2007 del Consejo sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, con respecto a la producción ecológica, su etiquetado y su control (levadura y huevos).

Reglamento (CE) 537/2009 de la Comisión, de 19 de junio de 2009, que modifica el Reglamento (CE) 1235/2008 en lo que atañe a la lista de los terceros países de los que deben ser originarios determinados productos agrarios obtenidos mediante producción ecológica para poder ser comercializados en la Comunidad.

Reglamento (CE) 710/2009 de la Comisión, de 5 de agosto de 2009, que modifica el Reglamento (CE) 889/2008 por el que se establecen disposiciones de

aplicación del Reglamento (CE) 834/2007, en lo que respecta a la fijación de disposiciones de aplicación para la producción ecológica de animales de la acuicultura y de algas marinas.

Reglamento (CE) 271/2010 de la Comisión, de 24 de marzo de 2010, que modifica el Reglamento (CE) nº 889/2008 por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 834/2007 del Consejo, en lo que atañe al logotipo de producción ecológica de la Unión Europea.

Reglamento nº 471/2010 que modifica el Reglamento nº 1235/2008 en lo que atañe a la lista de terceros países de los que deben ser originarios determinados productos agrarios, obtenidos mediante producción ecológica, para poder ser comercializados en la Unión.

Reglamento de ejecución (UE) 344/2011 de la Comisión, de 8 de abril de 2011, que modifica el Reglamento (CE) nº 889/2008, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 834/2007 del Consejo, sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, con respecto a la producción ecológica, su etiquetado y su control.

Reglamento (UE) nº 426/2011 de la Comisión de 2 de mayo de 2011 que modifica el Reglamento nº 889/2008 por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 834/2007 del Consejo sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, con respecto a la producción ecológica, su etiquetado y su control.

Reglamento de ejecución (UE) 590/2011 de la Comisión, de 20 de junio de 2011, que modifica el Reglamento (CE) nº 1235/2008, por el que se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 834/2007 del Consejo en lo que se refiere a las importaciones de productos ecológicos procedentes de terceros países.

Reglamento de ejecución (UE) nº 1084/2011 de la Comisión, de 27 de octubre de 2011, que modifica y corrige el Reglamento (CE) nº 1235/2008, por el que se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 834/2007 del Consejo en lo que se refiere a las importaciones de productos ecológicos procedentes de terceros países.

Decisión de la Comisión de 14 de noviembre de 2011 por la que se modifican las decisiones 2006/799/CE, 2007/64/CE, 2007/506/CE con objeto de prorrogar la vigencia de los criterios ecológicos para la concesión de la etiqueta ecológica de la UE determinados productos.

Reglamento (UE) nº 1169/2011 del Parlamento Europeo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor y por el que se modifican los Reglamentos (CE) nº 1924/2006 y (CE) nº 1925/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, y por el que se derogan la directiva 87/250/CEE de la Comisión, la directiva 90/496/CEE del Consejo, la Directiva 1999/10/CE de la Comisión, la Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, las directivas 2002/67/CE y 2008/5/CE de la Comisión, y el Reglamento (CE) nº 608/2004 de la Comisión.

Reglamento de ejecución (UE) nº 126/2012 de la Comisión, de 14 de febrero de 2012, que modifica el Reglamento (CE) nº 889/2008, en lo que atañe a las pruebas documentales, y el Reglamento (CE) nº 1235/2008, en lo que atañe a las importaciones de productos ecológicos procedentes de los Estados Unidos de América.

Reglamento de Ejecución (UE) nº 203/2012 de la Comisión por el que se modifica el Reglamento (CE) nº 889/2008, que establece las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 834/2007 del Consejo en lo que respecta a las disposiciones de aplicación referidas al vino ecológico.

Reglamento de ejecución (UE) nº 505/2012 de la Comisión, de 14 de junio de 2012, que modifica y corrige el Reglamento (CE) nº 889/2008, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 834/2007 del Consejo, sobreproducción y etiquetado de los productos ecológicos, con respecto a la producción ecológica, su etiquetado y su control.

Reglamento de Ejecución (UE) nº 508/2012 de la Comisión, de 20 de junio de 2012, que modifica el Reglamento (CE) nº 1235/2008 por el que se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 834/2007 del Consejo en lo que se refiere a las importaciones de productos ecológicos procedentes de terceros países.

Reglamento de Ejecución (UE) nº 751/2012 de la Comisión, de 16 de agosto de 2012, que corrige el Reglamento (CE) nº 1235/2008 por el que se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 834/2007 del Consejo en lo que se refiere a las importaciones de productos ecológicos procedentes de terceros países.

Reglamento de Ejecución (UE) nº 354/2014 de la Comisión, de 8 de abril de 2014, que modifica y corrige el Reglamento (CE) nº 889/2008. Los cambios afectan a los anexos I, II, V y VI del mencionado Reglamento:

Anexo I, Fertilizante, acondicionadores del suelo y nutrientes: modifica algún apartado, en otros casos sustituye textos y añade la leonardita, la quinina y los sedimentos ricos en materia orgánica (saprogel). Es importante leer lo que afecta a estas incorporaciones.

Anexo II, Plaguicidas y productos fitosanitarios que se pueden usar en la producción ecológica: sustituye textos en la parte 1, 2, 4, 6 y 7.

Los anexos V y VI hacen referencia a materias primas y aditivos utilizables en piensos para alimentación animal.

### 1.2.2 EN ESPAÑA

Los antecedentes de la legislación actual de la agricultura ecológica en España se podrían situar en la evolución de la regulación de las denominaciones de origen: en 1988 se ordena este modelo de agricultura, incorporándolo como una denominación genérica, “Agricultura Ecológica”, a través del Real Decreto 759/1988, de 15 de julio,

por el que se incluyen los productos agroalimentarios obtenidos sin el empleo de productos químicos de síntesis en el régimen de Denominaciones de Origen, específicas y genéricas, establecido en la Ley 25/1970.

Con esta normativa, España fue el tercer país comunitario, después de Francia y Dinamarca, en regular legalmente la agricultura ecológica.

Hasta que por primera vez en Europa en el año 91, se definió el marco normativo bajo el cual debían de trabajar en producción ecológica todos los agricultores y ganaderos de cada uno de los países de la Unión Europea con la entrada en vigor del Reglamento (CEE) nº 2092/91, de 24 de junio de 1991, sobre la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios.

En el marco de estos reglamentos comunitarios los distintos países de la Unión Europea han ido desarrollando sus propias normativas.

En España como ya hemos dicho, se encuentra regulada desde 1989. Posteriormente, mediante el Real Decreto 1852/1993, de 22 de octubre, basada en el Reglamento (CEE) 2092/91 citado, se establece el marco legal que actualmente regula la producción ecológica en el territorio nacional y se crea la Comisión Reguladora de la Agricultura Ecológica. Al mismo tiempo que las Comunidades Autónomas empiezan a asumir las competencias de control del sistema de producción.

La Comisión Reguladora de Agricultura Ecológica (CRAE), es configurada como un órgano colegiado adscrito al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) para el asesoramiento en esta materia, cuyo desarrollo se establece en la Orden de 14 de marzo de 1995.

En el reglamento de la CRAE, se establece una definición de producto ecológico, el ya mencionado, y que encomienda a la CRAE las siguientes funciones:

-La gestión de la denominación genérica “Agricultura Ecológica” en el ámbito del territorio español, así como la promoción y propaganda de los productos amparados en la denominación para ampliar sus mercados.

-Asegurar el control de la calidad de los productos ecológicos y establecer un sistema de normas relativas a la producción, elaboración, envasado y conservación de estos productos.

-Llevar dos registros: el de fincas agropecuarias y el de industrias de elaboración y envasado.

El sistema de control establecido en España fue público, totalmente administrado por el Estado, representado por el CRAE, el cual disponía de un cuaderno propio de normas y de un logotipo que eran obligatorios, además de realizar él mismo el control. (Gómez y Caldentey, 1999).



Normalmente, un miembro del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), que formaba parte del CRAE, acudía a las reuniones de la UE e informaba permanentemente de las novedades en la materia.

En España, el control y la certificación de la producción agraria ecológica se lleva a cabo mayoritariamente a través de Consejos o Comités de Agricultura Ecológica territoriales, que son organismos dependientes de las Consejerías o Departamentos de Agricultura de las Comunidades Autónomas, o directamente por Direcciones Generales adscritas a las mismas.

Como distintivo para que el consumidor pueda identificar en el mercado los productos de la Agricultura Ecológica, todas las unidades envasadas, además de su propia marca, llevan una etiqueta (o contraetiqueta) y un logotipo o anagrama específico, con el nombre y/o código de la autoridad u organismo de control y la leyenda “Agricultura Ecológica”.

Ello significa que la finca o industria donde se ha producido o elaborado el producto está sometida a los controles e inspecciones correspondientes de la Autoridad o del Organismo establecido al efecto en la respectiva Comunidad Autónoma. Constituye, a su vez, la única garantía oficial de que el producto responde a la calidad supuesta por el consumidor y cumple las normas establecidas en el Reglamento (CE) 834/2007.

El Real Decreto 1614/2005, de 30 de diciembre, por el que se modifica el Real Decreto 1852/1993, de 22 de octubre, sobre producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios, ha recuperado las denominaciones propias de las producciones del sector. “Sólo los productos de Agricultura Ecológica pueden llamarse “eco” o “ecológico”, “bio” o “biológico” y “orgánico” y utilizar en sus etiquetas y publicidad estas denominaciones”.

El Real Decreto 833/2014 supone un importante avance en regulación para los productos alimenticios procedentes de la actividad ecológica. El legislador español da cobertura a los requerimientos comunitarios sobre los aspectos específicos del régimen de control oficial de esta producción. Hay que destacar que, entre otros puntos, las autoridades y organismos de control mantendrán actualizada una lista de los operadores sujetos a su control, que deberá ponerse a disposición de las partes interesadas.

El establecimiento de una base de datos nacional denominada Registro General de Operadores Ecológicos (REGOE), que incorpora los datos que hasta ahora estaban en las comunidades autónomas, es una de las principales consecuencias de esta nueva regulación. El REGOE se configura como un modelo de registro versátil que permite incorporar e identificar a todo tipo de operador ecológico de manera inequívoca, independientemente del tipo de actividad que desarrolle dentro de la producción ecológica y de dónde tengan estas lugar. A su vez, se constituye en un núcleo dinámico que pueda adaptarse fácilmente a las futuras modificaciones de la legislación europea para producción ecológica.

La creación del REGOE ayudará en las tareas relacionadas con la generación de informes y estadísticas que han de facilitarse desde el Ministerio de Agricultura,

Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), de acuerdo con la legislación europea en materia de productos ecológicos (Reglamento (CE) nº 834/2007 y Reglamento (CE) nº 889/2008).

El REGOE va a ser una herramienta eficaz para garantizar el acceso por parte de todas las autoridades a la información necesaria para poder cumplir con sus obligaciones de gestión y control. Además, ofrece una herramienta que facilita y aumenta la seguridad en las distintas operaciones económicas.

El Real Decreto 833/2014 también contribuye a la renovación de la Comisión Reguladora de Agricultura Ecológica (CRAE) para lograr una coordinación adecuada con todas las comunidades autónomas en la toma de decisiones y armonización en la ejecución de las obligaciones derivadas de la legislación europea, en particular en lo relativo al control oficial. En consecuencia, se creará la "Mesa de coordinación de la producción ecológica".

El sistema que plantea el Real Decreto contribuye a facilitar el acceso a la información sobre cualquier industria alimentaria en esta materia, de forma que tanto los consumidores como el sector y el público en general pueden acceder a ella. Estas medidas redundan en una mayor transparencia y seguro que van a ayudar en el desarrollo del mercado de los productos ecológicos.

Por último, y en la misma línea de apertura y transparencia, hay que comentar también que se establece un foro de participación sectorial, que se convocará desde el MAGRAMA (Dirección General de la Industria Alimentaria) y que estas reuniones tienen especial importancia para la preparación de la propuesta de Reglamento sobre la producción ecológica y el etiquetado de productos ecológicos, que presentó la Comisión en marzo.

### 1.2.3 EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA VASCA

En la Comunidad Autónoma Vasca la agricultura ecológica se encuentra regulada legalmente por Reglamentos europeos y Real Decretos Españoles.

Las funciones de control y gestión se realizan desde el Consejo de Agricultura y Alimentación Ecológica de Euskadi (CAAEE-ENEEK), entidad operativa desde el 1 de enero de 2009. (Ver figura Nº 2) El Consejo desarrolla las funciones que le atribuye la Ley 10/2006, de 29 de diciembre, de Agricultura y Alimentación Ecológica de Euskadi, y que entre otras son las siguientes:

-Gestionar el Registro de operadores y operadoras.

-Controlar y certificar la producción agraria y alimentaria ecológica, para lo cual deberá cumplir los requisitos establecidos en la norma UNE-EN 45011, que rige los requisitos generales para entidades que realizan la certificación de productos.



-Promover el consumo y la difusión de los productos agrarios y alimentarios ecológicos.

-Ejercer la potestad sancionadora en los términos previstos en esta ley.

-Elaborar y proponer al departamento de la Administración General de la Comunidad Autónoma de Euskadi competente en materia agraria, para su publicación en las normas técnicas de la producción agraria ecológica, así como el reglamento de régimen interno, Difundir el conocimiento y aplicación de los sistemas de producción ecológica y de los productos que de ella se obtienen.

-Formular al departamento de la Administración General de la Comunidad Autónoma de Euskadi competente en materia agraria propuestas y orientaciones en materia de producción ecológica.

-Notificar al departamento de la Administración General de la Comunidad Autónoma de Euskadi competente en materia agraria las variaciones que se produzcan en la producción, elaboración, almacenamiento, comercialización e importación de los productos.

-Fijar anualmente el importe de las cuotas que se apliquen a los operadores y operadoras que se integren en el consejo.

**Figura N° 2. Logotipo de ENEEK**



## **1.3 CERTIFICACIÓN, LOGOS Y ETIQUETAS**

### **1.3.1 CERTIFICACIÓN**

La International Standardization Organization (ISO) define la certificación como: “El procedimiento mediante el cual una tercera parte independiente ofrece una garantía, por escrito, de que un productor, proceso o servicio cumple con una norma determinada”.

La certificación es un procedimiento a través del cual una entidad con autoridad evalúa y reconoce formalmente que un programa de certificación acata las normas de ese organismo rector.

Es una herramienta utilizada por los empresarios para diferenciar el producto en el mercado nacional e internacional, con el objetivo de alcanzar mayor competitividad. Los diferentes mercados están exigiendo productos certificados, siendo una oportunidad

del mercado para convertir su producto en un bien altamente competitivo. Es un mecanismo del mercado que educa a los consumidores y sirve de herramienta de control, manejo y evaluación para los productores. (Fuente: CRIECV)

En muchos países de Europa, en Estados Unidos, Canadá y Japón, los productos certificados con algún criterio ambiental, son el mercado más dinámico en la actualidad, por lo cual los importadores están exigiendo a sus socios la certificación de sus productos como requisito para comercializarlos.

La selección de la agencia certificadora es muy importante. La agencia que escoja el productor debe estar reconocida oficialmente y ser de confianza para el comprador en el país importador. Las agencias certificadoras nacionales a menudo son menos costosas que las agencias internacionales, pero podrían no ser tan conocidas en algunos mercados extranjeros.

Es un proceso complejo que implica unos costos específicos en que debe incurrir el empresario para obtener la certificación. Esto puede llegar a convertirse en un obstáculo, especialmente para los pequeños productores, quienes deben buscar alternativas de asociación con otros productores para poder adquirir la certificación.

La certificación se obtiene después de rigurosos procesos de inspección realizados por los entes certificadores, quienes expiden la certificación por períodos de tiempo determinados.

En cuanto a la certificación ecológica, existen requisitos específicos para certificar la producción de la mayoría de los cultivos agrícolas, ganadería, acuicultura, apicultura, actividades forestales y cosecha de productos silvestres. Los productos ecológicos son aquellos que se producen, almacenan, elaboran, manipulan y comercializan de conformidad con normas precisas.

Con respecto a la producción de animales, normalmente hay requisitos sobre la sanidad de los animales, su alimentación, reproducción, condiciones de vida, transporte y procedimientos para sacrificarlos.

Estas normas se elaboraron para prevenir y evitar fraudes o alteraciones dentro toda la cadena productiva y garantizar la calidad ecológica de los productos para los consumidores.

Entonces para ser un productor ecológico, se debe cumplir las normas o reglamentos de producción ecológica. Se verifica mediante la certificación por una certificadora, la cual después de un proceso de inspección de los sistemas de producción emite el correspondiente certificado, que avala la calidad de los productos como ecológicos, documento formal con el cual se puede comercializar estos productos como ecológicos.

El sistema de certificación se encarga además de verificar que cuando se procesan alimentos convencionales y ecológicos los procesos se realicen separados en

tiempo y espacio, para prevenir la contaminación de los productos ecológicos (Minetti, 2002).

Las certificadoras, deben estar acreditadas por el ente correspondiente que emite las normas sobre los requisitos que debe cumplir el producto certificado. El ente que emite la acreditación de las certificadoras puede ser público o privado.

Una vez que una entidad de este tipo ha verificado el cumplimiento de las normas que rigen el ámbito de los productos ecológicos, se concede una etiqueta, garantía de cumplimiento de los requisitos fundamentales del producto desde la finca hasta el mercado. De esta manera, las etiquetas constituyen una guía que permite a los consumidores reconocer fácilmente los productos ecológicos y diferenciarlos claramente de los que no lo son.

Cuando un producto se comercializa con una etiqueta de “orgánico”, “bio”, “biológico” o “eco” “ecológico”, significa que los productores y procesadores han respetado las normas de un programa nacional o regional de producción orgánica y que han sido certificados como tales.

Cuando se trata de cultivos en transición o reconversión, esto es, fincas que han sido manejadas por técnicas convencionales y que pasarán a manejarse mediante técnicas ecológicas, obtener la certificación orgánica a veces resulta costoso para el productor, ya que mientras pasan los 2-3 años el producto se vende a su precio convencional, pero el productor tiene que cumplir con los principios de la producción orgánica.

Este proceso para el caso de los cultivos tiene una duración mínima de 2 años. Durante el primer año de conversión o "Año 0", el agricultor hará agricultura ecológica pero no podrá vender sus productos como tal. El objetivo de esta medida es preservar la calidad del producto. Pasado este primer año, el producto tendrá el sello de “conversión a la agricultura ecológica”. Transcurrido el periodo de conversión, 2 años en el caso de los cultivos herbáceos y 3 en perennes, el producto ya tendrá el sello ecológico y se podrá vender como tal. En conversión para explotaciones con animales, la duración dependerá de en función de los animales y de los requerimientos de manejo del sistema.

### 1.3.1.1 NORMAS DE CERTIFICACIÓN

En el ámbito internacional, la Comisión Del Codex Alimentarius, de la FAO y la OMS, ha producido directrices internacionales para la producción, elaboración, etiquetado y comercialización de los alimentos producidos con métodos ecológicos, a fin de orientar al productor y proteger al consumidor contra el engaño y el fraude.

El equivalente del sector privado a las directrices del Codex Alimentarius, creadas por IFOAM son las Normas Internacionales Básicas para la Producción.

Las directrices del Codex Alimentarius e IFOAM contienen los principios de gestión aprobados para la producción de plantas, ganado, abejas y sus productos; para la manipulación, el almacenamiento, la elaboración, el envase y el transporte de los

productos, así como una lista de sustancias permitidas en la producción y elaboración de los alimentos orgánicos. Estas directrices se revisan con regularidad, en particular los criterios relativos a las sustancias permitidas y a los procedimientos correspondientes a la inspección y la certificación.

Las directrices del Codex Alimentarius y la IFOAM son normas mínimas para regir la agricultura orgánica, cuyo propósito estriba en orientar a los gobiernos y a los organismos privados de certificación en el establecimiento de normas, pueden considerarse como normas de las normas. Los gobiernos pueden utilizar estos textos para elaborar programas nacionales de agricultura orgánica, que a menudo son mucho más detallados ya que responden a las necesidades específicas del país correspondiente. La mayor parte de las normas nacionales se especifican en reglamentos jurídicamente vinculantes.

En Europa, la producción agroalimentaria ecológica está regulada por una normativa europea, Reglamento (CE) 834/2007 del Consejo, que entro en vigor el 1 de enero de 2009. Fija los objetivos y principios aplicables a ese tipo de producción y especifica las normas relativas a la producción, etiquetado. Y el Reglamento comunitario nº 836/2014 por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento comunitario 834/2007 y el Reglamento comunitario nº 1287/2014 de la Comisión de 28 de noviembre de 2014, por el que se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento comunitario nº 834/2007 del Consejo en lo que se refiere a las importaciones de productos ecológicos procedentes de terceros países.

En algunos países, algunos organismos de certificación pueden producir sus propias normas, más estrictas que la reglamentación en vigor, por lo general en respuesta a las demandas específicas de los consumidores. Aunque estas normas no tienen carácter obligatorio, los organismos privados de certificación pueden ser más exigentes que la legislación vigente.

En España, de acuerdo con la legislación europea, está vigente la Orden ECC/1936/2014, de 16 de octubre de 2014, por la que se dictan normas de control e inspección en la importación de productos ecológicos procedentes de terceros países.

### 1.3.1.2 CONTROL

A nivel Europeo, el cumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento se controla mediante un sistema basado en el Reglamento (CE) nº 834/2007.

Para determinar la naturaleza y frecuencia de los controles se realiza una evaluación del riesgo de infracciones. Estos controles los dirigen autoridades designadas por los Estados miembros. En determinadas condiciones, estas autoridades pueden delegar tareas de control en organismos acreditados, pero siguen siendo responsables de la supervisión de los controles realizados y de la delegación. Los Estados miembros deben comunicar con periodicidad a la Comisión la lista de autoridades y organismos de control.

Las autoridades deben controlar, además, las actividades de cada operador implicado en la comercialización de un producto ecológico antes de su comercialización. Tras este control, el operador recibe un justificante que certifica que cumple el Reglamento. Si se observan irregularidades, la autoridad vela por que el etiquetado de los productos considerados no contenga ninguna referencia al modo de producción ecológico.

Los productos procedentes de terceros países pueden comercializarse también en el mercado comunitario como productos ecológicos si cumplen el Reglamento y si han sido objeto de control. Este control puede realizarlo un organismo reconocido por la Comunidad Europea o un organismo de control acreditado.

En España, el control y la certificación de la producción agraria ecológica es competencia de las Comunidades Autónomas y se lleva a cabo mayoritariamente por autoridades de control públicas, a través de Consejos o Comités de Agricultura Ecológica territoriales que son organismos dependientes de las correspondientes Consejerías o Departamentos de Agricultura, o directamente por Direcciones Generales adscritas a las mismas.

No obstante, las Comunidades Autónomas de Andalucía y Castilla La Mancha, han autorizado organismos privados para la realización de estas funciones y, en el caso de Aragón, las autoridades competentes han designado una autoridad de control pública y han autorizado a su vez organismos de control privados.

### 1.3.2 LOGOS Y ETIQUETAS

Una de las herramientas para distinguir un alimento ecológico del resto de los alimentos es la utilización de un logotipo y/o etiqueta.

#### 1.3.2.1 LOGOS

El logotipo en los alimentos ecológicos transmite el mensaje al consumidor de que los productos que lo llevan han respetado las normas de producción ecológica. La correcta utilización de los logotipos permite difundir e implantar de forma razonable la imagen de los productos ecológicos.

A nivel internacional, los productos ecológicos certificados por IFOAM llevan el logotipo de esta organización. (Ver figura N° 3)

**Figura N° 3. Logo IFOAM**



El logo de agricultura ecológica de la Unión Europea (UE) ofrece a los consumidores plenas garantías de que el origen y la calidad de los productos cumple los requisitos establecidos en el Reglamento de agricultura ecológica de la UE. El nuevo logotipo ecológico es el segundo símbolo de certificación de productos ecológicos en la UE. El primero fue lanzado a finales de la década de 1990 y se aplicó de forma voluntaria. Desde el 1 de julio de 2010, el Reglamento (CE) 271/2010 de la Comisión, de 24 de marzo de 2010, obliga la utilización del nuevo logotipo ecológico de la UE, la “Eurohoja”, en los productos alimenticios producidos mediante agricultura ecológica. (Ver figura N° 4 y 5)

**Figura N° 4. Logo antigua**



**Figura N° 5. Logo nuevo**



En los países europeos, en algunos mercados existe una gran variedad de estos logotipos, lo cual genera dificultades al consumidor para identificarlos y contribuye a su confusión, como ocurre en Italia, por ejemplo. En cambio, en otros países, como Suiza, Dinamarca y España, utilizan un logotipo nacional.

España, tiene un logotipo nacional para identificar los productos ecológicos, como se puede observar en la figura N° 6. Cada Comunidad Autónoma junto al logo hace referencia al Consejo Regulador de la propia comunidad. (Ver figura N° 7, 8 y 9)

**Figura N° 6. Logotipo Nacional**



**Figura N°7. Logotipos de diferentes Comunidades Autónomas.**





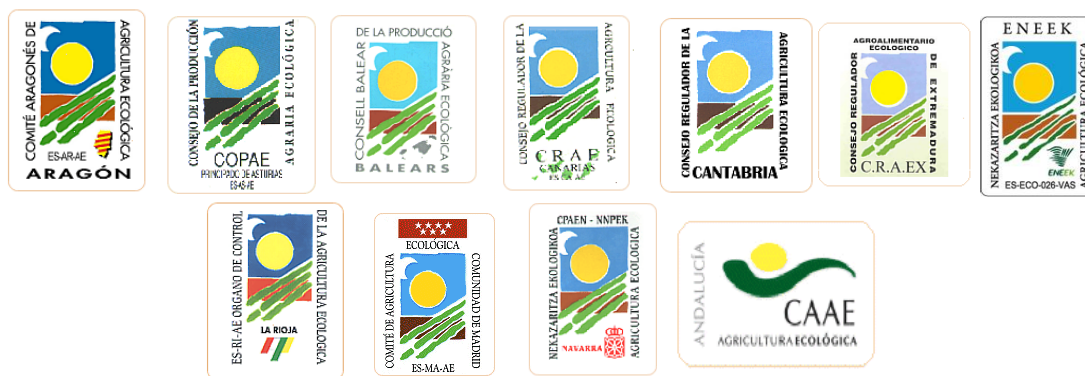
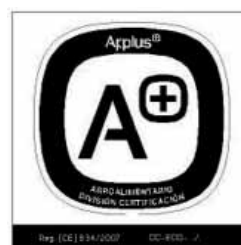


Figura N°8. Organismos de control privados de España  
SOHISCERT, SA      AGROCOLOR



LGAI TECHNOLOGICALCENTER SA      CERES, CERTIFICATION OF ENVIRONMENTAL STANDARDS GMBH



Figura N° 9. Organismos de control europeo.



### 1.3.2.2 ETIQUETA

Las etiquetas constituyen una guía que permite a los consumidores reconocer fácilmente los productos ecológicos y diferenciarlos claramente de los que no lo son.

La etiqueta indica la certificación de que un producto cumple las normas de calidad orgánica.

En la etiqueta identificativa debe aparecer el nombre o código de la entidad de control autorizada, donde se indica en los dos primeros dígitos, el país productor, los dos siguientes son para la comunidad autónoma, y los caracteres agricultura ecológica.

XX-ECO-YY-ZZ

XX: acrónimo que identifica el estado miembro o tercer país.

ECO: término que establezca un vínculo con el método de producción ecológica. Desde el Reglamento (CE) 271/2010, se establece el acrónimo ECO.

YY: número de referencia que deberá decidir la autoridad competente. Normalmente un número ordinal correspondiente al orden en el que el organismo de control ha sido autorizado

ZZ: acrónimo que identifica la comunidad autónoma.

Po ejemplo, los alimentos certificados en Euskadi llevan el código (ES-ECO-026-VAS) y el sello del Consejo de Agricultura y Alimentación Ecológica de Euskadi (ENEK). (Observar figura N° 10)

ES: España

ECO: ECO

026: El número que identifica el organismo de control.

VAS: Comunidad Autónoma Vasca

**Figura N° 10. Código etiqueta.**



Los consumidores que adquieran productos que lleven este logotipo pueden estar seguros de lo siguiente:

-El 95% de los ingredientes del producto, como mínimo, se ha producido de acuerdo con métodos ecológicos.

-El producto se atiene a las disposiciones del sistema de control oficial.

-El producto procede directamente del productor o transformador y se presenta en un envase sellado.

-El producto lleva el nombre del productor, el elaborador o el vendedor, o el nombre y el código del organismo de inspección.

Los productos en conversión a la agricultura ecológica, podrán llevar la indicación “Producto en conversión a la agricultura ecológica”, cuando lleven un



periodo mínimo de 12 meses adaptando métodos de producción ecológica bajo el control de una certificadora autorizada. En cuanto a animales o productos de origen animal en conversión no podrán comercializarse con dicha indicación. En cuanto a alimentos ecológicos transformados, no podrá haber simultáneamente un ingrediente ecológico y el mismo ingrediente obtenido de forma no ecológica o procedente de una parcela en fase de conversión. (Ver figura N° 11)

**Figura N° 11. Logotipo de “Producto en conversión a la agricultura ecológica”**



Hay otros alimentos que tiene otro tipo de numeración, como son los huevos. Las normas obligan a marcar los huevos con un código que exprese el número distintivo del productor y que permita identificar la forma de cría.

O XX AB CDE FGHIJKL M

O: forma de cría; 0: producción ecológica; 1: campera; 2: en suelo; 3: en jaula.  
XX: código del estado miembro.  
AB: código de la provincia  
CDE: código del municipio donde radique el establecimiento.  
FGHIJKL: código que identifica dentro del municipio.  
M: (opcional) número de manada mantenida

Por otro lado, también es importante para los operarios y responsables de puesta en venta de productos ecológicos, que puedan justificar que el producto es ecológico, sobre todo si se vende a granel. Por ello el proveedor ecológico debe aportarle un certificado de conformidad, este es un documento que emite el organismo de control a favor del operador que ha superado satisfactoriamente los controles.

En el documento deben figurar estos datos:

- Número de certificado
- Nombre y dirección del operador
- Nombre, dirección y código del organismo o autoridad control
- Actividad principal
- Tipo de productos que vende el operador
- Calificación de los productos, si todo es certificado ecológico o no.

- Periodo de validez
- Fecha de control
- Fecha y lugar de emisión
- Firma de organismo de control

## CAPÍTULO 2

# ESTUDIO DEL MERCADO DE LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS

## 2.1 PRODUCCION, COMERCIALIZACION Y CONSUMO MUNDIAL

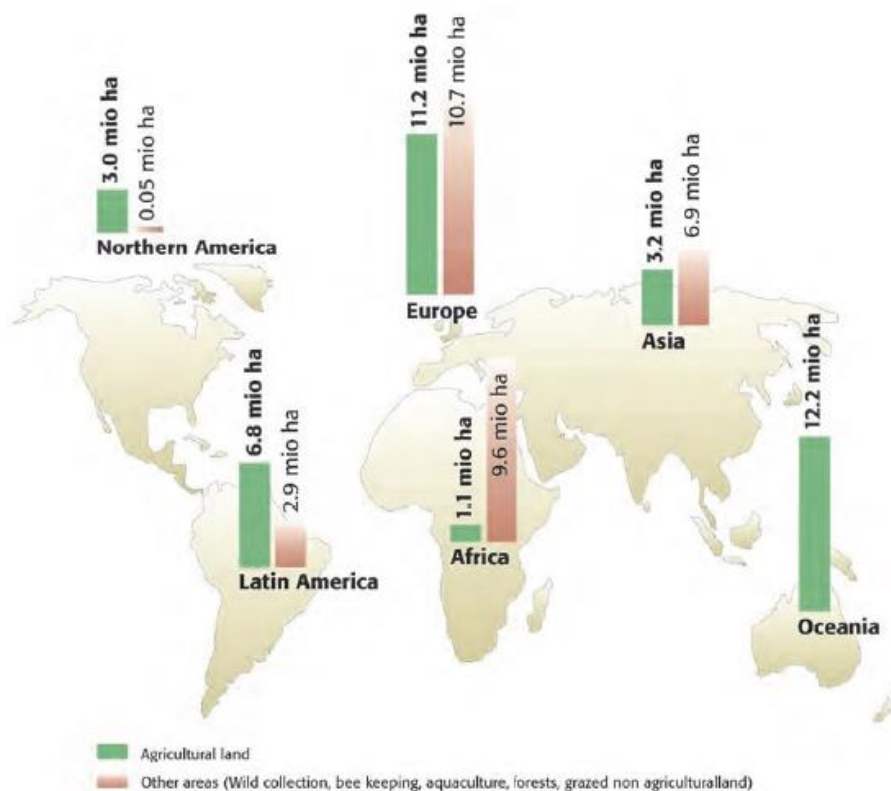
### 2.1.1 PRODUCCION

A fecha de 2012, la agricultura ecológica se practica en 164 países del mundo y poco a poco va creciendo. Se cultivan 37,5 millones de hectáreas en el mundo (también se incluyen los cultivos en reconversión a la agricultura ecológica), 27,5 millones de hectáreas más que en 1999. Se trata del 0,87% de las tierras de cultivo total mundial. Se cuentan 1,9 millones de productores y se ha recogido el dato de que se han generado unos 50 billones de euros en este mercado en el 2012.

### ÁREA

El continente con mayor superficie de agricultura ecológica es Oceanía, con 12,2 millones de hectáreas cultivadas, 32,4% de la superficie dedicada a la producción ecológica mundial, resultado seguramente de una política estatal hacia la protección del medio ambiente. Seguido por Europa con 11,2 millones de hectáreas, 30% del área dedicada a la agricultura ecológica. Siendo África el continente con menos hectáreas dedicadas al sistema de producción ecológica, 1,1 millones de hectáreas, que corresponden al 3,05%. Como se puede observar en las figuras Nº 12 y 13 y tabla Nº 3.

**Figura Nº 12. Mapa del mundo que hace referencia a la superficie dedicada a la agricultura ecológica en cada continente.**



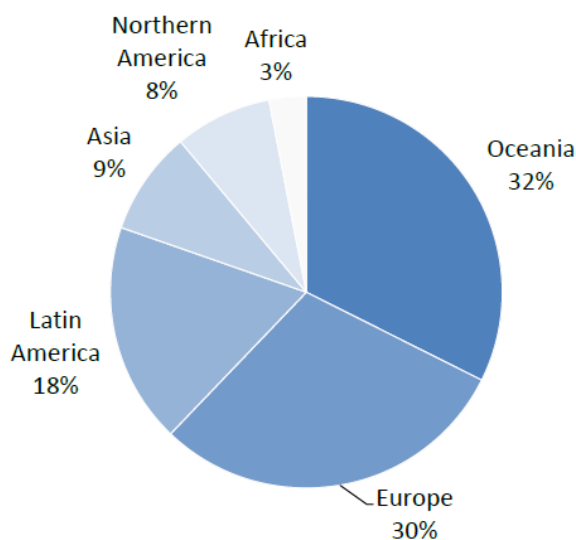
Fuente: FiBL-IFOAM (2014)

**Tabla N°3. Hectáreas dedicadas a ecológico y su porcentaje a nivel de continentes. 2012**

Region	Organic agricultural land (hectares)	Regions' share of the global organic agricultural land
Africa	1'145'827	3.05%
Asia	3'217'867	8.57%
Europe	11'171'413	29.75%
Latin America	6'836'498	18.21%
Northern America	3'012'354	8.02%
Oceania	12'164'316	32.40%
<b>Total*</b>	<b>37'544'909</b>	<b>100.00%</b>

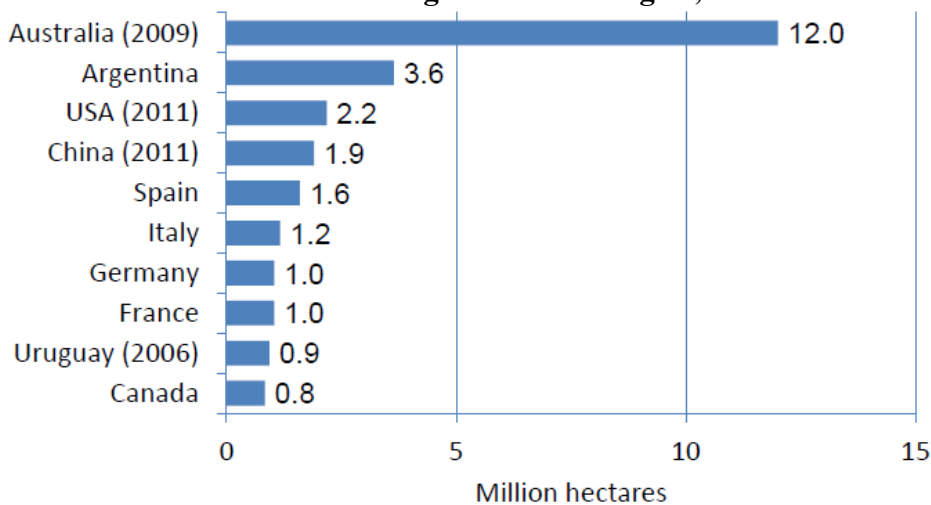
Fuente: FiBL-IFOAM (2014)

**Figura N° 13. Distribución (%) áreas certificadas de agricultura ecológica, 2012**



Fuente: FiBL-IFOAM (2014)

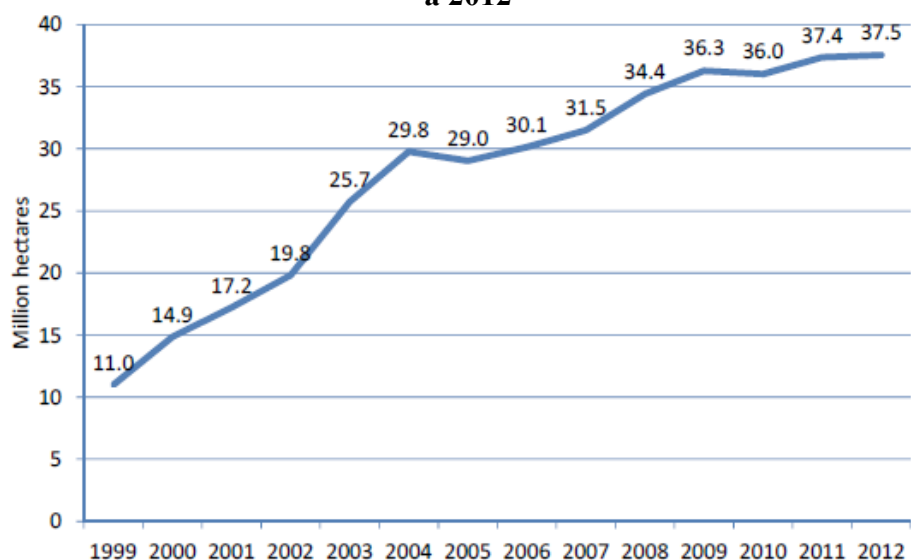
**Figura N° 14. Los 10 países del mundo con el mayor número de hectáreas certificadas en agricultura ecológica, 2012**



Fuente: FiBL-IFOAM (2014)

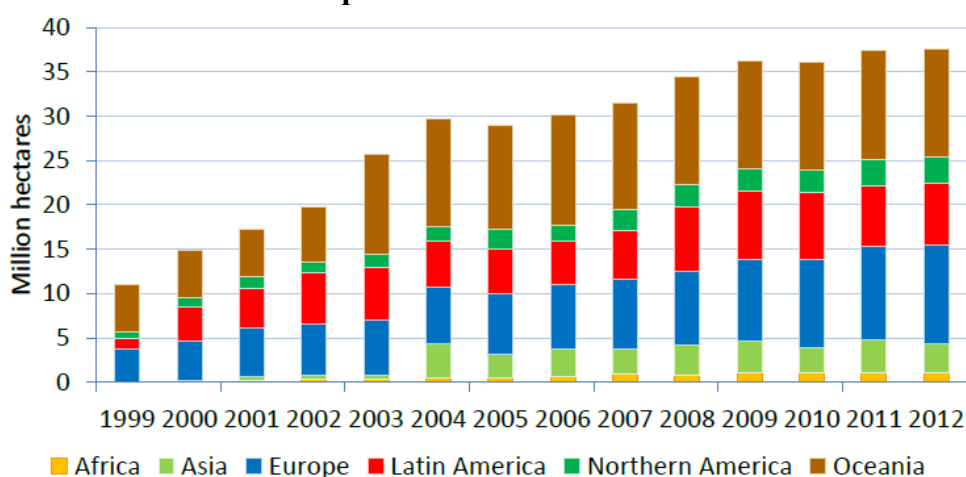
En cuanto a países, como podemos observar en la figura N° 14, Australia se sitúa en cabeza con una extensión de 12 millones de hectáreas, seguida por Argentina con 3.6 millones de hectáreas; Estados Unidos con 2,2 millones de hectáreas; China con 1.9 millones y por detrás España con 1,6 millones de hectáreas, siendo el quinto país con mayor área en cultivo ecológico.

**Figura N° 15. Desarrollo de la agricultura ecológica por área en el periodo de 1999 a 2012**



Fuente: FiBL-IFOAM-SOEL (2014)

**Figura N° 16. Desarrollo de la agricultura ecológica por área y continentes en el periodo de 1999 a 2012**



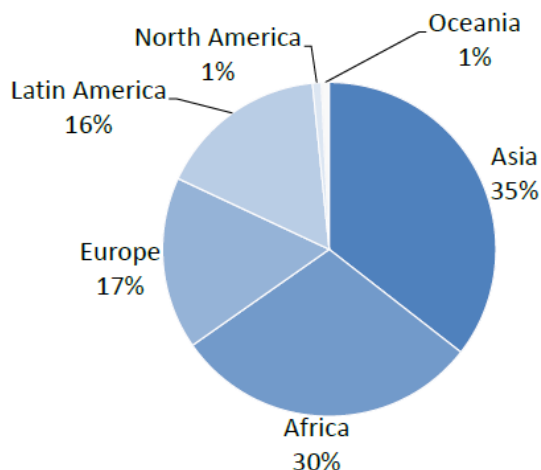
Fuente: FiBL-IFOAM-SOEL (2014)

En la figura N° 15 y 16, podemos apreciar que el área dedicada a agricultura ecológica ha ido creciendo anualmente, tuvo un pequeño bajón del 2004 al 2005, y de aquí en adelante el crecimiento ha sido más lento, pero siempre creciente. En todos los continentes ha ido creciendo el área de cultivo trabajado mediante este sistema de

producción. En la actualidad el crecimiento no es tan espectacular, pero continúa en ascenso.

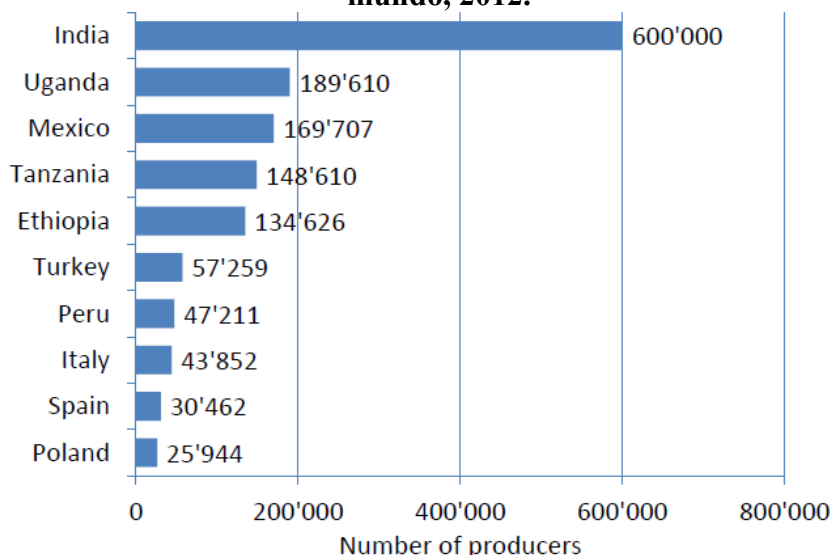
## PRODUCTORES

**Figura N° 17. Distribución en porcentaje de productores en los diferentes continentes, 2012.**



**Fuente: FiBL-IFOAM (2014)**

**Figura N° 18. Los diez países con mayor número de productores ecológicos en el mundo, 2012.**



**Fuente: FiBL-IFOAM (2014)**

Como podemos ver en las figuras N° 17, Asia es el continente con mayor número de productores ecológicos, siendo el 35% de entre los productores mundiales. Le sigue África con el 30% de productores; Europa con un 17% y a la cola tenemos a

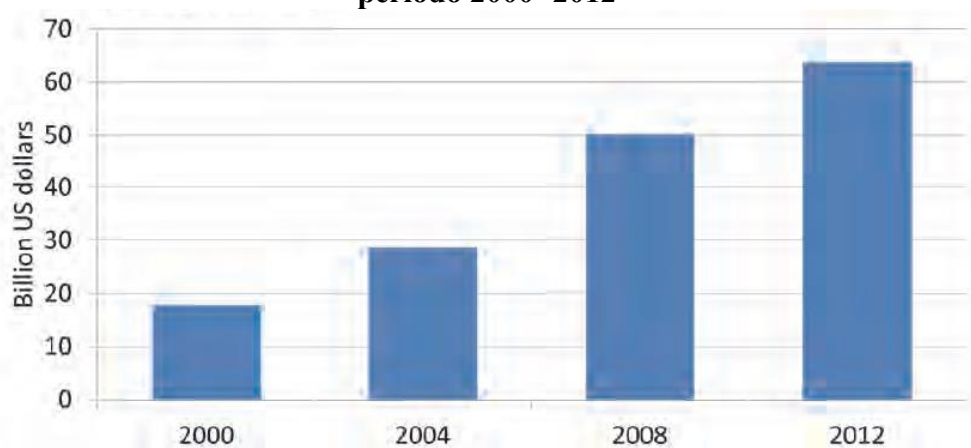
Oceanía con 1%, siendo este el continente con mayor superficie dedicada a este sistema de producción.

En cuanto a países, India es el país que más productores tiene, 600.000 productores. Le siguen países como Uganda, México, Tanzania o Etiopía, todos ellos con más de 100.000 productores. España estará en octava posición con 30.462 productores. (Ver figura N° 18).

## 2.1.2 COMERCIALIZACIÓN

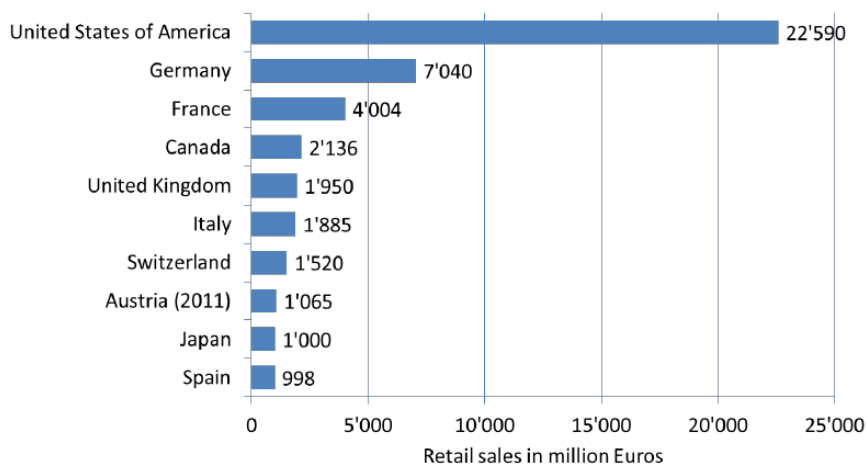
La demanda de alimentos naturales va en constante aumento en todo el mundo: según datos de la empresa de investigación de mercados Organic Monitor, en el año 2012, a nivel global se han gastado 64 billones de dólares en productos ecológicos, como podemos observar en la figura N° 19.

**Figura N° 19. Crecimiento del mercado global de productos ecológicos en el periodo 2000- 2012**



Fuente: Organic Monitor (2014)

**Figura N° 20. Los diez países de mayor comercialización de productos ecológicos, 2012**



Fuente: FiBL-IFOAM-OrganicDataNetworksurvey (2014)



### 2.1.3 CONSUMO

Los principales mercados demandantes de productos orgánicos se encuentran en Europa y Estados Unidos, países industrializados cuya población se caracteriza por su alto nivel de ingresos.

Alemania es uno de los países compradores de productos biológicos más importantes. Las ventas en productos ecológicos ascienden a 7 millones de euros. El único país donde las ventas son aún mayores son los Estados Unidos. (Ver figura N° 20).

**Tabla N°4. Gasto per cápita de productos ecológicos, 2011.**

PRINCIPALES MERCADOS CONSUMIDORES	CONSUMO PER CÁPITA (Euros/Hab/Año)	% DEL GASTO ECOLÓGICO SOBRE TOTAL GASTO ALIMENTARIO
1. Suiza	153	5,7%
2. Dinamarca	142	7,2%
3. Austria	118	6,0%
4. Suecia	86	4,1%
5. Alemania	74	3,5%
6. EEUU	65	2,5%
7. Canadá	57	3,5%
8. Francia	52	2,0%
9. Países Bajos	40	2,7%
10. Bélgica	39	2,0%
11. Nueva Zelanda	35	2,5%
12. Reino Unido	34	2,6%
13. Italia	33	3,0%
14. Noruega	28	2,0%
15. Irlanda	23	2,0%
16. España	20	1,0%

*Fuente: IFOAM, BIOFRANCE, USDA, SIPPO y otras. Cifras referidas a 2010, excepto España (2011)*

En cuanto a renta per cápita Suiza y Dinamarca son los países que más gastan por habitante y año, siendo 153 euros y 142 euros respectivamente. (Ver tabla N°4).

## **2.2 PRODUCCION, COMERCIALIZACION Y CONSUMO DE EUROPA**

Se ha producido un incremento en la producción y consumo de productos ecológicos en Europa. Aunque en comparación con la producción convencional todavía

sea pequeña, los consumidores europeos se interesan por este tipo de consumo de mayor calidad.

## 2.2.1 PRODUCCION

### ÁREA

Desde 1990, la agricultura ecológica se ha desarrollado muy rápido en casi todos los países europeos, 12,2 millones de hectáreas han sido cultivadas el 2012, siendo el 2,3% del área total de uso agrícola, producida por 270.000 productores europeos. (Ver figura N° 21)

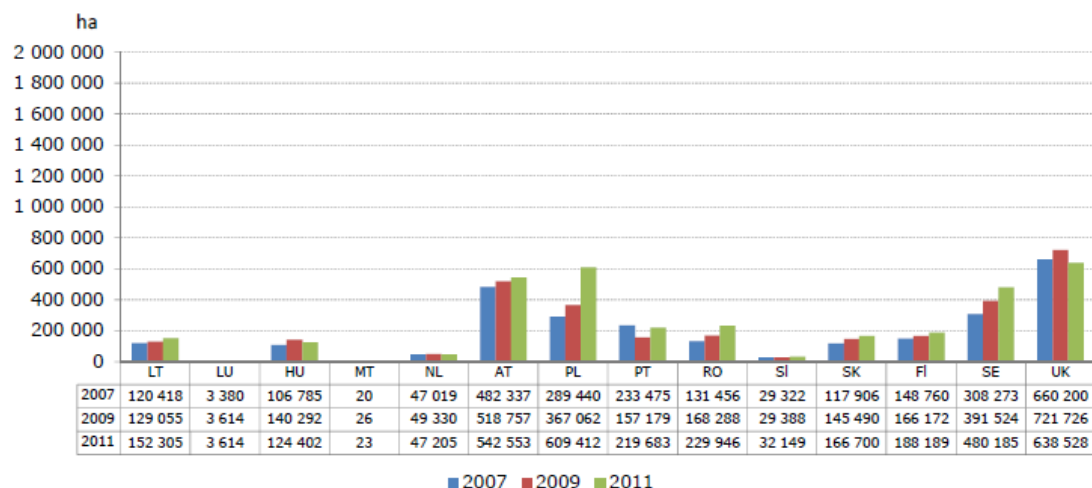
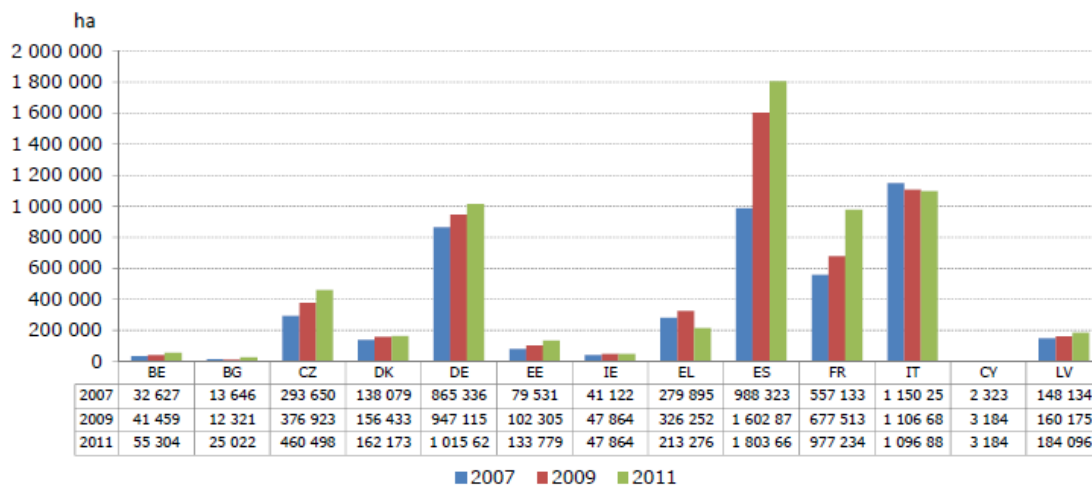
Como podemos observar en la figura N° 22, España y Polonia son los países que del 2009 al 2011 mayor desarrollo han dado en superficie.

**Figura N° 21 Superficie en hectáreas destinada a la agricultura ecológica en Europa, 2012**



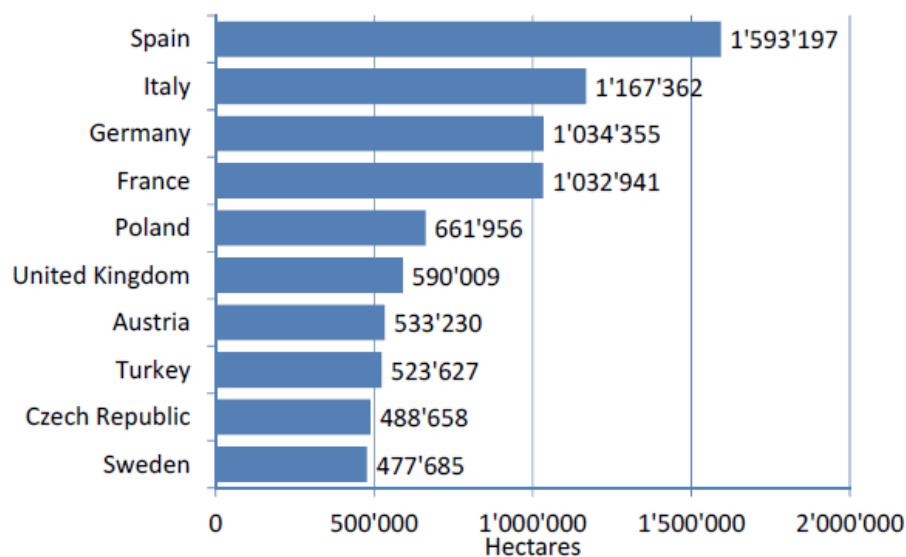
Fuente: FiBL-AMI survey (2014)

**Figura N° 22. Desarrollo de la superficie de los 27 países que conforman Europa, 2007-2011**



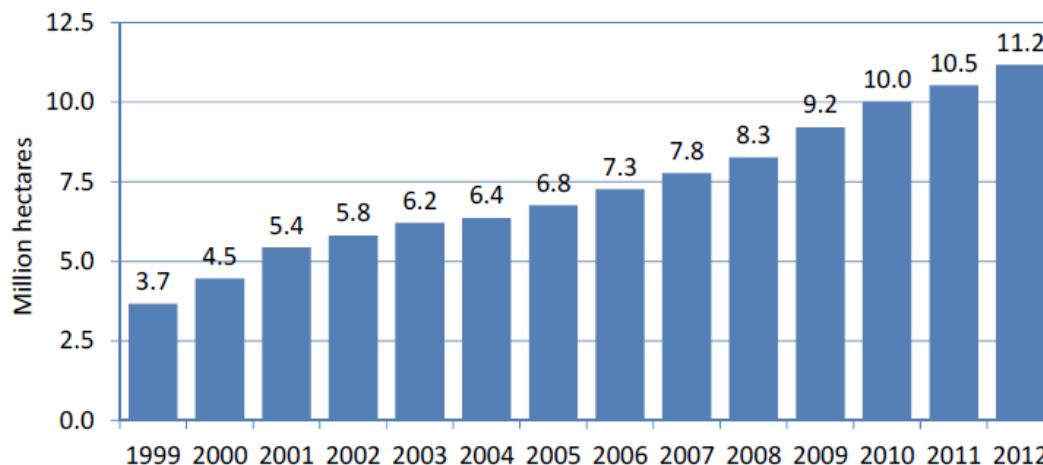
Fuente: Eurostat (2013)

**Figura N° 23. Los diez países con mayor área de producción ecológica en Europa, 2012**



Fuente: OrganicDataNetworksurvey-FiBL-AMI (2014)

**Figura N° 24. Desarrollo de la superficie destinada a agricultura ecológica en Europa, en el periodo 1999-2012**



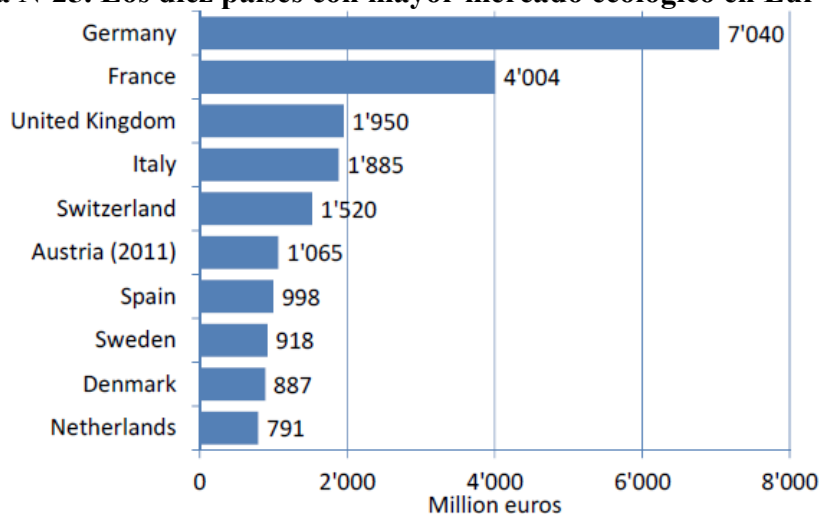
**Fuente: Lampkin, Nic, y FiBL-AMI-OrganicDataNetworksurvey**

España es el país con mayor superficie cultivada ecológicamente, con casi 1,6 millones de hectáreas, le sigue Italia con casi 1,2 millones de hectáreas y Alemania y Francia con un millón de hectáreas. Desde 1999 el 2012, anualmente ha ido incrementado la superficie cultivada ecológicamente en toda Europa, como se puede observar en la figura N° 23.

## 2.2.2 COMERCIALIZACIÓN

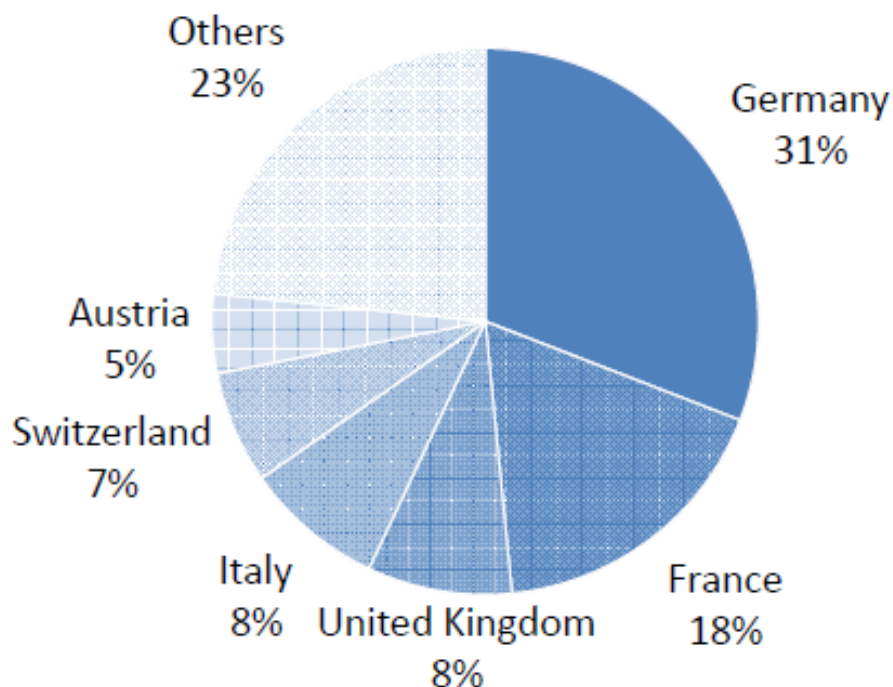
En el 2012, el mercado de ecológicos sigue creciendo en Europa, aunque algunos países se encuentren envueltos en una crisis económica. Los países con mayor mercado son Alemania, Francia y Reino Unido (Ver figura N° 25 y 26). Se recaudan 22,8 billones de euros en este mercado. Las mayores ventas se dan en Alemania, Francia y Reino Unido.

**Figura N°25. Los diez países con mayor mercado ecológico en Europa, 2012**



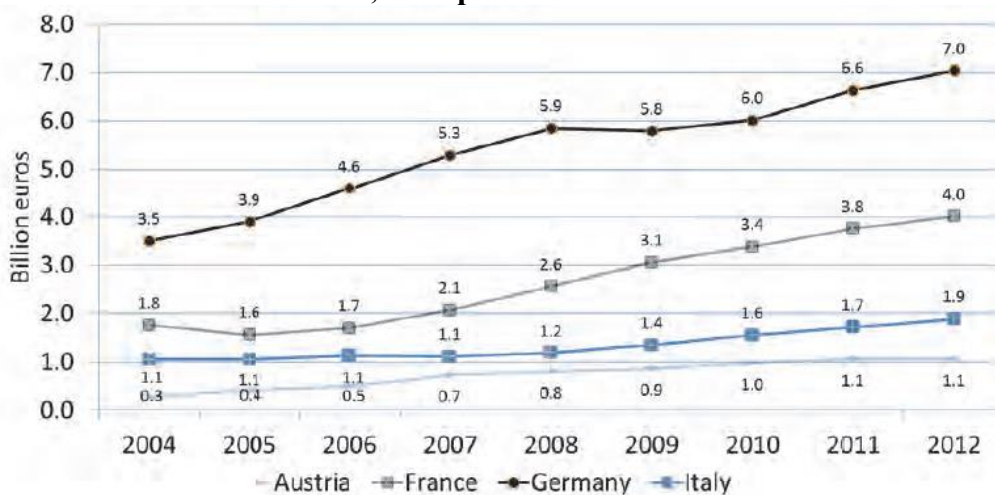
**Fuente: OrganicDataNetworksurvey-FiBL-AMI (2014)**

Figura N°26. Distribución de ventas de alimentos ecológicos en países europeos, 2012



Fuente: OrganicDataNetworksurvey, 2013

Figura N° 27. Desarrollo del mercado ecológico en Austria, Francia, Alemania y Italia, en el periodo 2004-2012



Fuente: FiBL-AMI 2006-2014, OrganicDataNetworksurvey, 2013

### 2.2.3 CONSUMO

El mercado de los alimentos ecológicos aumenta en Europa, dependiendo de los países. El crecimiento se debe a la preocupación por la seguridad alimentaria, salud y sensibilización hacia el medio ambiente.

Como hemos visto anteriormente, Suiza y Dinamarca son los países con mayor renta per cápita dedicada a productos ecológicos.

## **2.3 PRODUCCION, COMERCIALIZACION Y CONSUMO EN ESPAÑA**

### **2.3.1 PRODUCCION**

#### **ÁREA**

España con 1,6 millones de hectáreas, es el quinto país con mayor área en cultivo ecológico a nivel mundial y el país con mayor superficie cultivada en Europa.

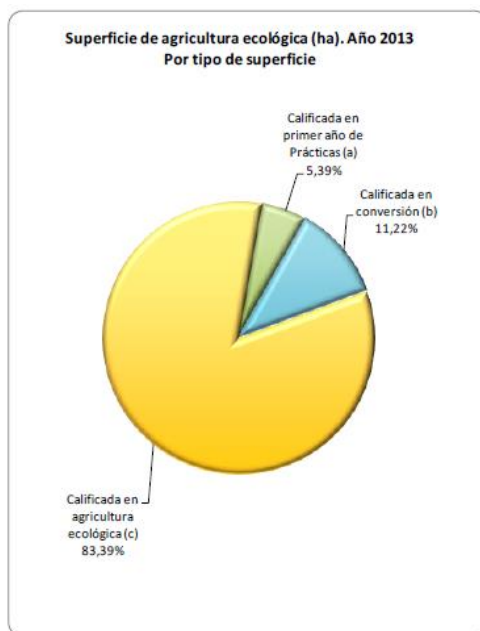
Del total de 1,6 millones de hectáreas cultivadas ecológicamente, cuenta con 86.000 hectáreas en primer año de prácticas, esto es el 5,39% y 180.000 hectáreas en conversión, el 11,22%. (Ver tabla N° 5 y figura n° 28)

**Tabla N°5. Superficie de agricultura ecológica en España, 2013**

<b>SUPERFICIE DE AGRICULTURA ECOLÓGICA (ha). Año 2013</b>				
<b>Comunidad Autónoma</b>	<b>Calificada en primer año de Prácticas (a)</b>	<b>Calificada en conversión (b)</b>	<b>Calificada en agricultura ecológica (c)</b>	<b>SUPERFICIE TOTAL (a+b+c)</b>
ANDALUCÍA	32.240,4834	78.884,9603	695.601,1066	806.726,5503
ARAGÓN	3.277,2800	3.385,0000	52.396,4500	59.058,7300
ASTURIAS	823,4157	893,4317	20.824,3897	22.541,2371
BALEARES	1.434,0440	804,4800	23.114,4132	25.352,9372
CANARIAS	268,3809	601,5825	5.400,3836	6.270,3470
CANTABRIA		168,0000	5.165,9017	5.333,9017
CASTILLA-LA MANCHA	4.819,1300	59.305,1200	226.299,4400	290.423,6900
CASTILLA Y LEÓN	1.576,0082	7.282,0786	24.295,3321	33.153,4189
CATALUÑA	21.528,4949	8.481,1699	61.850,3391	91.860,0039
EXTREMADURA	13.538,8130	11.015,2210	49.277,7440	73.831,7780
GALICIA	654,5436	455,6249	13.546,8748	14.657,0433
MADRID	2.252,0635	1.126,2841	6.004,7769	9.383,1245
MURCIA	2.254,0000	1.072,0200	57.518,4700	60.844,4900
NAVARRA	774,6710	1.694,6220	48.789,8460	51.259,1390
LA RIOJA	202,8915	422,1237	3.846,4142	4.471,4294
PAÍS VASCO	258,5083	514,3804	1.853,8072	2.626,6959
COMUNIDAD VALENCIANA	913,0254	4.471,4006	46.949,7240	52.334,1500
<b>TOTAL NACIONAL (ha)</b>	<b>86.815,7534</b>	<b>180.577,4997</b>	<b>1.342.735,4131</b>	<b>1.610.128,6662</b>

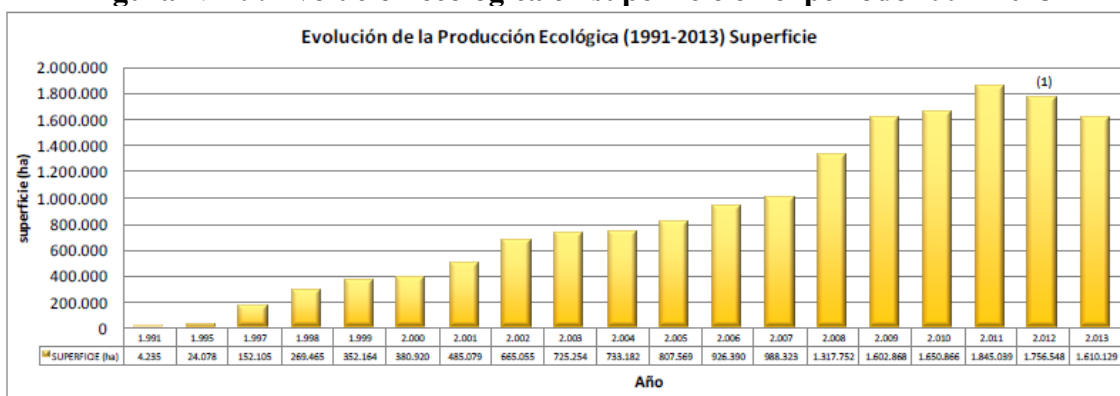
**Fuente: MARM, 2013**

**Figura N° 28. Superficie de agricultura ecológica por tipo de superficie en España, 2013**



Fuente: MARM, 2013

**Figura N° 29. Evolución ecológica en superficie en el periodo 1991-2013**



Fuente: MARM, 2013

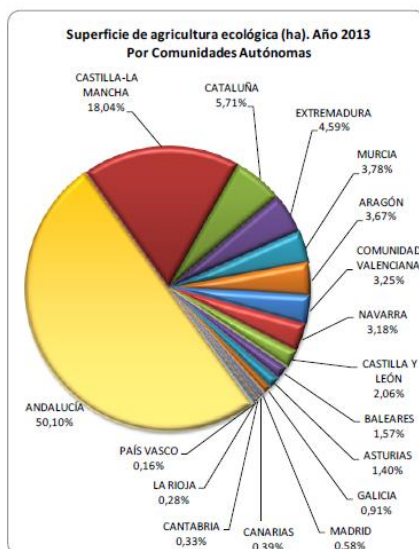
Tal y como se aprecia en la figura N° 29, la superficie de producción agrícola ecológica ha evolucionado positivamente desde 1991 hasta el 2011, cultivándose este año 1,8 millones de hectáreas. En el año 2012 y respectivamente 2013 ha ido disminuyendo un poquito el área dedicada a este sistema de producción.

Podemos decir que en España se han estabilizado, en general, las estructuras soporte de la producción ecológica, como son la superficie y los operadores. La reducción de la superficie de agricultura ecológica en 2012 y 2013, que se puede apreciar en el cuadro de evolución para el periodo 1991-2013, se debe a dos causas dispares: por un lado a una reducción real de superficie de algunos cultivos ecológicos en varias comunidades autónomas y en varios grupos de cultivo, como los cereales, y



por otro, a un cambio en la ubicación estadística de determinadas superficies, siguiendo instrucciones de Eurostat , y que a partir de 2012 no computan ya en la suma total.

**Figura N°30. Superficie de agricultura ecológica en España por comunidades autónomas, 2013**



**Fuente: MARM, 2013**

En la figura N° 30, podemos observar que Andalucía es la comunidad con el 50% de la agricultura ecológica del país, le sigue Castilla de la Mancha con un 18,04% y Cataluña con una 5,71%, estando el resto de comunidades por debajo del 5% del área cultivada ecológicamente.

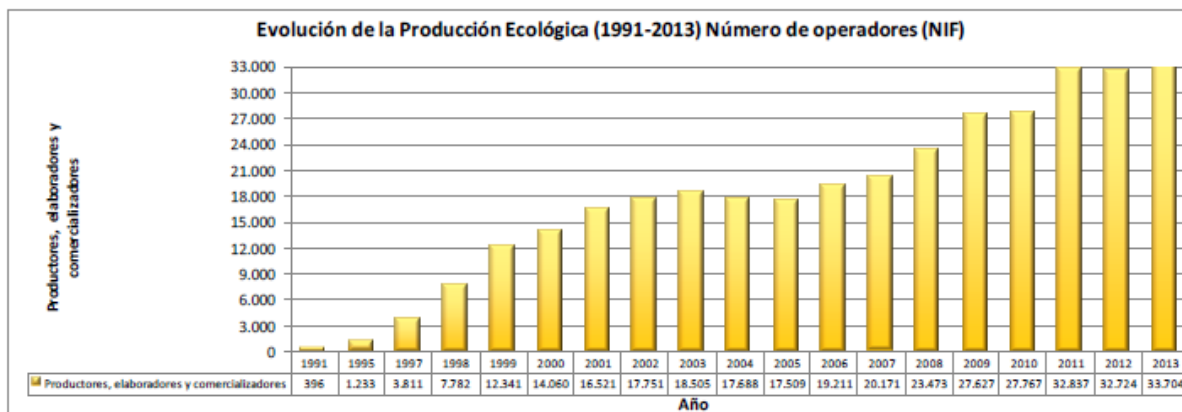
## OPERADORES

El número de operadores ha evolucionado positivamente, teniendo un pequeño descenso en entre los años 2004-2005 y 2012, habiendo un total de 33.704 operadores en el 2013. (Observar figura N° 31)

España está en octava posición mundial en cuanto a mayor número de operadores.



**Figura N°31. Evolución ecológica en número de operadores en el periodo 1991-2013**



Fuente: MARM, 2013

**Tabla N° 6. Número de operadores por actividad económica, 2013**

Nº DE OPERADORES POR ACTIVIDAD DE AGRICULTURA ECOLÓGICA. AÑO 2013													
COMUNIDAD AUTÓNOMA	PRODUCTORES AGRARIOS				D	E	F	G	COMERCIALIZADORES				TOTAL
	A	B	C	TOTAL					H1	H2	H3	Total	
ANDALUCÍA	7.424	1.174	884	9.482	4	456	16	17	106			106	10.081
ARAGÓN	649	5	29	683		100	1	5	12	2		14	803
ASTURIAS	152	229	31	412	3	60			2	127	7	136	611
BALEARES	279	1	234	514		63			5	35		40	617
CANARIAS	822		61	883	1	57				54	7	61	1.002
CANTABRIA	66	109	13	188		45	1						234
CASTILLA-LA MANCHA	6.664	12	109	6.785		243			17			17	7.045
CASTILLA Y LEÓN	499	11	41	551		91			5		1	6	648
CATALUÑA	1.482	9	497	1.988		780	44	16	239	7		246	3.074
EXTREMADURA	2.963	39	86	3.088		80			39			39	3.207
GALICIA	259	168	26	453	42	84	2		14			14	595
MADRID	260	16		276		78	14		11			11	379
MURCIA	2.323	2	2	2.327		203	2		18			18	2.550
NAVARRA	413	48	46	507	1	74	6				12	12	600
LA RIOJA	237	8	2	247	1	65							313
PAÍS VASCO	230	34	37	301		71	2		3	15		18	392
C. VALENCIANA	1.762	28	27	1.817		292	24	11	70		5	75	2.219
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>26.484</b>	<b>1.893</b>	<b>2.125</b>	<b>30.502</b>	<b>52</b>	<b>2.842</b>	<b>112</b>	<b>49</b>	<b>541</b>	<b>240</b>	<b>32</b>	<b>813</b>	<b>34.370</b>

NOTA: El número de operadores se ha contabilizado una vez por cada una de las actividades económicas.

A: Productores Agrícolas B: Productores Ganaderos C: Productores Agrícolas y Ganaderos D: Entidades de Producción Acuícola  
E: Elaboradores/Transformadores F: Importadores G: Exportadores H1: Mayoristas H2: Minoristas H3: Otros Operadores

Fuente: MARM, 2013

El número de operadores ecológicos en 2013 son 34.370, de los cuales 2.842 son elaboradores/transformadores, 112 importadores, 49 exportadores y 813 comercializadores. (Ver tabla N° 6)

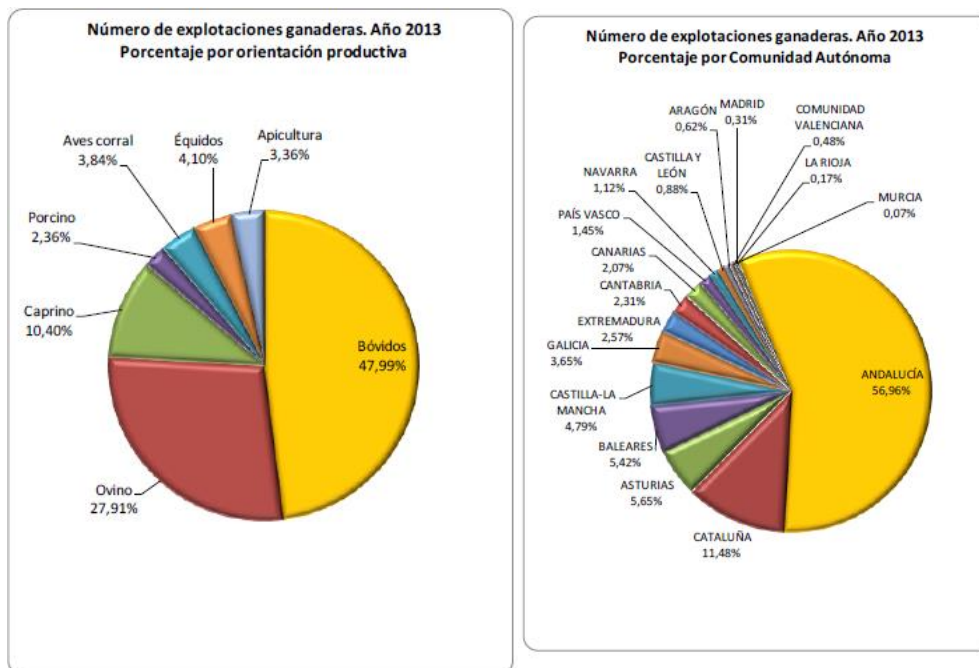
PRODUCCION VEGETAL Y ANIMAL

Tabla N° 7. Número de explotaciones ganaderas ecológicas, 2013

Comunidad Autónoma	BÓVIDOS		PORCINO	OVINO		CAPRINO		AVES DE CORRAL				ÉQUIDOS	APICULTURA	OTRA GANADERÍA	TOTAL
	Carne	Leche		Carne	Leche	Carne	Leche	Pollos	Otras	Gallinas puesta	Aves cría				
			Carne									Huevos			
ANDALUCÍA	1.694		54	1.013	2	276	87	4	3	25		93	58		3.309
ARAGÓN	7		4	17		4		1		2			1		36
ASTURIAS	219	14	1	34		24				1		16	19		328
BALEARES	58	5	42	146	3	22	3	1	2	27			6		315
CANARIAS	2	2	4	9	19	6	11	4		29			33	1	120
CANTABRIA	57	7	1	11		3				8		33	14		134
CASTILLA-LA MANCHA	42	1	3	142	11	53	9	3		5	1	3	5		278
CASTILLA Y LEÓN	21	1	1	2	4		4	3		6			9		51
CATALUÑA	372	6	9	92	2	73	5	20		23		56	8	1	667
EXTREMADURA	83		5	50		3			1	2		2	3		149
GALICIA	91	35	8	20		9	1	18		8			22		212
MADRID	10	2				1						1	4		18
MURCIA				1			2						1		4
NAVARRA	13	2		12	4	4				3		25	2		65
LA RIOJA	1		1							1			7		10
PAÍS VASCO	20	5	4	16	7	2	1	2		16		8	2	1	84
COMUNIDAD VALENCIANA	17			4			1			4		1	1		28
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>2.707</b>	<b>80</b>	<b>137</b>	<b>1.569</b>	<b>52</b>	<b>479</b>	<b>125</b>	<b>56</b>	<b>6</b>	<b>160</b>	<b>1</b>	<b>238</b>	<b>195</b>	<b>3</b>	<b>5.808</b>

Fuente: MARM, 2013

Figura N° 32. Porcentaje por orientación productiva, 2013    Figura N° 33. Porcentaje por Comunidad Autónoma, 2013

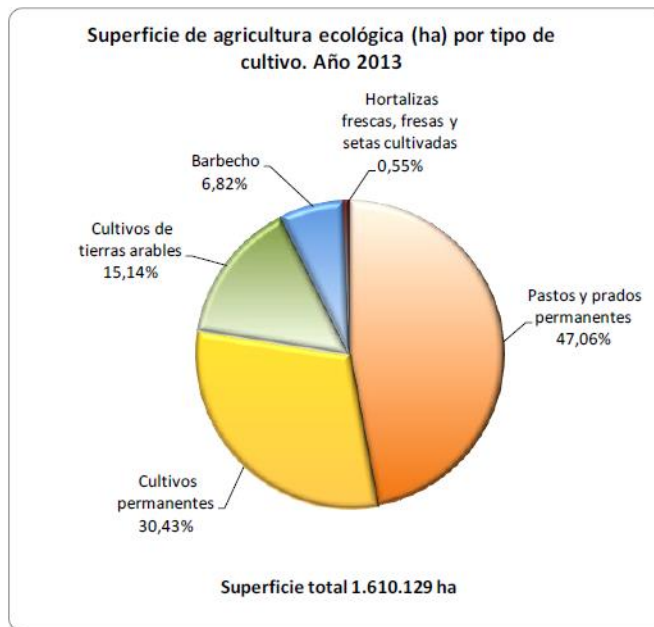


Fuente: MARM, 2013

Podemos observar en la tabla N° 7, que tenemos 5.808 explotaciones ganaderas en España en el 2013. El 48% pertenece a ganaderías bóvidas, el 28% a ovinas, el 10,4% a caprinas y el resto de orientaciones no llegan al 5% respectivamente.

En cuanto a Comunidades Autónomas, el 56% pertenece a Andalucía, seguido por Cataluña con un 11,5%, Asturias con un 5,65% y Baleares con un 5,42%. El resto de comunidades no alcanza el 5% respectivamente. (Ver figuras N° 32 y 33)

**Figura N°34. Porcentaje de superficie por tipo de cultivo, 2013**



**Fuente: MARM, 2013**

En cuanto a la producción vegetal, la superficie de 1,6 millones de hectáreas se reparte de esta manera porcentualmente. El 47% pertenece a pastos y prados permanentes; el 30,4% a cultivos permanentes entre los cuales encontramos olivares, frutos secos, viñedos, cítricos, frutales, plataneras, subtropicales o bayas cultivadas; el 15% son cultivos de tierras arables, entre ellas cereales, plantas cosechadas en verde para alimentación animal, legumbres secas y proteaginosas para producción de grano, cultivos industriales o tubérculos y raíces; el 6,8% pertenece a barbecho y el 0,5% a hortalizas frescas, fresas y setas cultivadas. (Ver figura N° 34)

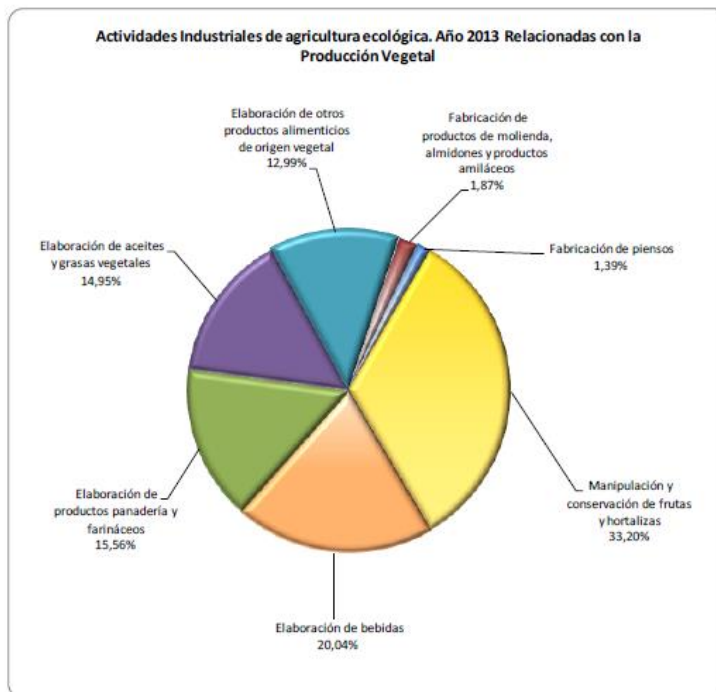
Por otra parte, es importante y creciente la diferencia entre la producción ecológica de origen vegetal y la de origen animal.

A pesar de que en 2012 hubo un ligero aumento, en torno al 0,5% del número de explotaciones ganaderas ecológicas, en lo que a la valoración de su producción se refiere se ha intensificado una tendencia que ya se venía apreciando desde hace varios años y que supone el alejamiento entre producción ecológica de origen vegetal y producción ecológica de origen animal, no solo por el mayor crecimiento de la primera, sino en esta última caracterización por retroceso de la segunda. Es este un elemento que llama la atención, en un país especialmente dotado de espacios idóneos para este tipo de producciones animales según el modelo ecológico, como son por ejemplo las dehesas.

Cabe destacar los crecimientos importantes en aceite, vino, cítricos, legumbres, frutos secos, frutas y cultivos subtropicales.

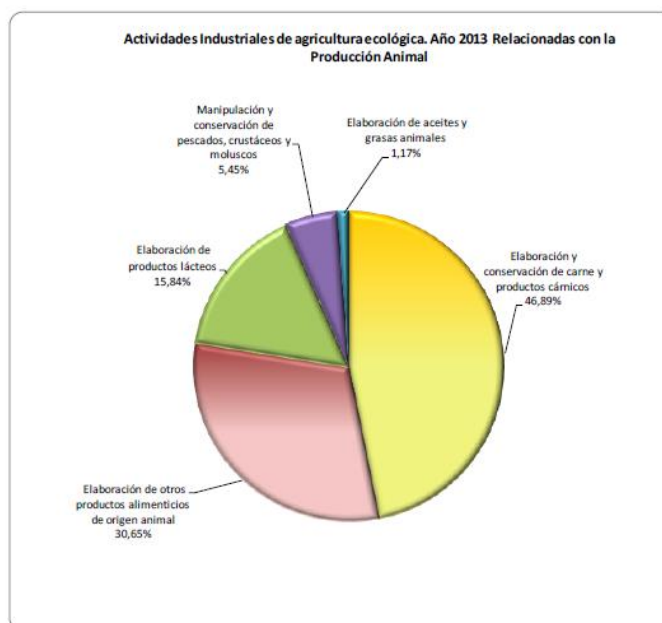
## ACTIVIDADES INDUSTRIALES

**Figura N° 35. Porcentaje de actividades industriales relacionadas con producción vegetal, 2013**



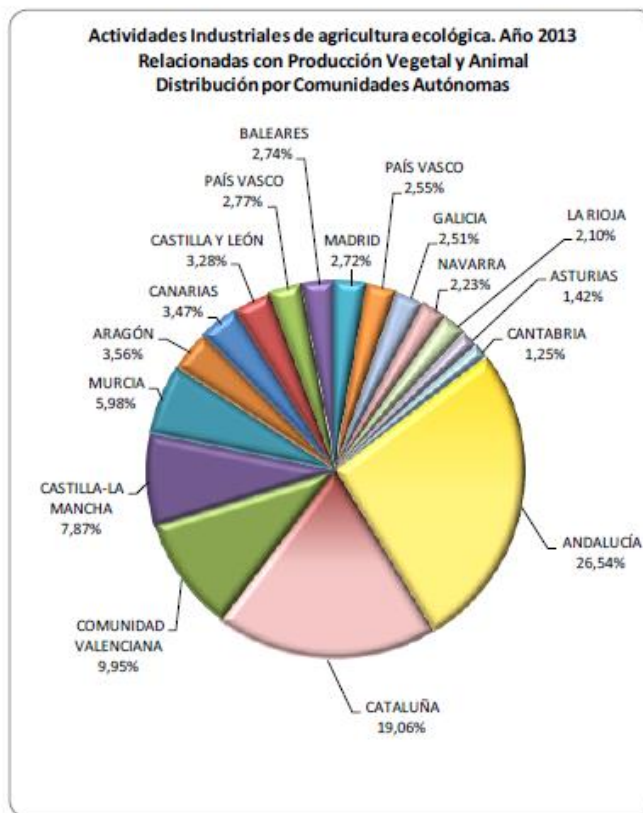
Fuente: MARM, 2013

**Figura N° 36. Porcentaje de actividades industriales relacionadas con producción animal, 2013**



Fuente: MARM, 2013

**Figura N° 37. Porcentaje de actividades industriales por Comunidades Autónomas, 2013**



**Fuente: MARM, 2013**

De las 4.664 industrias agrarias, 3.894 pertenecen a industria vegetal y 770 a animal. En la industria vegetal el 33,2% pertenece a la manipulación y conservación de frutas y hortalizas, seguida de un 20% de elaboración de bebidas; un 15,5% de elaboración de productos de panadería y farináceas y con un 15% la elaboración de aceites y grasas vegetales. En cuanto a la industria animal se puede destacar con un 46% elaboración y conservación de carne y productos cárnicos y un 16% de elaboración de productos lácteos.

Del citado número de industrias agrarias el mayor número está en Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana, Castilla-La Mancha, Murcia, Aragón y Canarias, con el 26,5%, 19%, 10%, 7,8%, 6%, 3,5% y 3,4% de las mismas respectivamente. (Ver figura N° 35, 36 y 37)

### 2.3.2 COMERCIALIZACIÓN

Se estima que cerca del 80% de, la producción española de productos ecológicos se exporta mayoritariamente a Europa, en especial a Alemania, Holanda, Francia y Reino Unido, a donde llegan sobre todo productos frescos.

Alcanzó en 2012 un valor global del mercado interior en torno a los 998 millones de euros, aportando una importante y creciente contribución a la balanza comercial agroalimentaria española, con un saldo comercial en 2012 de 389 millones de euros de exportaciones menos importaciones. Es por tanto, que ofrece un alto potencial de desarrollo y consiguientemente, de generación de empleo y riqueza.

España es uno de los principales exportadores mundiales de productos ecológicos, tiene una importante propensión exportadora y cuenta con un alto grado de internacionalización (el 32% de las empresas son exportadoras).

Como ya se ha señalado anteriormente, no hay ninguna estadística de ningún tipo, ni en España ni en la UE, que ofrezca y justifique el valor de tales importaciones, por lo que solo queda la solución de estimarlas a partir de aproximaciones deductivas, encuestas o consultas a operadores o expertos sectoriales. A partir de lo cual se puede llegar a identificar, con suficiente fiabilidad y validez, una estimación aproximada del valor global de tales importaciones.

### 2.3.3 CONSUMO

España, es el primer país europeo en agricultura ecológica, en términos de superficie, pero curiosamente estamos a la cola en el consumo de este tipo de productos.

El consumo de alimentos y bebidas ecológicas no representa más del 1% del gasto alimentario total, porcentaje bastante inferior al promedio europeo.

En comparación con los mercados de productos ecológicos de los países con una significativa cultura de consumo de estos productos, el mercado español, a pesar incluso de su continuado crecimiento, no consigue todavía alcanzar los índices de consumo que caracterizan a tales “países más consumidores”.

**Tabla N°8. Crecimiento de mercado interior de productos ecológicos entre 2009-2011**

	Año 2009	Año 2011	$\Delta$ 2011/2009
Valor del mercado interior (Millones euros)	905	965	6,63%
Consumo per cápita (€/hab/año)	19,40	20,50	5,67%
% s/Gasto total en alimentación (%)	0,97	1,04	7,22%
<i>Fuente: Elaboración PRODESCON, S.A. a partir de datos MAGRAMA</i>			

En conclusión, en el año 2011 el valor final del mercado interior de productos ecológicos oscilaría entre los 950 y 980 millones de euros, pudiéndose establecer como valor promedio más representativo el de 965 millones de euros.



Lo cual indicaría que el mercado español de alimentos y bebidas ecológicos habría crecido un 6,63% entre 2009 y 2011. (Ver tabla N° 8)

**Tabla N° 9. Producción que se comercializa hacia el mercado interior.**

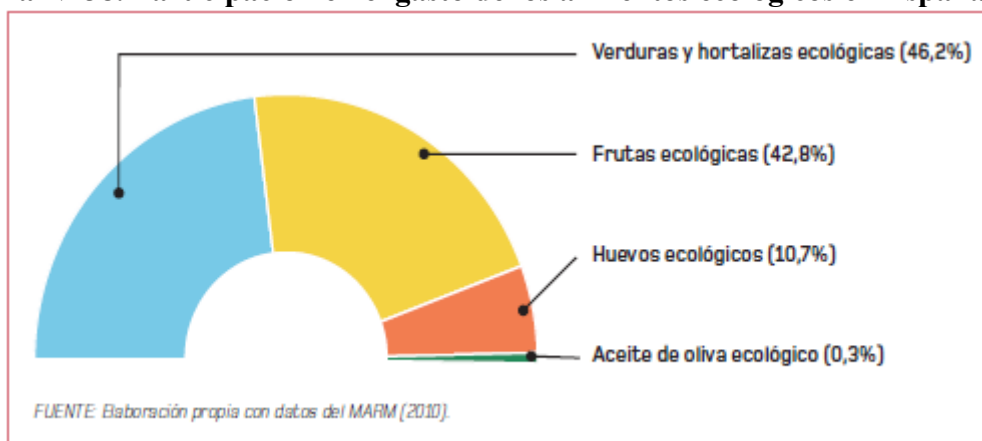
PRODUCTOS	VALOR EN MUELLE EXPLORACIÓN/ INDUSTRIA/ IMPORTADOR (Millones Euros)	Δ DE VALOR EN COMERCIALIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN E IVA (%)	VALOR FINAL DEL MERCADO INTERIOR (Millones Euros)	% s/ VALOR TOTAL MERCADO
Productos frescos	253,0		496,0	51,4%
Origen vegetal	180,0	95% - 105%	360,0	37,3%
Origen animal	73,0	80% - 90%	136,0	14,1%
Productos elaborados	329,5		469,0	48,6%
Origen vegetal	228,0	50% - 60%	353,0	36,6%
Origen animal	101,5	10% - 20%	116,0	12,0%
<b>TOTAL</b>	<b>582,5</b>	<b>60% - 70%</b>	<b>965,0</b>	<b>100,0%</b>

*Fuente: Elaboración PRODESCON, S.A. a partir de datos MAGRAMA*

En España se advierte un notable desequilibrio entre la producción y el consumo de productos ecológicos. Mientras que el país aparece como uno de los grandes productores de alimentos ecológicos, su mercado doméstico es reducido. Los productores, transformadores y fabricantes españoles de alimentos ecológicos exportan gran parte de su producción puesto que no cuentan con circuitos de distribución atractivos en el mercado interior.

Aproximadamente, el 75% de la producción nacional de alimentos ecológicos se exporta hacia países europeos como Alemania, Inglaterra, Francia, Suiza e Italia. (Ver tabla N° 9)

**Figura N° 38. Participación en el gasto de los alimentos ecológicos en España, 2010**



El la figura N° 38 se resume la participación en el gasto total de productos ecológicos. Frutas, hortalizas y verduras canalizan la mayor parte del gasto, mientras que el aceite de oliva representa un porcentaje prácticamente insignificante.

Según la revista “Distribución y Consumo” de julio-agosto 2010, existen notables diferencias en la demanda en función de variables diversas como, por ejemplo, el hábitat de residencia o la clase social:

– Las personas que viven en municipios de tamaño reducido (menores de 2.000 habitantes) consumen una mayor cantidad de productos ecológicos. Sin embargo, a medida que aumenta el tamaño de la población de residencia la demanda va reduciéndose, hasta el extremo de aquellas personas que viven en poblaciones de más de 500.000 habitantes que cuentan con una desviación negativa de con respecto al consumo medio.

– A diferencia de lo que sucede con otras familias de productos, se observase da un mayor consumo de alimentos ecológicos en los hogares de renta baja y media baja que en aquellos que cuentan con mayores recursos económicos.

## **2.4 PRODUCCION, COMERCIALIZACION Y CONSUMO EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA VASCA**

### **2.4.1 PRODUCCION**

#### **ÁREA**

En cuanto a la superficie de cultivo ecológico en la Comunidad Autónoma Vasca, se ha producido un crecimiento del 8% respecto al año 2012, lo que sitúa el número de hectáreas ecológicas en 2626, que se distribuyen de una manera relativamente equilibrada: Araba es la provincia con un mayor peso cuantitativo, 55,7% del total de la superficie de la CAV, seguida por Bizkaia con un 24,8% y Gipuzkoa con un 19,5%. (Ver tabla N° 10).

La superficie ecológica en Araba ha tenido un crecimiento del 8% respecto al año anterior, frente al 6% de Bizkaia y 9% de Gipuzkoa. (Ver tabla N° 11).

**Tabla N° 10. Superficie de agricultura ecológica en la CAV, 2013.**

<b>SUPERFICIE DE AGRICULTURA ECOLÓGICA (ha). Año 2013</b>				
<b>PROVINCIA/ COMUNIDAD AUTÓNOMA</b>	<b>Calificada en primer año de Prácticas (a)</b>	<b>Calificada en conversión (b)</b>	<b>Calificada en agricultura ecológica(c)</b>	<b>SUPERFICIE TOTAL (a+b+c)</b>
ÁLAVA	209,0271	445,4589	809,5892	1.464,0752
GUIPÚZCOA	15,7923	35,2269	460,1535	511,1727
VIZCAYA	33,6889	33,6946	584,0645	651,4480
<b>TOTAL PAÍS VASCO</b>	<b>258,5083</b>	<b>514,3804</b>	<b>1.853,8072</b>	<b>2.626,6959</b>

**Fuente: MARM (2013)**

**Tabla N°11. Porcentaje de superficie de agricultura ecológica en la CAV, 2013.**

<b>Euskadi</b>	<b>Total</b>	<b>Agricultura ecológica</b>	<b>Conversión</b>	<b>Año 0</b>
Araba	55,7%	43,7%	86,6%	80,8%
Bizkaia	24,8%	31,5%	6,6%	13,1%
Gipuzkoa	19,5%	24,8%	6,8%	6,1%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>	<b>70,6%</b>	<b>19,6%</b>	<b>9,8%</b>

**Fuente: ENEEK (2013)**



La distribución por tipo de cultivo ecológico apunta a un importante dominio de los pastos, praderas y forrajes, 59% del total de superficie ecológica, seguido a una considerable distancia de los suelos dedicados a vid, siendo este un 20%, un 6% de frutales, 5% de cereales y 4% de hortalizas.

Respecto a la distribución por territorios; en Bizkaia, Gipuzkoa y Araba destacan los suelos dedicados a pastos, praderas, forrajes y proteaginosas, 84%, 72% y 42% respectivamente.

En Araba cabe destacar la importancia que ha cogido el área dedicada a la vid ecológica, 34%, el 10% cereales grano, el 2% hortalizas, frutales 2%, legumbres grano 2%, tubérculos 1%, olivar 1% y cultivos industriales 2%.

La vid es el principal cultivo ecológico en Euskadi, a pesar de que ha decrecido en superficie un 13% respecto al año anterior. De las 521,5 hectáreas de vid cultivadas en Euskadi, 502,6 hectáreas se ubican en Araba, 11,7 en Gipuzkoa y 7,2 hectáreas en Bizkaia. Además de la vid, las legumbres grano han decrecido un 23% respecto al 2013, llegando a cultivarse 28,7 hectáreas en Araba. Entre los cultivos que han crecido, destacamos las hortalizas con 104,4 hectáreas a finales de 2013 (crecimiento del 44%), los cultivos industriales con 23,3 hectáreas (crecimiento del 525%), los tubérculos con un crecimiento del 23% (21,9 hectáreas) y el olivar con un 93% (13,1 hectáreas). (Ver tabla N° 12).

**Tabla N° 12. Porcentaje de superficie de agricultura ecológica por cultivos en la CAV, 2013.**

Orientación	Total	Araba	Bizkaia	Gipuzkoa
Cereales grano	5%	10%	0%	0%
Legumbres grano	1%	2%	0%	0%
Hortalizas	4%	2%	6%	6%
Tubérculos	1%	1%	0%	0%
Frutales	6%	2%	8%	17%
Olivar	0%	1%	0%	0%
Vid	20%	34%	1%	2%
Frutos secos	1%	0%	0%	2%
Aromáticas y medicinales	0%	0%	0%	0%
Bosque y recolección silvestre	0%	0%	0%	0%
Pastos, pradera, forrajes y proteaginosas	59%	42%	84%	72%
Barbecho y abono verde	2%	3%	0%	0%
Semillas y viveros	0%	0%	0%	0%
Cultivos industriales	1%	2%	0%	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>	<b>55,7%</b>	<b>24,8%</b>	<b>19,5%</b>

Fuente: ENEEK (2013)

## OPERADORES

En Euskadi, el número de operadores ecológicos ha crecido un 8% respecto al año 2012, con lo que el número de inscritos se sitúa en 389 operadores, 28 más respecto al 2012. Araba, ha tenido un crecimiento del 5%, Gipuzkoa un 8% y Bizkaia un 10%. En Gipuzkoa se ubican el 40% de los operadores de Euskadi, frente al 30% en Araba y el 30% en Bizkaia. (Ver tabla N° 13 y 14)

**Tabla N° 13. Número de operadores por actividad y superficie en la CAV, 2013.**

Operadores Euskadi*	Total Operadores	Censo prod. vegetal	Censo prod. animal	Censo elaboración	Censo importación	Censo comercializa	Total x Censo*	Superficie inscrita (Ha)
Araba	118	90	10	31	1	8	140	1464,1
Bizkaia	117	83	30	27	0	5	145	651,5
Gipuzkoa	154	94	31	48	1	15	189	511,2
<b>TOTAL</b>	<b>389</b>	<b>267</b>	<b>71</b>	<b>106</b>	<b>2</b>	<b>28</b>	<b>474</b>	<b>2626,7</b>

\*la suma total de censos productivos es superior a los operadores registrados, pues un operador puede trabajar en diferentes censos productivos.

**Fuente: ENEEK (2013)**

**Tabla N° 14. Porcentaje de número de operadores por actividad y superficie en la CAV, 2013.**

Operadores Euskadi*	Total Operadores	Censo prod. vegetal	Censo prod. animal	Censo elaboración	Censo importación	Censo comercialización	Total x Censo*	Superficie inscrita (Ha)
Araba	30,3%	33,7%	14,1%	29,2%	0,0%	28,6%	29,5%	55,7%
Bizkaia	30,1%	31,1%	42,3%	25,5%	0,0%	17,9%	30,6%	24,8%
Gipuzkoa	39,6%	35,2%	43,7%	45,3%	0,0%	53,6%	39,9%	19,5%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>	<b>56,3%</b>	<b>15,0%</b>	<b>22,4%</b>	<b>0,4%</b>	<b>5,9%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

\*la suma total de censos productivos es superior a los operadores registrados, pues un operador puede trabajar en diferentes censos productivos.

**Fuente: ENEEK (2013)**

## PRODUCCION ANIMAL

En cuanto a la ganadería ecológica, el número de explotaciones ganaderas en Euskadi, se sitúa en 77, lo que representa un decrecimiento del 11%. El vacuno de carne (21%), el ovino de carne (18%) y la avicultura de puesta (23%) son las actividades principales ganaderas en Euskadi. (Ver tabla N° 15 y 16)

**Tabla N° 15. Número de explotaciones ganaderas en la CAV, 2013.**

Orientación	Total	Araba	Bizkaia	Gipuzkoa
Apicultura	2	0	0	2
Avicultura carne	2	1	0	1
Avicultura huevos	18	1	11	6
Caprino de carne	2	0	2	0
Caprino de leche	1	0	0	1
Cunicultura	0	0	0	0
Equino	4	0	2	2
Helicicultura	1	0	1	0
Ovino de carne	14	1	4	9
Ovino de leche	8	1	2	5
Porcino	5	2	2	1
Vacuno carne	16	4	8	4
Vacuno leche	4	0	1	3
<b>TOTAL</b>	<b>77</b>	<b>10</b>	<b>33</b>	<b>34</b>

**Fuente: ENEEK (2013)**

**Tabla N° 16. Porcentaje de número de explotaciones ganaderas en la CAV, 2013.**

Orientación	Total	Araba	Bizkaia	Gipuzkoa
Apicultura	3%	0%	0%	6%
Avicultura carne	3%	10%	0%	3%
Avicultura huevos	23%	10%	33%	18%
Caprino de carne	3%	0%	6%	0%
Caprino de leche	1%	0%	0%	3%
Cunicultura	0%	0%	0%	0%
Equino	5%	0%	6%	6%
Helicicultura	1%	0%	3%	0%
Ovino de carne	18%	10%	12%	26%
Ovino de leche	10%	10%	6%	15%
Porcino	6%	20%	6%	3%
Vacuno carne	21%	40%	24%	12%
Vacuno leche	5%	0%	3%	9%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>13%</b>	<b>43%</b>	<b>44%</b>

Fuente: ENEEK (2013)

## ACTIVIDADES INDUSTRIALES

Euskadi, a pesar de disponer de poca superficie destinada a la producción ecológica, el número de empresas dedicadas a la transformación agroalimentaria es importante proporcionalmente en relación a otras comunidades del Estado. En este sentido, las actividades agroalimentarias se sitúan en 128 y se mantienen en Euskadi respecto al año anterior. En Araba, se concentra el 25% de las empresas agroalimentarias, el 23% en Bizkaia y el 52% en Gipuzkoa. Por actividades, dentro de las empresas de origen vegetal, destacan la elaboración de pan (35%), la elaboración y/o embotellado de vinos (15%) y la elaboración de bebidas alcohólicas no vínicas como la sidra (13%). Dentro de las empresas de origen animal, destacan las queserías (28%), el envasado de huevos (21%) y las conserveras de pescado (16%). (Ver tabla N° 17 y 18)

**Tabla N° 17. Actividades industriales en la CAV, 2013.**

Actividad	Total	Araba	Bizkaia	Gipuzkoa
<b>TOTAL VEGETAL</b>	<b>85</b>	<b>30</b>	<b>12</b>	<b>43</b>
Almazara y/o envasadora de aceite	1	1	0	0
Otros aceites y grasas vegetales	0	0	0	0
Manipulación y envasado de productos hortofrutícolas frescos	5	0	2	3
Conservas, semiconservas y zumos vegetales	2	0	1	1
Elaboración de especias medicinales, aromáticas y condimentarias	2	1	0	1
Panificación y pastas alimenticias	30	8	4	18
Galletas, confitería y pastelería	10	1	2	7
Manipulación y envasado de frutos secos	1	0	0	1
Manipulación y envasado de cereales, legumbres y tubérculos	6	4	1	1
Preparados alimenticios	4	1	0	3
Fabricación de otros productos alimenticios	0	0	0	0
Fabricación de productos de molienda, almidones y productos amiláceos	0	0	0	0
Bodegas y embotelladoras de vinos	13	10	1	2
Otras bebidas alcohólicas no vínicas	11	4	1	6
Otras bebidas no alcohólicas	0	0	0	0
Otras industrias no clasificadas en ningún otro lugar	0	0	0	0
<b>TOTAL ANIMAL</b>	<b>43</b>	<b>2</b>	<b>18</b>	<b>23</b>
Mataderos y salas de despiece	10	1	3	6
Embutidos y salazones cárnicos	1	0	0	1
Leche, quesos y derivados lácteos	12	0	4	8
Huevos	9	1	6	2
Miel	2	0	0	2
Fábrica de piensos	2	0	1	1
Elaboración y conservación de pescado, crustáceos y moluscos	7	0	4	3
Otras industrias no clasificadas en ningún otro lugar	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>128</b>	<b>32</b>	<b>30</b>	<b>66</b>

Fuente: ENEEK (2013)

**Tabla Nº 18. Porcentaje de actividades industriales en la CAV, 2013.**

Actividad	Total	Araba	Bizkaia	Gipuzkoa
<b>TOTAL VEGETAL</b>	<b>100%</b>	<b>35%</b>	<b>14%</b>	<b>51%</b>
Almazara y/o envasadora de aceite	1%	3%	0%	0%
Otros aceites y grasas vegetales	0%	0%	0%	0%
Manipulación y envasado de productos hortofrutícolas frescos	6%	0%	17%	7%
Conservas, semiconservas y zumos vegetales	2%	0%	8%	2%
Elaboración de especias medicinales, aromáticas y condimentarias	2%	3%	0%	2%
Panificación y pastas alimenticias	35%	27%	33%	42%
Galletas, confitería y pastelería	12%	3%	17%	16%
Manipulación y envasado de frutos secos	1%	0%	0%	2%
Manipulación y envasado de cereales y legumbres	7%	13%	8%	2%
Preparados alimenticios	5%	3%	0%	7%
Fabricación de otros productos alimenticios	0%	0%	0%	0%
Fabricación de productos de molinera, almidones y productos amiláceos	0%	0%	0%	0%
Bodegas y embotelladoras de vinos	15%	33%	8%	5%
Otras bebidas alcohólicas no vinicas	13%	13%	8%	14%
Otras bebidas no alcohólicas	0%	0%	0%	0%
Otras industrias no clasificadas en ningún otro lugar	0%	0%	0%	0%
<b>TOTAL ANIMAL</b>	<b>100%</b>	<b>5%</b>	<b>42%</b>	<b>53%</b>
Mataderos y salas de despiece	23%	50%	17%	26%
Embutidos y salazones cárnicos	2%	0%	0%	4%
Leche, quesos y derivados lácteos	28%	0%	22%	35%
Huevos	21%	50%	33%	9%
Miel	5%	0%	0%	9%
Fábrica de piensos	5%	0%	6%	4%
Elaboración y conservación de pescado, crustáceos y moluscos	16%	0%	22%	13%
Otras industrias no clasificadas en ningún otro lugar	0%	0%	0%	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>25%</b>	<b>23%</b>	<b>52%</b>

Fuente: ENEEK (2013)

## 2.4.2 COMERCIALIZACIÓN

En la Comunidad Autónoma Vasca existe una ausencia de la gran distribución. La comercialización se hace sobre todo por tres vías: herboristerías, mercados tradicionales o canales alternativos como venta personal; o cooperativas de consumo. En las grandes cadenas la presencia de productos ecológicos es prácticamente insignificante, aunque va aumentando año a año. La producción local no se vende en otras comunidades, por lo que no existen comercializadoras del producto al exterior. Además el hecho de comercializar el producto a precios elevados dificulta su consumo.

En Araba existen dos asociaciones de agricultura ecológica, Bionekazaritza y Naturaba funcionan a modo de grupo de consumo.

## 2.4.3 CONSUMO

Según un estudio elaborado por el departamento de agricultura, pesca y alimentación del Gobierno Vasco el consumidor vasco de productos ecológicos es fiel a estos alimentos y repite compra de forma periódica. El perfil habitual es el de una mujer de mediana edad de medio-alto poder adquisitivo, que compra porque considera lo ecológico más saludable. Otro perfil a destacar es el de personas con enfermedades crónicas o degenerativas.

## **2.5 DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS**

La atomización de las explotaciones convierte a la agricultura ecológica en un sector especial que genera importantes problemas para el desarrollo de un plan de marketing que permita consolidar el mercado interno. Dentro de los principales problemas de esta situación podríamos destacarla falta de poder de negociación de los productores frente a los distribuidores y su incapacidad para estimular la demanda global por sí sola, al no disponer de los recursos económicos y de marketing necesarios.

La consecuencia es que el consumidor en general conoce muy poco estos productos, y los escasos compradores de productos ecológicos sólo encuentran un surtido amplio en establecimientos muy concretos.

Doxa (1991) define esta circunstancia en términos de “un círculo vicioso entre la debilidad de la oferta y la debilidad de la demanda”: los productores no pueden aumentar su oferta si no crece la demanda, y a su vez, los consumidores seguirán reacios al consumo de alimentos ecológicos hasta que se habitúen a encontrarlos en los establecimientos comerciales y les sea comunicada su existencia y el valor que aportan.

Según los datos del ICEX (1999), la producción española de productos ecológicos en un 90% se dedica a la exportación lo que provoca la falta de abastecimiento dentro del mercado interno, y provocando una situación en la que el consumidor español no tenga oportunidad de comprar productos biológicos al encontrarse solamente en unas pocas tiendas especializadas y con unos precios más altos en comparación con los tradicionales. La explicación de esta situación se debe a que los mercados centroeuropeos disponían de un mayor poder adquisitivo y eran más perceptivos a estos productos.

La evolución del consumidor español ha ido creciendo de forma significativa y hay que pensar que esta evolución seguirá siendo creciente siempre y cuando se vaya desarrollando la distribución de estos productos de forma progresiva en los mercados. Dentro de este contexto será fundamental la coordinación de los productores y de los distribuidores de forma que mantengan el objetivo común de abastecimiento del mercado interno desarrollando unas estrategias de marketing que se ajusten y se adapten a la realidad de la agricultura ecológica, como son aumentar la producción, disminuir el precio de venta al público, referenciar los productos biológicos en los lineales de las grandes centros comerciales y conseguir notoriedad de marca.

La comercialización de alimentos ecológicos comienza en el año 1995, aunque el incremento más notable se produce a partir de 1998. Una de las mejores maneras que se vienen desarrollando para distribuir los productos ecológicos y articular su consumo es la relación directa entre el productor y el consumidor, canales cortos de comercialización, reduciendo intermediarios. La venta directa es la opción preferente que se plantea un productor realmente identificado con este sistema de producción, ya que en ella encuentra una salida consecuente y que le permite el control de todo el proceso.

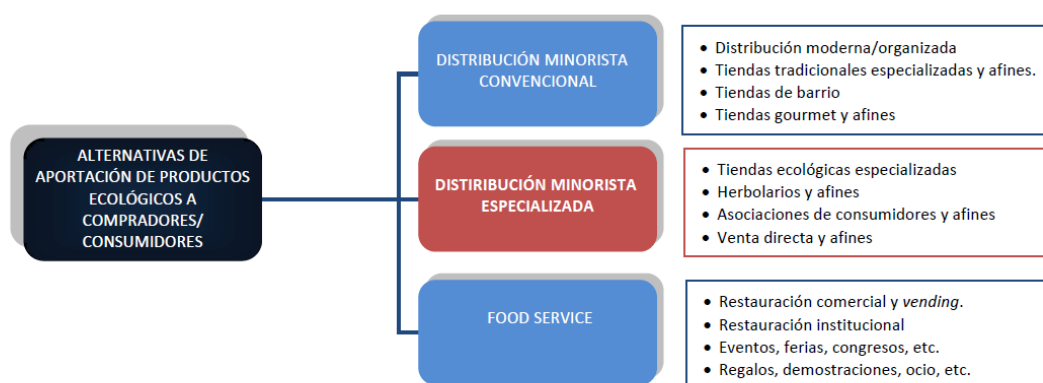
Calomarde (2000) a través de su definición de marketing “un modo de concebir y ejecutar la relación de intercambio, con la finalidad de que sea satisfactoria para las

partes que en ella intervienen, la sociedad y el entorno natural, mediante el desarrollo, valoración, distribución y promoción por una de las partes de los bienes, servicios o ideas que la otra parte necesita, de forma que, ayudando a la conservación y mejora del medio ambiente, contribuyan al desarrollo sostenible de la economía y la sociedad”.

### 2.5.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Un estudio de marketing realizado el 2012 por el Ministerio de agricultura, alimentación y medio ambiente caracteriza de esta manera la viabilidad de distribuir los productos ecológicos, para una buena comercialización de interior. Caracteriza tres vías primarias de distribución: la de minorista convencional, minorista especializada y Foodservice. En cuestión de ventas el minorista especializado sería la que haga las mayores ventas. (Ver figura N° 39 y tabla N° 19)

**Figura N° 39. Canales de distribución de productos ecológicos.**



Fuente: MARM, 2012

**Tabla N°19. Ventas por grandes canales de distribución**

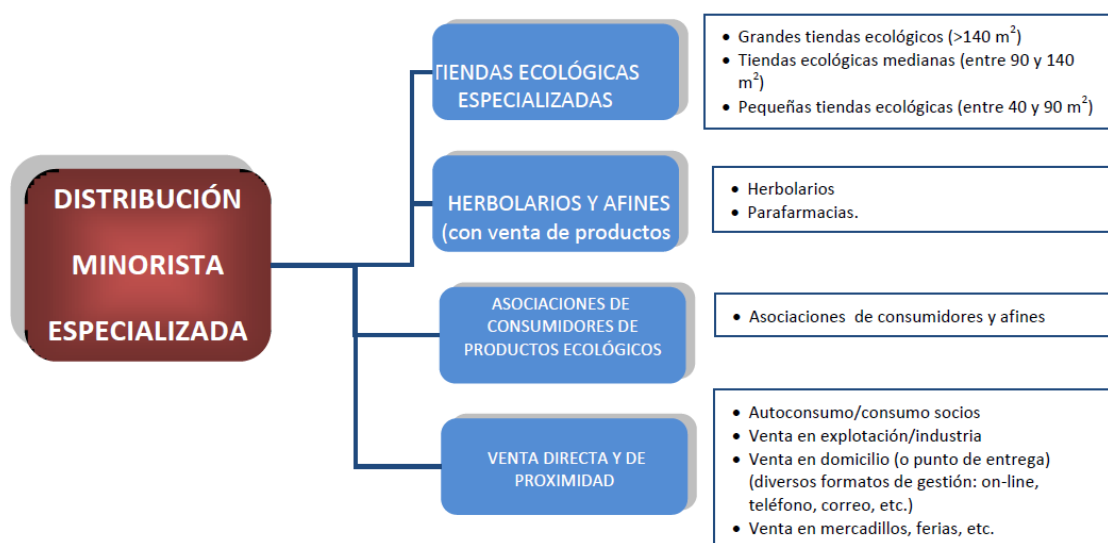
	% Ventas o aportaciones de productos ecológicos al comprador/consumidor
• Distribución minorista convencional	35% - 40%
• Distribución minorista especializada	50% - 60%
• Canal " <i>food service</i> "	2% - 3%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: MARM, 2012

## 2.5.2 CANALES MINORISTAS ESPECIALISTAS

Los canales minoristas especializados en la venta de alimentos y bebidas ecológicos se caracterizan, entre otros rasgos, por la gran diversidad de formatos o tipologías existentes; por la variedad de orientaciones y prácticas comerciales de los mismos; y en muchos casos también por su polivalencia como operadores. Podemos ver en la figura N° 40 una representación de la estructura de canales. Estaría integrada por establecimientos de muy diversas dimensiones y características:

**Figura N° 40. Distribución minorista especializada**



**Fuente: MARM, 2012**

-Grandes tiendas ecológicas especializadas o supermercados ecológicos (> 140 m<sup>2</sup>): Las “grandes tiendas ecológicas” (o supermercados) se ubican preferentemente en grandes ciudades. Cuentan con una oferta amplia con todo tipo de producto ecológico (frescos vegetales y animales, elaborados, vinos, aceites...) En muchos casos es posible hacer la compra on-line con entrega en domicilio del cliente

-Medianas tiendas ecológicas especializadas (entre 90 y 140 m<sup>2</sup>) y pequeñas tiendas ecológicas especializadas (entre 40 y 90 m<sup>2</sup>): Las “pequeñas y medianas” especializadas en productos ecológicos normalmente se aprovisionan en mayoristas independientes e importadores; y buena parte de sus ventas corresponde a productos elaborados, con singular presencia también de productos cosméticos, así como de hierbas aromáticas y medicinales, infusiones, semillas y cereales; entre un 20% y un 60% de sus ventas son importaciones; y generalmente venden con marca de fabricante. Se reparten por toda la geografía nacional y en las grandes ciudades adquieren rasgos de “tienda de barrio” muy cercanas a una clientela asidua que se deja asesorar, siguiendo una pauta de comportamiento muy próxima a los herbolarios.

-Herbolarios: Los herbolarios son muy abundantes en España; se estima que hay cerca de 5.000 herbolarios, venden productos ecológicos además de los productos



propios del herbolario (complementos dietéticos, zumos y jarabes, sales minerales, plantas medicinales y aromáticas, y productos de perfumería y cosmética). También tienen una orientación tipo tienda de barrio y se ubican en todo tipo de zonas urbanas, con independencia del nivel de renta de éstas. Constituyen el grupo de minoristas especialistas más numeroso de todos los existentes, aunque su facturación global en productos ecológicos comercializados no es muy alta por la reducida dimensión promedio de los propios herbolarios, por la todavía escasa implantación en los mismos de los productos ecológicos y la limitación de su oferta a productos elaborados o envasados refrigerados. Por su amplia estructura y ubicación, configuran una interesante red de distribución que podría ser de interés para la potenciación de la distribución minorista de alimentos ecológicos elaborados y también frescos.

-Asociaciones de consumidores y similares: asociaciones de productores/consumidores, grupos de consumo...: Las asociaciones de consumidores de productos ecológicos o canales afines o similares (como asociaciones o grupos de compradores, asociaciones de productores-consumidores, grupos de consumo...) han crecido con fuerza en España en los últimos 10 años, a modo de sistema de autoconsumo múltiple, como los grupos de consumo (asociaciones de consumidores que autogestionan la compra y distribución de alimentos y bebidas ecológicos entre sus socios); ambos formatos están adquiriendo mucho desarrollo. Se estima que más de 25.000 familias se abastecen de alimentos y bebidas ecológicos a través de este formato, predominando ampliamente las cestas de compra basadas en productos frescos especialmente de origen vegetal. Las cooperativas de productores/consumidores representan un genuino ejemplo de “canal corto” aplicable a escala local; sin embargo las asociaciones de consumidores ya se separan más de ese modelo genuino de canal corto al exigir una logística y una comercialización más amplia y compleja.

En este formato de venta resulta significativa una imagen de producto ecológico que tiene en cuenta más valores que los propios de producción ecológica, como son la producción local, la sostenibilidad en el consumo, las relaciones basadas en el conocimiento personal, la promoción de la cultura y los valores tradicionales... Valores que, en ocasiones, pueden prevalecer sobre el propio aspecto ecológico del producto.

-Venta directa (autoconsumo; venta en explotación o fabricante; venta directa productor/domicilio del consumidor; etc.)

-Venta de proximidad y otros (mercadillos, ferias, eventos, regalos, etc.)

La venta directa y/o de proximidad constituye una especie de cajón de sastre en la que se pueden incluir diferentes formatos de venta de alimentos y bebidas ecológicos:

- El autoconsumo por los propios dueños de una explotación ecológica o los socios de una cooperativa. La valoración de dicho consumo y su caracterización sería muy compleja, pero puede ser un valor significativo que normalmente no se suele tener en cuenta.
- La venta directa en explotación o industria representa aparentemente uno de los más eficaces y menos costosos “canales cortos” de venta minorista; puede ir asociado a planteamientos de turismo o gastronomía rural o local, ocio,

formación, etc. En España todavía está poco desarrollado pero no cabe duda que es una interesante opción a promover.

- La comercialización y distribución directa productor/fabricante y consumidor/comprador, mediante la entrega en domicilio, previa gestión de la compraventa, ya sea a través de teléfono, fax, correo convencional, correo electrónico o internet. Representa un modelo de canal de distribución “semicorto” por cuanto incorpora un costoso sistema logístico de reparto domiciliario. En cualquier caso, su principal interés sería a escala local, incluso como suministro de la restauración local.
- Las denominadas ventas de proximidad se suelen asociar con la comercialización directa en mercadillos, ferias, locales, eventos locales, celebraciones gastronómicas, ventas itinerantes, etc. No todos los operadores consultados apoyan claramente estos modelos de “canal semicorto” por considerar que las garantías que debe tener el producto ecológico y el control correspondiente son más difíciles de ejercer en este formato de venta. No obstante es verificable la creciente presencia de alimentos y bebidas ecológicas en estas “ventas de proximidad”, así como el interés que despierta entre los asiduos a mercadillos, ferias o celebraciones locales, etc. También se apunta como necesario reflexionar sobre la asociación de imagen que para un consumidor convencional puede provocar la presencia de productos ecológicos junto a artesanías, cerámicas, productos exóticos o étnicos, etc.
- Finalmente es obligado referirse a las ventas on-line, sobre todo a la vista de la enorme proliferación de webs ecológicas, catálogos digitales de vendedores de productos ecológicos e, incluso de plataformas de comercialización ligadas a mayoristas implantados en mercas o similares.

Y en el caso concreto de los canales minoristas especializados, por su parte, contarían con un colectivo fiel de consumidores, con presencia frecuente en el establecimiento y cierta regularidad en el valor de la compra, con relación fluida con el vendedor y cierta afinidad con la filosofía o cultura de la producción ecológica.

## **2.6 EL PRECIO DE LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS**

“El precio es el indicador general del valor que el consumidor da al producto. Debe reflejar los valores ambientales que posee el producto y todos los demás valores y costes de su producción: disponibilidad física del producto, información aportada por el producto y comparación con las ofertas competidoras de los productos equivalentes o sustitutivos” Calomarde, 2000.

El precio es una variable importante que está presente en la decisión de compra de los consumidores; de hecho es el mayor freno a la compra de productos reales.

Aunque la agricultura orgánica todavía es una industria pequeña (del 1% al 2% de las ventas mundiales de alimentos), su importancia está creciendo en todo el mundo.

Existe una incompatibilidad aparente entre la definición de producto ecológico y su precio. Mientras que el precio es una variable de marketing que influye en la demanda a corto plazo, los beneficios que esperan obtener los consumidores son a corto plazo, los beneficios de los productos ecológicos sobre el medioambiente se producen en el largo plazo y los consumidores también los perciben a largo plazo.

Los productos orgánicos certificados suelen ser más costosos que sus equivalentes comunes y corrientes, los que han venido disminuyendo los precios, por diversos motivos:

- La oferta de alimentos orgánicos es limitada con relación a la demanda de los mismos.
- Los costos de producción de los alimentos orgánicos suelen ser más elevados porque requieren más mano de obra por unidad de producción y porque la mayor diversidad de las empresas impide hacer economías de escala.
- La manipulación postcosecha de cantidades relativamente reducidas de alimentos orgánicos tiene un costo más alto por la separación obligatoria de los productos orgánicos respecto de los ordinarios, especialmente durante la elaboración y el transporte.
- La cadena de comercialización y distribución de los productos orgánicos es en cierta forma ineficiente y los costos son más elevados por tratarse de volúmenes relativamente pequeños.

Conforme aumenta la demanda de alimentos y productos orgánicos, las innovaciones tecnológicas y las economías de escala deberían reducir los costos de producción, elaboración, distribución y comercialización de los productos orgánicos.

Los precios de los alimentos orgánicos no sólo comprenden al costo de la producción misma de los alimentos, sino también a otra serie de factores que no quedan contenidos en los precios de los alimentos corrientes, por ejemplo:

- La promoción y protección del medio ambiente y por tanto evitar futuros gastos para mitigar la contaminación.
- Mayor bienestar de los animales.
- Eliminación de riesgos para los agricultores por la manipulación inadecuada de plaguicidas y eliminación de futuros gastos médicos por consecuencia.
- Desarrollo rural a través de la creación de más empleos agrícolas y al asegurar un ingreso justo y suficiente para los productores.

Por otro lado están los alimentos orgánicos no certificados. En muchos países en desarrollo hay sistemas agrícolas que llenan todos los requisitos de la agricultura orgánica pero no están certificados. Es difícil cuantificar el alcance de estos sistemas agrícolas ya que quedan fuera de los sistemas oficiales de certificación y del mercado. Los productos de estos sistemas suelen ser para autoconsumo o venta local, en los

mercados urbanos y de los pueblos, al mismo precio que sus equivalentes comunes y corrientes. Aunque los productos no certificados no gozan de sobrepuestos, se han documentado casos en que la agricultura orgánica no certificada incrementa la productividad del agroecosistema en su conjunto y ahorra el gasto en insumos externos.

En los países desarrollados los alimentos orgánicos no certificados a menudo se venden directamente al consumidor a través de programas de apoyo locales de la comunidad, como planes de cajas de productos orgánicos de temporada que se entregan a domicilio o en un punto de entrega, mercados campesinos y precios a la puerta de la finca. En los países desarrollados los productos orgánicos no certificados suelen ser más caros que sus equivalentes comunes y corrientes, de conformidad con la voluntad de pago del consumidor.

Por todo ello podemos decir que el consumo de productos ecológicos viene limitado por diferentes factores:

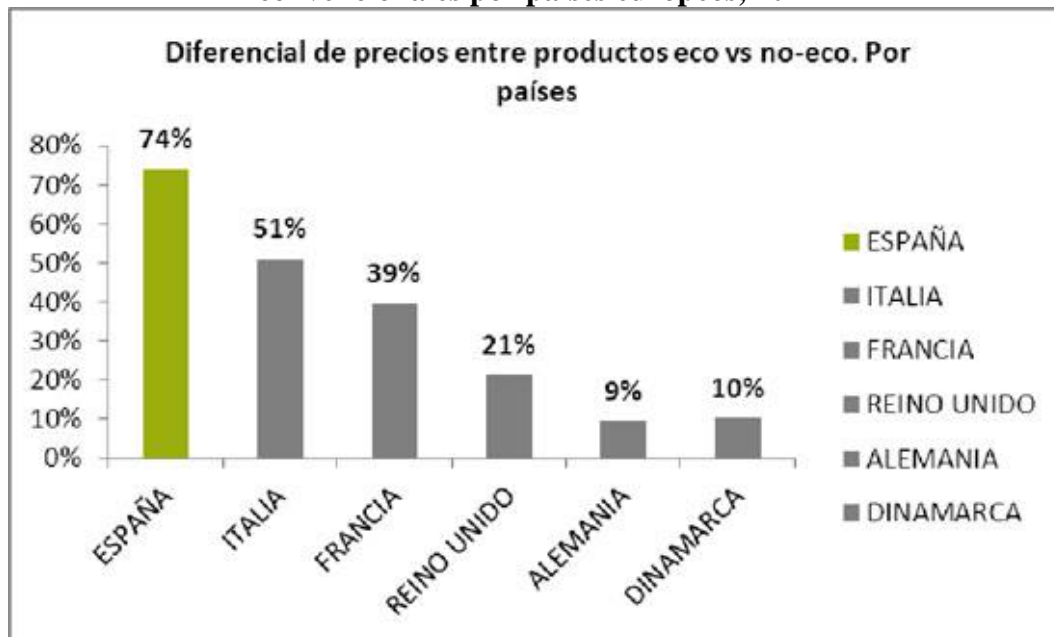
- Precio más elevado que los productos convencionales.
- Falta de información por parte de los consumidores acerca de los productos ecológicos.
- Escasa disponibilidad del producto, en cuanto a puntos de venta atractivos y accesibles y en cuanto a amplitud y continuidad en la oferta.
- La profusión de reglamentación y sellos de certificación existentes generan desconfianza y confusión entre los consumidores.

### **2.6.1 VIABILIDAD AL REDUCIR EL PRECIO DE LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS**

Según la empresa consultoría Everis, en un estudio realizado el 2012 dice que en España la diferencia entre un producto convencional y uno ecológico es del 74% de media en países como Francia y el Reino Unido el margen se reduce a más de la mitad.

El análisis de Everis estima que, en caso de reducirse el precio a un diferencial del 40%, el mercado español podría triplicarse. Everis concluye que es posible que las compañías reduzcan sus precios sin perder margen de venta ya que, actualmente, este margen en los productos ecológicos es 7 veces mayor que el de los convencionales. Comparando con el resto de países España tiene la tasa más alta. (Ver figura N° 41)

**Figura N° 41. Diferencial de precios entre productos ecológicos y convencionales por países europeos, 2012**



Fuente: Everis (2012)

**Tabla N° 20. Análisis de Everis a partir del estudio de precios de productos como huevos, leche, pasta o zumos, 2012**

	Diferencial ECO y no ECO (%)					
	España	Italia	Francia	Reino Unido	Alemania	Dianamarca
Huevos	128,00%	43,40%	46,43%	30,63%	33,56%	-4,76%
Leche	35,97%	59,26%	70,53%	23,63%	-10,10%	42,86%
Pasta	51,35%	41,15%	57,78%	4,21%	3,20%	111,11%
Zumo	119,10%	70,68%	15,22%	35,45%	2,96%	-38,24%
<b>Total cesta</b>	<b>74%</b>	<b>51%</b>	<b>39%</b>	<b>21%</b>	<b>9%</b>	<b>10%</b>

Fuente: Everis (2012)

En este sentido, el estudio realizado por Everis considera la necesidad de desplazar las ventas también a la distribución en grandes superficies, para aumentar el consumo ecológico de forma exponencial. De hecho, distribuidores de referencia han comenzado a desarrollar marcas propias, ofertando una amplia gama de productos y habilitando espacios exclusivos en sus superficies.

Pese a la fuerte demanda, en la actualidad sólo el 1% de la alimentación consumida en España es ecológica, mientras que en países como Dinamarca o Alemania representa cerca de un 7% y un 4% respectivamente. Y en otros países como Italia, más similares

en cuanto a la cultura y la estructura de canales de venta, el peso de la alimentación ecológica es tres veces superior al de España. (Ver tabla N° 20)

### **2.7 EL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS**

“Cuando la gente compra estos productos, no está simplemente comprando productos por su simple utilidad, sino por un universo de valores, filosofía de vida y la creencia de que está haciendo algo por su salud... Cuando un comprador ecológico adquiere un producto orgánico, lo está comprando con la convicción de que está haciendo lo correcto” (Minetti, 2002)

En 2014, El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente ha elaborado un estudio que recoge el perfil sociodemográfico y los hábitos de consumo del consumidor de productos ecológicos observando cómo ha aumentado el número de consumidores que apuestan por adquirir estos productos. De este estudio se extrae que casi un tercio de la población española adquiere o ha adquirido productos ecológicos.

El perfil del consumidor de productos ecológicos está variando. Además de aumentar el número de consumidores que optan por este tipo de productos y la frecuencia de consumo de los mismos, también se ha visto ampliada su distribución geográfica que antes estaba centrada en la zona noreste y ahora se extiende por todo el territorio español.

**Figura N° 42. Distribución por zonas de consumidores ecológicos, 2014**



**Fuente: MAGRAMA**

En general, se ha visto un aumento en la edad de estos consumidores respecto al estudio anterior, con una media de edad de 44 años y mayoritariamente mujeres. Los consumidores de productos ecológicos tienen un nivel de formación y actividad similar al resto de la población, predominando los hogares con hijos. Están bien informados, sabiendo identificar los productos ecológicos que consume, estando comprometidos con la sostenibilidad y el medio ambiente, percibiendo este tipo de productos como un producto natural y de calidad superior. En general el consumidor ecológico está bien



informado, lee las etiquetas de los productos que compra y sabe identificar el producto ecológico.

La mayor parte de estos consumidores se inician en el producto ecológico por la fruta y la verdura. Su mayor preocupación a la hora de adquirir este tipo de productos son la salud y nutrición, que son los factores de mayor peso a la hora de adquirir productos ecológicos. Los consumidores ecológicos han aumentado la frecuencia de consumo de estos productos siendo la media de más de dos veces por semana y el 25% los toma a diario. Además, también se ha visto aumentado el número de productos ecológicos que se encuentran en los hogares.

Un estudio elaborado el 2014 por Tiendeo.com dice que 8 de cada 10 consumidores tiene en cuenta el medio ambiente a la hora de decidir la compra, y es que la mayoría de las personas encuestadas cuando llenan la cesta de la compra piensan en verde.

Les preocupa el respeto por el medio ambiente de fabricantes y distribuidores, e influye en sus decisiones de compra. De esta manera, optan por adquirir un tipo de producto u otro.

Respecto al consumo de alimentos ecológicos, la balanza se inclina siempre a favor de los que presentan una mayor seguridad alimentaria, un valor nutricional más elevado o producidos localmente, lo que se denomina productos de km 0. Estos dos factores son los que prevalecen a la hora de cargar la nevera, junto con el bienestar de los animales.

A los españoles el medio ambiente les importa, por eso quieren preservar los recursos naturales del planeta. Y la mejor manera de hacerlo es adquiriendo productos ecológicos. Un 14% piensa que los productos ecológicos son mejores, y de ahí su decisión de compra.

Quizás lo que más les preocupa, según lo que se deduce de la encuesta, es la falta de información clara de las empresas sobre la sostenibilidad de sus productos. Un 38% afirma que “querría que las marcas dieran más opciones de productos respetuosos con el medio ambiente”.

Otro estudio elaborado por la consultora Everis en 2012, analiza la situación de este sector. El informe analiza el potencial del país en cuanto a la producción y distribución de estos productos a partir del análisis de la situación del mercado ecológico y el comportamiento actual y futuro de los consumidores españoles. Y para ello hace una comparativa con otros países de Europa como Dinamarca, Alemania, Francia o Inglaterra, donde el mercado ecológico es más maduro, y otros como Italia, en los que los hábitos de consumo y la cultura son similares a España.

La salud, el gusto y la calidad son los principales motivos de compra de los españoles, mientras que en Europa destacan, además de la salud, la conciencia medioambiental como factor de compra.

El informe destaca el potencial del mercado ecológico en España donde en los últimos diez años ha crecido a un ritmo del 25%, superando la media de crecimiento del



conjunto de la Unión Europea, que se sitúa en un 12% y por encima también del de países con un fuerte arraigo de la cultura ecológica como Dinamarca o Alemania.

Aunque la sociedad claramente parece querer consumir más productos ecológicos (el 65% de la población así lo indica), el precio elevado, el desconocimiento y la dificultad de encontrar productos ecológicos fuera de las tiendas especializadas son los principales obstáculos para el consumo de este tipo de productos.

El estudio señala la viabilidad de reducir los diferenciales de precio entre el producto ecológico y el convencional aprovechando las economías de escala y sin perder margen como ya hemos visto en el apartado de precios.

### 2.7.1 TIPOS DE CONSUMIDORES

Se clasifica a los consumidores ecológicos en cuatro grupos:

-Convencidos (32%). Son los abanderados de la “Causa Ecológica”, y muestran en consecuencia, una actitud combativa y militante por defenderla. Su defensa de la alimentación ecológica se basa por igual, tanto en su carácter saludable, como en su papel de garantía de un desarrollo sostenible respetuoso con el medio ambiente. Muestran un alto grado de conocimiento de los productos ecológicos, tanto en su correcta identificación, como en su variedad. Mayor peso entre las mujeres.

-Des-implicados (26%). Muestran una actitud claudicante hacia el cambio climático: es un proceso inexorable sobre el que poco vamos a poder hacer. Su consumo de productos ecológicos es más determinado por las modas (efecto mimético) que por convicciones profundas de cualquier otra índole. Es el menos preocupado por mantener estilos de vida saludables. Población más joven.

-Ecologistas (21%). Muestra preocupación por el medio ambiente y traduce esa preocupación en hábitos de consumo responsables. Conoce mejor que la media, aquellas compañías que hacen un mayor esfuerzo por la sostenibilidad. Tiene criterios claros para la correcta identificación de los productos “Ecológicos”: Se informa, lee la composición antes de decidir sus compras. Muestra una actitud más abierta y proactiva para la prueba de productos nuevos. Mostrando un incremento en la incorporación de varones

-Preocupados por la salud (21%). Muestra un nivel de implicación con la problemática medio- ambiental menor que los otros grupos (tan sólo presta atención el tema del reciclaje). Su preocupación preferente por su salud (y la de los suyos), es la clave de entrada de su interés por lo “Ecológico”: consumir este tipo de productos es una garantía para “cuidarse mejor” (al igual que hacer deporte). Aumenta el número de hombres

Los “Convencidos” son los consumidores de más trayectoria con una media que supera los 7 años. En el lado opuesto hayamos a los “Des- implicados” con poco más de 4 años. “Ecologistas” y “Convencidos” están incrementando el consumo. Hay nuevos consumidores entre los “Des-implicados”, pero también un alto número de ellos ha reducido su consumo.

## CAPÍTULO 3 METODOLOGÍA

### **3.1 INTRODUCCION**

Se procede a la investigación comercial para hallar las motivaciones e intenciones de compra y consumo o no de productos alimenticios ecológicos, disposición a pagarlos, actitudes hacia los productos ecológicos, grado de conocimiento sobre ecológicos y grupos de consumo y dificultad o facilidad de encontrarlos. De esta manera podemos analizar la percepción que los consumidores tienen sobre los productos ecológicos. Luego, se describe el diseño de cuestionario y tras ello se describen las técnicas de análisis de los datos y su tratamiento para la interpretación de los resultados que concluyen este estudio. Así podremos conocer la situación del mercado de los productos y valorar las posibilidades de un mercado potencial.

### **3.2 INVESTIGACION COMERCIAL**

La investigación comercial o de mercado es el diseño, recopilación de la información, el tratamiento y análisis de los datos obtenidos, interpretación de dichos análisis y sus respectivas conclusiones para hacer uso de ellos.

Para todo ello hace falta recoger y analizar los datos obtenidos a alaveses de diferentes edades y sexos mediante encuestas realizadas durante diciembre del 2014 y marzo del 2015.

La American Marketing Association (AMA) la define como: «la recopilación sistemática, el registro y el análisis de los datos acerca de los problemas relacionados con el mercado de bienes y servicios».

Según Peter D. Bennet (1998) la investigación de mercados especifica la información requerida para abordar estos problemas; diseña el método para recolectar la información, dirige e implementa el proceso de recolección de datos; analiza los resultados y comunica los hallazgos y sus implicaciones.

Kinner y Taylor (1998) lo definen como el enfoque sistemático y objetivo para el desarrollo y el suministro de información para el proceso de toma de decisiones por la gerencia de marketing.

### **3.3 ETAPAS DE LA INVESTIGACION COMERCIAL**

#### **3.3.1 OBTENCION DE LA INFORMACION**

Podemos diferenciar dos tipos de información, la información cualitativa y la cuantitativa. La información cualitativa, se trata de información que se analiza en términos cualitativos, a los cuales se les da una serie de atributos o características. Este tipo de información no tiene aplicación estadística por tanto para poder hacer una interpretación hay que codificar los datos obtenidos.

Por otro lado a la información cuantitativa, permite examinar los datos de manera numérica, se le pueden emplear directamente técnicas estadísticas descriptivas. A su vez, pueden ser discretas o continuas. Las discretas son aquellas que son valores separados y en cambio en las continuas no existe separación y puede ser cualquier valor dentro de un rango.

Para obtener dicha información tanto cualitativa como cuantitativa se recurre a las fuentes de información que se dividen en fuentes primarias y secundarias. Las primarias son utilizadas y elaboradas para la investigación a tratar. Las fuentes secundarias son información ya disponible y elaborada. Las fuentes secundarias se clasifican a su vez en información interna, si provienen de registros internos y externa si proviene del exterior.

Toda la información utilizada para la realización de los estudios del mercado de los productos ecológicos a nivel mundial, europeo, nacional y provincial, ha sido obtenida de fuentes secundarias tanto de forma interna como externa. Por el contrario, para el análisis de la actitud del consumidor de productos ecológicos, se ha recurrido a la información primaria a través de cuestionario o encuesta que nos proporciona no solo información sobre hechos concretos, también muestra el valor y la percepción de los consumidores sobre los mismos. Se trata de una técnica cuantitativa que nos permite extrapolar la información a través de técnicas estadísticas mediante el paquete estadístico SPSS 22.

Es por ello que resulta la opción más adecuada en una investigación de estas características. Entre las ventajas del uso del cuestionario en la que las preguntas son las mismas para todos los encuestados. Además, se consigue obtener información adicional al poder profundizar en aspectos no recogidos en la encuesta y la posibilidad de realizar estudios parciales.

### 3.3.2 DISEÑO DEL CUESTIONARIO

La encuesta debe permitir obtener toda la información necesaria para lograr los objetivos propuestos. Su lenguaje debe ser sencillo, de fácil entendimiento y expuesto de forma clara para que no lleve a confusión al encuestado. Su estructuración también debe ser sencilla, para que haya una separación entre los distintos objetivos que se desean, así como su impresión y diseño.

El cuestionario comienza con una solicitud de colaboración, incluyendo información sobre el objetivo general de la investigación e indicando a los entrevistados el anonimato y la confidencialidad de la información obtenida. Del mismo modo, finaliza con un agradecimiento por su valiosa colaboración.

En cuanto a la información a obtener, se realiza una encuesta de 36 preguntas, preguntas tanto de respuestas múltiples como de una sola opción. La encuesta tiene cuatro diferentes apartados.

En el primer apartado, “Consumo de alimentos y alimentos ecológicos y hábitos de compra”, es un apartado de 14 preguntas. Las primeras 2 preguntas hacen referencia al consumo de alimentos en general y alimentos ecológicos y a las características importantes a la hora de realizar la compra. De la pregunta 3 a la 6, se quiere saber el grado de conocimiento sobre ecológicos, las fuentes de información en el conocimiento de este tipo de productos y tiendas en las que se pueden adquirir dichos productos.

Con la pregunta número 7, se quiere determinar si consumen productos ecológicos y la frecuencia. En el caso de los que consumen productos ecológicos, de la pregunta 8 a la 11 se quiere saber qué tipo de productos consumen, si el consumidor busca el sello que acredita que el producto está certificado y que avala que se ha producido bajo técnicas ecológicas, si les resulta fácil encontrarlos y que características valoran a la hora de adquirir productos alimenticios ecológicos.

De la pregunta número 12 a la 14, se quiere saber el conocimiento o no de los grupos de consumo y en el caso de que sea así, si consumen en ellos o no. Y en el caso de que no lo hagan si es que lo harían o no si tienen oportunidad para ello.

En el segundo apartado, “Actitudes hacia los alimentos ecológicos”, consiste de dos preguntas. Una para todos para valorar la actitud hacia los productos ecológicos y la otra para valorar porque no compran o han dejado de comprar alimentos ecológicos los no consumidores.

El tercer apartado, “Disposición a comprar y a pagar por alimentos ecológicos”, consta de 9 preguntas. La pregunta número 17 y 18 son únicamente para consumidores, se quiere saber cuánto gastan en ecológicos al mes y si a raíz de la crisis ha disminuido o no el consumo de ellos. De la 19 a la 22 y la 25, son preguntas exclusivas para los no consumidores, de esta manera se quiere saber si ven productos ecológicos en su lugar habitual de compra, si los comprarían si estuviesen en él, si a igualdad de precio o a precio más barato los comprarían y porque no los compran.

Las preguntas 23 y 24 son para responderlas todos los encuestados. La primera hace referencia a si están dispuestos a pagar un sobreprecio por los alimentos ecológicos y pro que alimentos lo harían.

Y por último el apartado, “Características sociodemográficas y estilos de vida”, con 10 preguntas para todos los encuestados. Con las primeras 2 se quiere saber acerca de los estilos de vida y actitudes hacia el medio ambiente de los encuestados. Con siguientes preguntas se quiere saber la edad, sexo, lugar en el que residen, tamaño familiar, nivel de ingresos mensuales familiares, nivel de estudios y la profesión.

En cuanto al formato de la encuesta se han utilizado tanto preguntas abiertas como cerradas, eligiendo un tipo u otro en función de la información que se quiere obtener. Las escalas son diferentes. Para la medición de actitudes se han utilizado escalas de Likert con cinco niveles jerarquizados.

Existen unos métodos básicos para efectuar las encuestas, personalmente, por correo convencional o electrónico y por teléfono.

Para el estudio se ha elegido la encuesta personal y la de correo electrónico. Dentro de todas las posibilidades la más idónea para obtener la información deseada sería la encuesta personal, pero no resulta tan fácil realizar encuestas personales y aleatorias a pie de calle.

### 3.3.3 FIJACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para realizar el estudio hay que saber el número representativo de encuestas que hay que realizar, según el total de la población alavesa. El cuestionario ha sido dirigido a cualquier consumidor residente en Álava.

El tamaño muestral se ha calculado con datos del censo del año 2014, teniendo en cuenta la edad, sexo y Cuadrilla alavesa en la que residen.

El tamaño muestral se calcula con la siguiente fórmula matemática:

$$n = k^2 pq / e^2$$

En la que:

n: tamaño de la muestra

k: 2; nivel de confianza de 95,5%

N: 260.790; universo, población de Álava mayor de 18 años

e: 0,08; 8%; error muestral

p: 0,5; probabilidad de que la mitad de N sea que SI consume ecológicos; siendo  $p+q=1$

q: 0,5; probabilidad de que la mitad de N sea que NO consume ecológicos; siendo  $p+q=1$

El valor de k determina la confianza que se da a la extrapolación realizada de los valores obtenidos en la muestra respecto a la población total. En el caso de este estudio se ha asignado un grado de confianza del 95,5% por tanto corresponde al valor de  $k=2$ . Los valores de p y q no se conocen, por lo tanto se les ha asignado un valor de 0,5 a cada uno de ellos. Finalmente al error muestral se le ha asignado el valor de 0,08, esto es un 8%.

De esta manera el número de encuestas que se ha realizado ha sido 156, entre la población de Álava y atendiendo a la segmentación a utilizar el número de encuestas queda distribuida de la siguiente manera. (Ver tabla N° 21 y 22)

**Tabla N° 21. Distribución del tamaño muestral**

	Total			18-34			35-64			>= 65		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
Araba/Álava	156	71	85	71	33	38	62	28	34	23	10	13
AÑANA	4	2	2	0	0	0	4	2	2	0	0	0
AYALA	17	8	9	4	1	3	9	5	4	4	2	2
LLANADA ALAVESA	6	3	3	0	0	0	4	2	2	2	1	1
MONTAÑA ALAVESA	2	1	1	0	0	0	2	1	1	0	0	0
RIOJA ALAVESA	6	3	3	0	0	0	4	2	2	2	1	1
VITORIA-GASTEIZ	116	52	64	67	32	35	35	14	21	14	6	8
ZUYA	5	2	3	0	0	0	4	2	2	1	0	1

**Tabla N° 22. Características del muestreo**

<b>UNIVERSO</b>	260.790 habitantes Alaveses mayores de 18 años
<b>ÁMBITO</b>	ÁLAVA
<b>TAMAÑO MUESTRAL</b>	156 encuestas
<b>ERROR MUESTRAL</b>	8%
<b>NIVEL DE KONFIANZA</b>	95,5%; k=2
<b>DISEÑO DE LA MUESTRA</b>	Muestreo aleatorio, probabilístico, distribuido por la edad, por género y residencia
<b>FECHA DEL TRABAJO DE LA MUESTRA</b>	Diciembre de 2014-Marzo de 2015

### 3.3.4 TRATAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS

Una vez recogida la información a través del cuestionario, es necesario simplificarla para hacerla comprensible y sencilla de manejo. Se numeran todas las encuestas y se revisan posibles errores. Llegado a este punto, antes de comenzar a trabajar con el paquete estadístico SPSS 22, se efectúa la codificación de los datos obtenidos, asignando un número a cada posible respuesta. Todo ello se recopila en una hoja de cálculo para luego poder volcarla directamente a SPSS, para hacer los análisis estadísticos.

Se realizan análisis univariante y bivalente.

#### 3.3.4.1 ANALISIS UNIVARIANTE

En primer lugar se realizan los análisis univariantes con el fin de ofrecer una descripción inicial del mercado estudiado. Se calculan básicamente frecuencias, medias y desviaciones típicas, estudiándose una única variable.

Para aquellas variables de carácter cuantitativo o numérico, incluyendo las escalas de Likert, se realizarán las medias y para las de carácter cualitativo, no numérico, las frecuencias o porcentajes. Con este análisis se permitirá conocer el resultado general de cada una de las variables analizando la actitud media de los encuestados.

#### 3.3.4.2 ANALISIS BIVARIANTE

La utilización de las técnicas bivariantes tiene como principal objetivo establecer los distintos grupos de comportamiento en función de sus características sociodemográficas, así como buscar las relaciones existentes entre las distintas



respuestas del consumidor relacionándose dos variables. En función del tipo de información que se trata de conseguir se realizan los siguientes análisis:

El análisis de la varianza ANOVA, trata de comparar dos variables entre sí, una cuantitativa y otra cualitativa. Se compara la variabilidad de las muestras para ver si estas proceden de la misma población.

En cuanto el Coeficiente de Correlación de Pearson, es una medida del grado de asociación entre dos variables cuantitativas, pudiendo tomar valores entre uno y menos uno. De esta manera se observa si dos variables son independientes o no.

La prueba de Chi cuadrado permite determinar la interdependencia entre las variables de una tabla de contingencia. Esta prueba permite averiguar si existe una diferencia significativa entre los valores observados y esperados del conjunto de datos. Para ello se acepta la hipótesis de que las variables son independientes. Se realiza una tabulación cruzada de las frecuencias entre las dos variables a analizar y se determina el valor de Chi cuadrado. Si es menor que 0,10 es que si existen diferencias entre los grupos, por lo es necesario estudiar las tablas de contingencia y localizar así las diferencias. Si el valor obtenido es mayor al valor de las tablas Chi cuadrado según el nivel de significación y grados de libertad elegidos, se rechaza la hipótesis y se acepta que las variables están relacionadas.

## CAPÍTULO 4 RESULTADOS

## **4.1 INTRODUCCIÓN**

En el próximo capítulo se analizan los resultados obtenidos en las encuestas mediante técnicas descritas en el capítulo correspondiente a la metodología.

Se distribuye el estudio en diferentes apartados, en función de los factores de consumo de alimentos, alimentos ecológicos y hábitos de compra, disposición a comprar y a pagar por alimentos ecológicos, actitudes hacia alimentos ecológicos y características sociodemográficos y de estilos de vida de las personas encuestadas. Para ello se han realizado 156 encuestas a diferentes personas de la provincia de Álava.

## **4.2 CARACTERIZACIÓN DE LAS MUESTRAS**

De esta manera la caracterización de la muestra permite clasificar a los encuestados en diferentes grupos.

Con los datos obtenidos se obtiene la información referente a características sociológicas, demográficas y económicas. Se trata de la edad, sexo, núcleo en el que viven, Cuadrilla Alavesa en la que viven, tamaño familiar, renta mensual o clase social, nivel de estudios y ocupación. Todas las características se resumen en la tabla N° 23..

Por otro lado se analiza el estilo de vida de los encuestados y su actitud hacia el medio ambiente.

**Tabla N° 23. Características sociodemográficas**

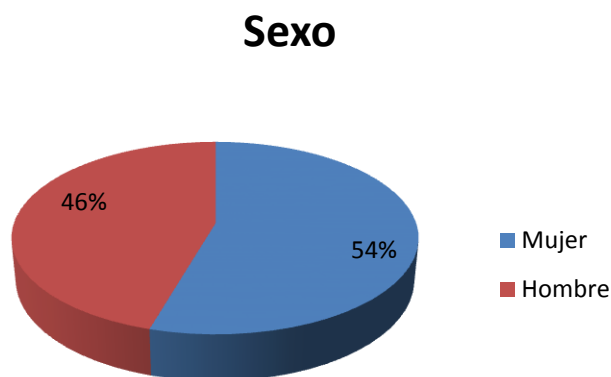
CARACTERISTICAS SOCIODEMOGRAFICAS		Frecuencia	Porcentaje (%)
Sexo	Mujer	85	54,5
	Hombre	71	45,5
Edad*			41,31
Núcleo de población	Núcleo rural	23	14,7
	Población pequeña	28	17,9
	Población grande	105	67,3
Cuadrilla	Añana	4	2,6
	Ayala	17	10,9
	Llanada alavesa/Salvatierra	6	3,8
	Montaña alavesa/ Campezo	2	1,3
	La Rioja alavesa	6	3,8
	Vitoria-Gasteiz	116	74,4
	Zuya	5	3,2
Tamaño familiar*			3,08
Nivel de ingresos	Menos de 900 euros	6	3,8
	De 900 euros a 1500 euros	27	17,3
	De 1500 euros a 2100 euros	49	31,4
	De 2100 euros a 3000 euros	36	23,1
	Más de 3000 euros	18	11,5
	No sabe/No contesta	20	12,8
Clase social	Modesta	3	15
	Media-Alta	4	20
	Media	12	60
	Media-Baja	1	5
Nivel de estudios	Elementales	25	16
	Medios	54	34,6
	Superiores	77	49,4
Ocupación/Profesión	Agricultor/a	3	1,9
	Pequeño industrial-comerciante	5	3,2
	Funcionario/a	20	12,8
	Empresario/a	5	3,2
	Jubilado/a	14	9
	Estudiante	8	5,1
	Parado/a	10	6,4
	Trabajador/a del hogar	12	7,7
	Otro	79	50,6

\*Edad y tamaño familiar no son porcentajes son medias.

#### 4.2.1 SEXO Y EDAD

De las 156 personas encuestadas, con una media de edad de 41 años, 85 eran mujeres, un 54,5%, y 71 eran hombres, un 45,5%. (Ver figura N° 43)

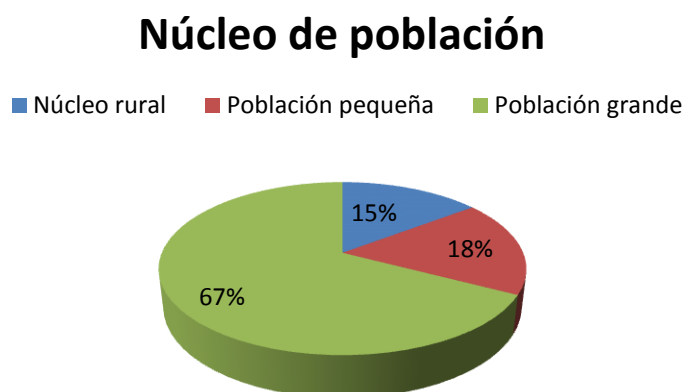
Figura N° 43. Sexo de los encuestados



#### 4.2.2 RESIDENCIA Y TAMAÑO FAMILIAR

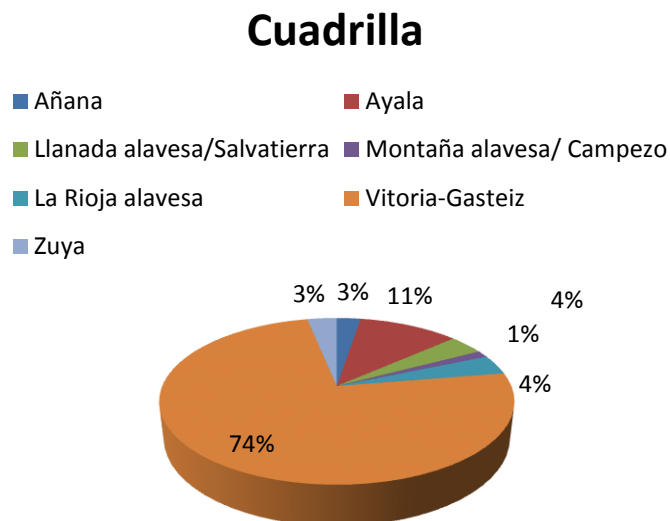
El 14,7% viven en un núcleo rural, el 17,9% en una población pequeña y la gran mayoría, el 67,3% vive en una población grande. (Ver figura N° 44)

Figura N° 44. Núcleo de población de los encuestados



Los encuestados se pueden repartir de esta manera en las 7 Cuadrillas Alavesas. En la cuadrilla de Añana viven 4 de los encuestados, el 2,6%; en Ayala 17, el 10,9%; en la Llanada alavesa 6, el 3,8%; en la Montaña alavesa 2, el 1,3%; en La Rioja alavesa 6, el 3,8%; en Vitoria-Gasteiz 116, el 74,4% y en Zuya 5, el 3,2%. Por tanto la mayoría de los encuestados viven en Vitoria-Gasteiz capital de Álava. (Ver figura N° 45)

**Figura N°45. Cuadrillas alavesas a las que pertenecen los encuestados**

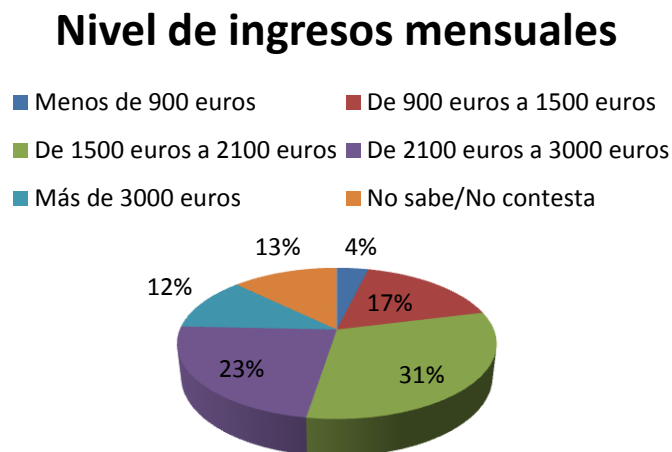


En cuanto al tamaño familiar, la media de habitantes por familia es de 3 personas.

#### 4.2.3 NIVEL DE INGRESOS MENSUAL O CLASE SOCIAL

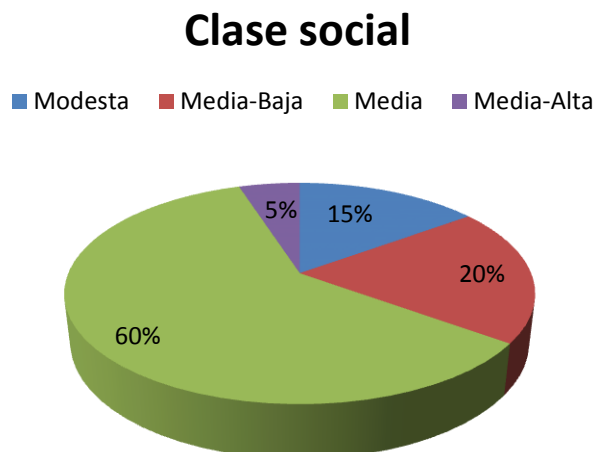
En cuanto a los ingresos de la población de la muestra hay grandes diferencias entre cada una de ellas, dándonos una importante información. En la mayoría de hogares los ingresos ascienden de entre 1500 euros a 2100 euros, siendo el 31,4% de los hogares. Por detrás le siguen los ingresos de entre 2100 euros a 3000 euros, con un 23,1%. Un 3,8% de hogares tiene ingresos menores de 900 euros. (Ver figura N° 46)

**Figura N° 46. Nivel de ingresos mensuales que tienen los encuestados**



20 de los encuestados que no han respondido o no han sabido responder al nivel de ingresos mensuales del hogar y por tanto han indicado la clase social a la que creen pertenecer. Ninguno de ellos pertenece a clase alta, 1 a media-alta, con un 5%; 12 a media, con un 60%; 4 a media baja, con un 20% y 3 a clase modesta, con un 15%. (Ver figura N° 47)

Figura N° 47. Clase social a la que pertenecen los encuestados



#### 4.2.4 NIVEL DE ESTUDIOS Y OCUPACIÓN

En cuanto al nivel de estudios, el 16% tiene estudios elementales, el 35% reconoce tener estudios medios y el 49%, esto es casi la mitad de los encuestados tiene estudios superiores. (Ver figura N° 48)

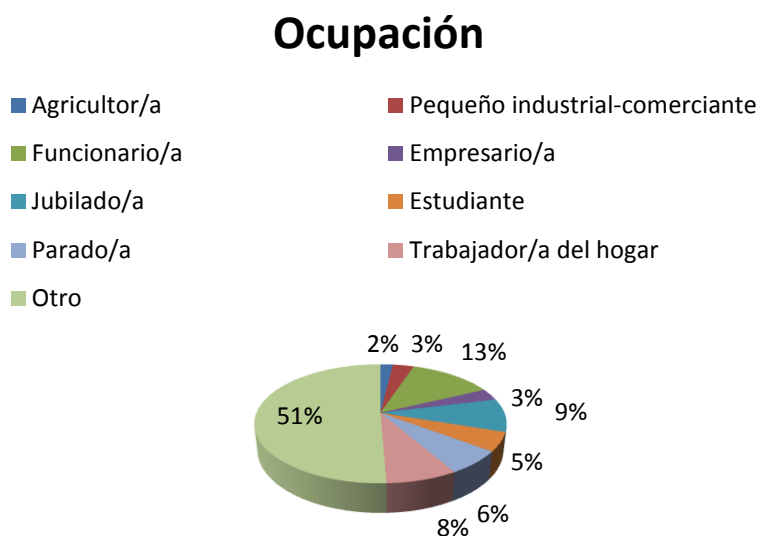
Figura N° 48. Nivel de estudios de los encuestados





Si estudiamos la profesión de los encuestados, se reparten de esta manera que la mayoría de encuestados se clasifican en la opción otros, siendo los que trabajan por cuenta ajena. Por detrás le sigue el 13% que son funcionarios, el 9% que son jubilados y el 8% que son trabajadores del hogar. (Ver figura N° 49)

**Figura N° 49. Ocupación de los encuestados**



### 4.2.5 ESTILOS DE VIDA

Es de gran interés caracterizar a la sociedad en función de su estilo de vida. Ya que se relacionan los alimentos ecológicos con la salud, la concienciación respecto al medio ambiente o los hábitos de vida saludables.

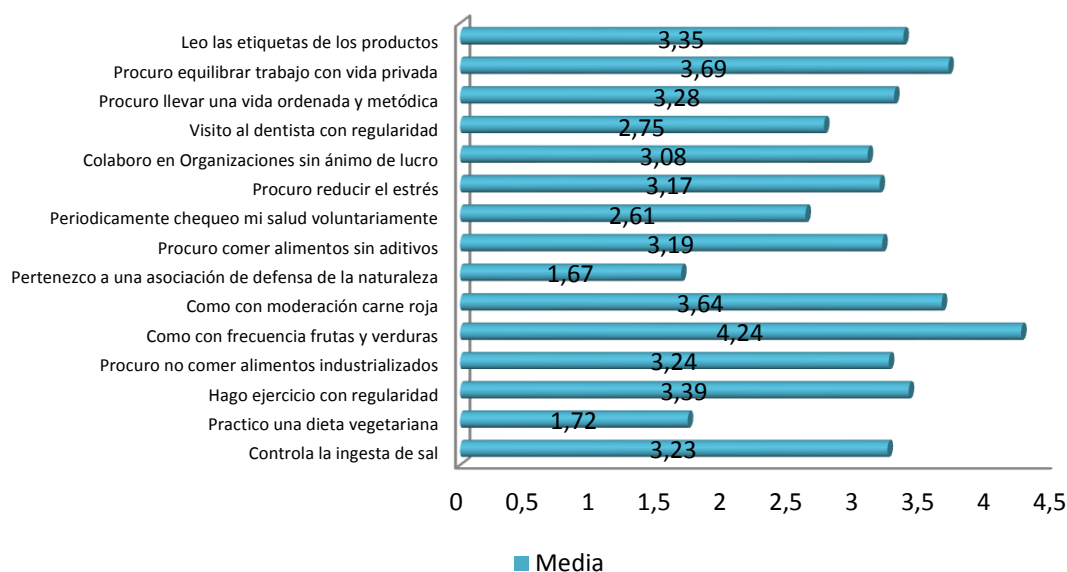
En este estudio se ha preguntado sobre los estilos de vida, dando valores del 1 al 5. El 1 corresponde al menor nivel de acuerdo y por lo contrario el 5 corresponde al máximo nivel de acuerdo.

**Tabla N° 24. Estilos de vida**

	Media	Desv. típ.
Controla la ingesta de sal	3,23	1,432
Practico una dieta vegetariana	1,72	1,032
Hago ejercicio con regularidad	3,39	1,216
Procuro no comer alimentos industrializados	3,24	1,192
Como con frecuencia frutas y verduras	4,24	,966
Como con moderación carne roja	3,64	1,254
Pertenezco a una asociación de defensa de la naturaleza	1,67	1,262
Procuro comer alimentos sin aditivos	3,19	1,217
Periódicamente chequeo mi salud voluntariamente	2,61	1,371
Procuro reducir el estrés	3,17	1,286
Colaboro en Organizaciones sin ánimo de lucro	3,08	1,706
Visito al dentista con regularidad	2,75	1,352
Procuro llevar una vida ordenada y metódica	3,28	1,173
Procuro equilibrar trabajo con vida privada	3,69	1,190
Leo las etiquetas de los productos	3,35	1,324

Teniendo en cuenta la media de las respuestas obtenidas, el aspecto más valorado es el hecho de comer con frecuencia frutas y verduras con una respuesta media de 4,24. Le siguen los aspectos como el procurar equilibrar trabajo con vida privada (3,69), comer con moderación carne roja (3,64), realizar ejercicio con regularidad (3,39) o leer las etiquetas de los productos (3,35). Por lo contrario, los aspectos menos valorados son practicar una dieta vegetariana (1,72) o pertenecer a una asociación de defensa de naturaleza (1,67). (Ver tabla N° 24 y figura N° 50)

**Figura N° 50. Estilos de vida**



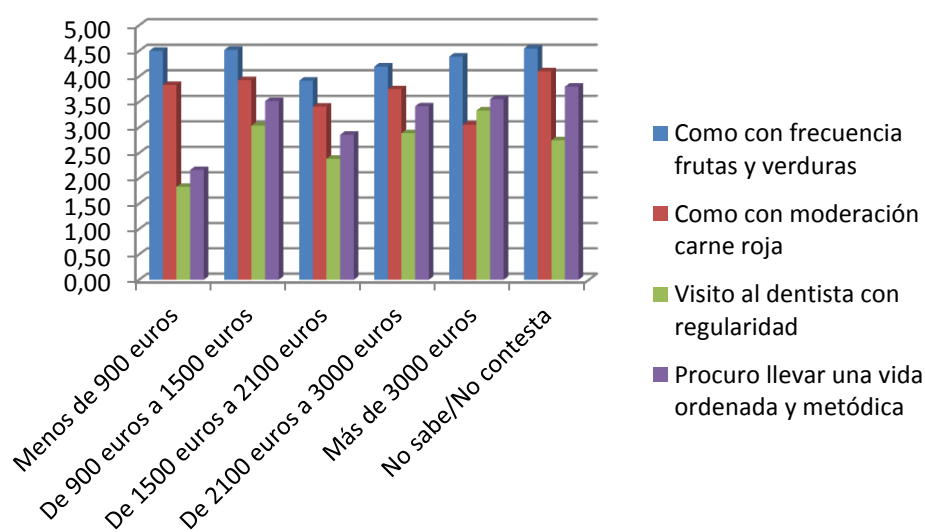
A continuación, se efectúa los análisis bivariantes, coeficiente de correlación de Pearson y ANOVA, para comprobar si existen diferencias significativas con respecto a las cualidades sociodemográficas y los estilos de vida de los encuestados. Los resultados indican que existen diferencias significativas, en cuanto a la edad, cuanto mayores son los encuestados mayores son las valoraciones referidas al control de la ingesta de sal, a la práctica de una dieta vegetariana, a procurar no comer alimentos industrializados, comer con frecuencia frutas y verduras, periódicamente chequean su salud voluntariamente y procuran llevar una vida ordenada y metódica. Por lo contrario cuanto mayores son los encuestados menor es porcentaje de colaboradores en organizaciones sin ánimo de lucro.

Si reparamos en la media de tamaño familiar es significativo que cuanto mayor es la familia, más procuran comer alimentos sin aditivos.

Por otro lado si analizamos comparándolo con el sexo de los consumidores, son resultados significativos que las mujeres procuran más que los hombres no comer alimentos industrializados; comer con frecuencia frutas y verduras; comer con moderación carne roja; procurar comer alimentos sin aditivos; chequear periódicamente su salud voluntariamente; visitar al dentista con regularidad; procurar llevar una vida ordenada y metódica y leer las etiquetas de los productos. Parece por tanto que las mujeres cuidan más su dieta.

También repararemos en cuanto al nivel económico, observamos que es significativo que los que tienen un renta mensual familiar de 1.500 a 2.100 euros, son los que menos importancia le dan a comer frutas y verduras con frecuencia. A su vez los que menos importancia a comer carne roja con moderación son los que tienen una renta mensual de más de 3.000 euros. Además, los que tienen un sueldo mensual de menos de 900 euros son los que con menor regularidad visitan al dentista y los que menor importancia le dan a llevar una vida ordenada y metódica. (Ver figura N° 51)

**Figura N° 51. Media de estilos de vida según nivel económico**



Por último, si lo comparamos con el nivel de estudios, los encuestados con estudios superiores le dan menor importancia a controlar la ingesta de sal y mayor importancia a colaborar en organizaciones sin ánimo de lucro. Por otro lado, los que menos importancia le dan a practicar una dieta vegetariana y a leer las etiquetas de los productos son los que tienen estudios elementales. A su vez son los que mayor importancia le dan a procurar comer alimentos industrializados; a pertenecer una asociación de defensa de la naturaleza; a procurar comer alimentos sin aditivos; a chequear periódicamente de forma voluntaria su salud y a procurar llevar una vida ordenada y metódica.

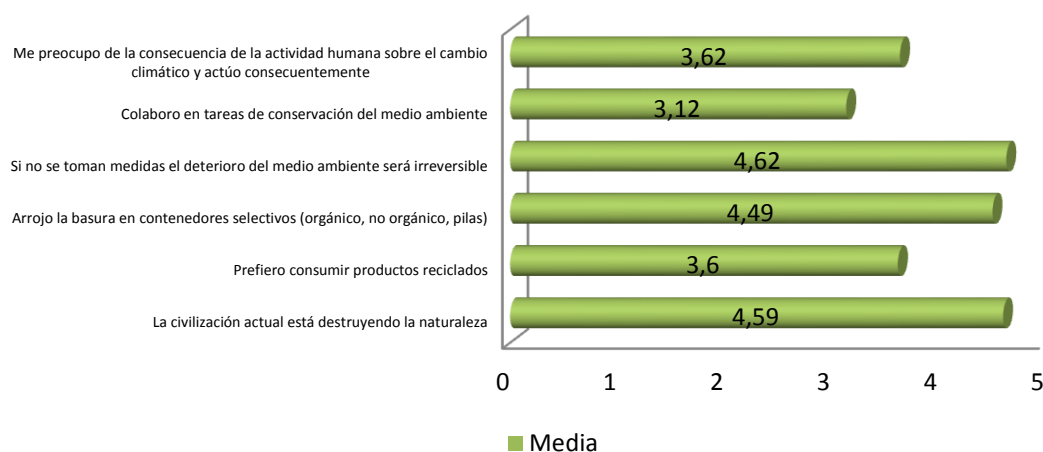
#### 4.2.6 ACTITUDES HACIA EL MEDIO AMBIENTE

Se analiza las actitudes hacia el medio ambiente de los encuestados. En el cuestionario hace referencia a actitudes que se valoran de 1 al 5, siendo el 1 el valor de menor desacuerdo y el 5 el mayor valor de acuerdo. Las preguntas valoran la preocupación por las consecuencias de la actividad humana sobre la naturaleza y actitudes que cada individuo opta frente a algunas cuestiones como el reciclaje, el consumo o la conservación del medio ambiente.

**Tabla N° 25. Actitudes hacia el medio ambiente**

	Media	Desv. típ.
La civilización actual está destruyendo la naturaleza	4,59	,726
Prefiero consumir productos reciclados	3,60	1,111
Arrojo la basura en contenedores selectivos (orgánico, no orgánico, pilas)	4,49	,876
Si no se toman medidas el deterioro del medio ambiente será irreversible	4,62	,712
Colaboro en tareas de conservación del medio ambiente	3,12	1,307
Me preocupo de la consecuencia de la actividad humana sobre el cambio climático y actúo consecuentemente	3,62	1,103

**Figura N° 52. Actitudes hacia el medio ambiente**



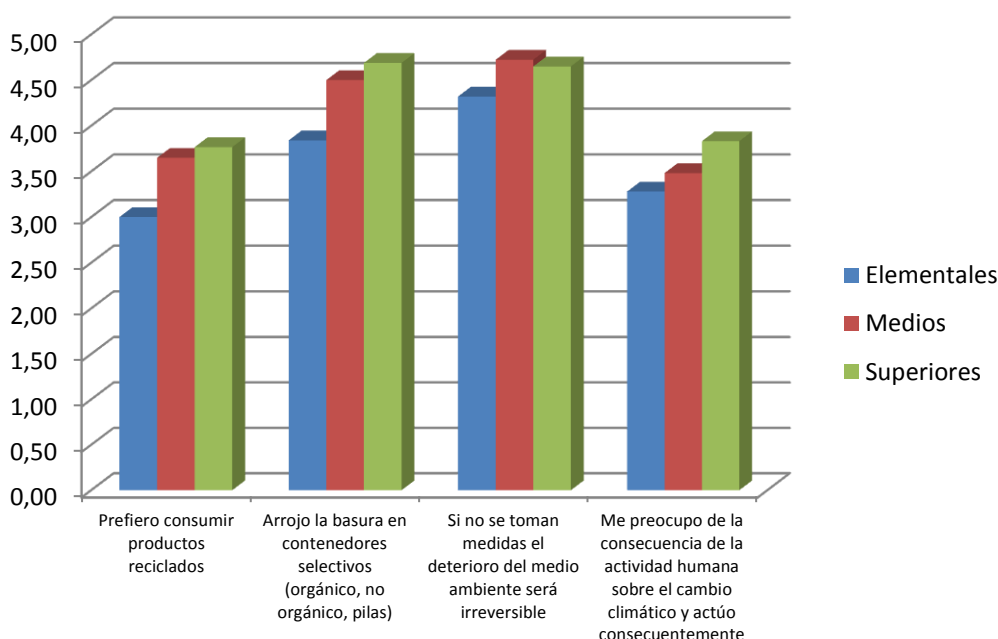
Según podemos ver en la tabla N° 25 y figura N° 52 La población está concienciada socialmente. Afirma que la civilización actual está destruyendo la naturaleza y que si no se toman medidas el deterioro del medio ambiente será irreversible y seleccionan la basura. Dicen colaborar con tareas de conservación del medio ambiente y consumir productos reciclados.

Se efectúan los análisis bivariantes coeficiente de correlación de Pearson y ANOVA, para así poder ver si existen diferencias significativas entre características sociodemograficas y la actitud hacia el medio ambiente que tienen los encuestados. En cuanto se refiere a la edad son significativas las siguientes características, cuanto mayores son los encuestados, peores valoraciones reciben el preferir consumir productos reciclados, el arrojar la basura en contenedores selectivos, el que si no se toman medidas el deterioro del medio ambiente será irreversible, el colaborar en tareas de conservación del medio ambiente y el preocuparse de las consecuencias de la actividad humana sobre el cambio climático y actuar consecuentemente.

En cuanto a tamaño familiar es significativo que cuanto mayor es el número de habitantes del hogar menor es valor de acuerdo de arrojar la basura en contenedores selectivos.

Además se analizan los datos según el nivel de estudios, los encuestados que tienen estudios elementales le dan menor importancia a preferir consumir productos reciclados; a arrojar la basura en contenedores selectivos; a que si no se toman medidas el deterioro del medio ambiente será irreversible y a preocuparse de las consecuencias de la actividad humana sobre el cambio climático y actuar consecuentemente. Esto indica que el nivel de estudios incide directamente sobre la conciencia medio ambiental. (Ver figura N° 53)

**Figura N° 53. Media de actitudes hacia el medio ambiente según el nivel de estudios**



### **4.3 CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMO Y HÁBITOS DE COMPRA**

En el siguiente apartado se caracterizará el consumo y hábitos de compra de productos ecológicos de los encuestados. Antes, se analizará el consumo de alimentos ecológicos o convencionales y los aspectos a tener en cuenta a la hora de adquirirlos.

#### **4.3.1 CONSUMO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS**

En la siguiente tabla N° 26, se resume la frecuencia de consumo de cada uno de los alimentos que se nombran. Las frecuencias de consumo son no consumo, consumo ocasional, una vez a la semana y más de una vez a la semana o habitualmente.

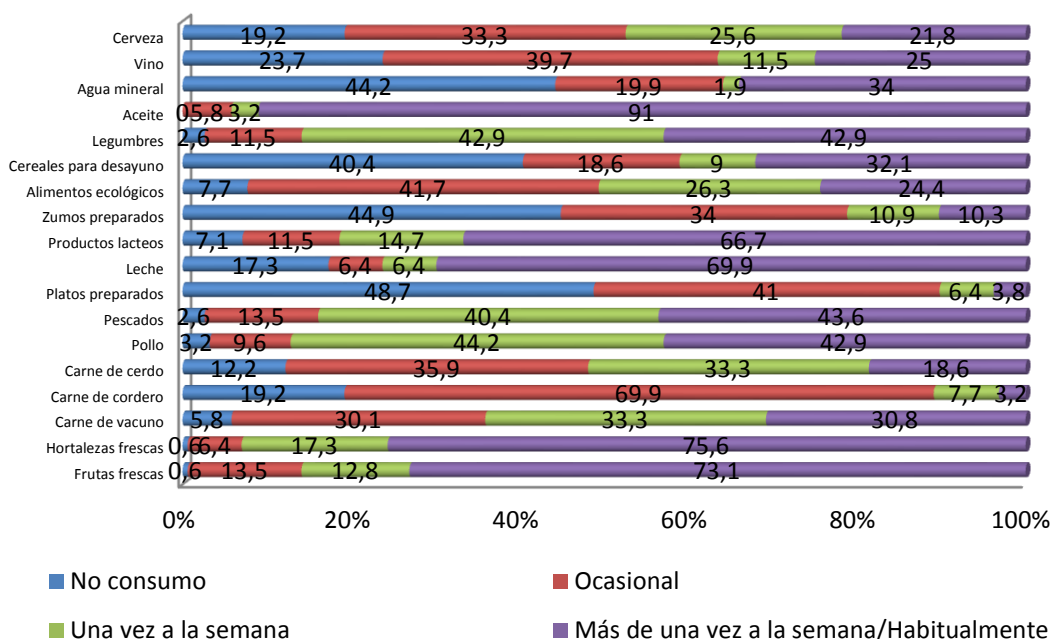
**Tabla N° 26. Consumo de productos alimenticios**

	Porcentaje (%)			
	No consumo	Ocasional	Una vez a la semana	Más de una vez a la semana/Habitualmente
Frutas frescas	0,6	13,5	12,8	73,1
Hortalizas frescas	0,6	6,4	17,3	75,6
Carne de vacuno	5,8	30,1	33,3	30,8
Carne de cordero	19,2	69,9	7,7	3,2
Carne de cerdo	12,2	35,9	33,3	18,6
Pollo	3,2	9,6	44,2	42,9
Pescados	2,6	13,5	40,4	43,6
Platos preparados	48,7	41	6,4	3,8
Leche	17,3	6,4	6,4	69,9
Productos lácteos	7,1	11,5	14,7	66,7
Zumos preparados	44,9	34	10,9	10,3
Alimentos ecológicos	7,7	41,7	26,3	24,4
Cereales para desayuno	40,4	18,6	9	32,1
Legumbres	2,6	11,5	42,9	42,9
Aceite	0	5,8	3,2	91
Agua mineral	44,2	19,9	1,9	34
Vino	23,7	39,7	11,5	25
Cerveza	19,2	33,3	25,6	21,8

Podemos ver que el 91% de consumidores consume aceite habitualmente, la mayoría de encuestados consumen habitualmente frutas y hortalizas frescas, en un menor porcentaje leche y productos lácteos. Los siguientes productos más consumidos son el pescado, el pollo y las legumbres. Lo que no comen más de una vez a la semana es la carne de cordero y los platos preparados.

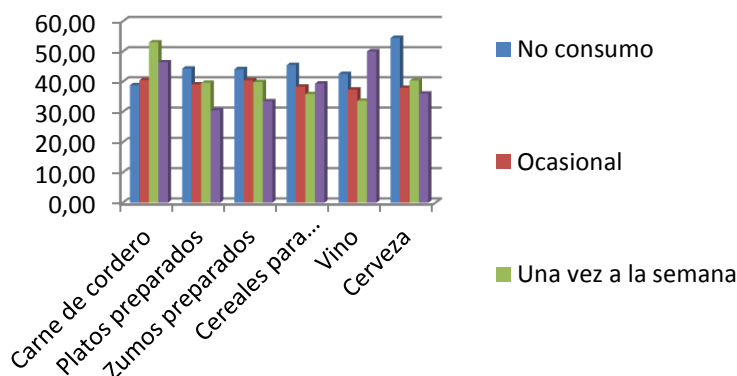
Los productos más consumidos ocasionalmente es la carne de cordero seguido por los platos preparados, los alimentos ecológicos y el vino. Los encuestados dicen no consumir mayoritariamente platos preparados, zumos preparados, cereales para el desayuno y agua mineral. (Ver figura N° 54)

**Figura N°54. Consumo de productos alimenticios**



También se ha querido estudiar si hay diferencias significativas entre las características sociodemográficas y el consumo de alimentos general de los encuestados. Para ello se ha realizado un análisis bivalente de ANOVA y Chi cuadrado. Como resultado hemos obtenido que en cuanto a la edad hay diferencias significativas en los siguientes aspectos. La Mayoría dice consumir carne de cordero ocasionalmente y tienen una media de 40 años. Cuanto mayores son los consumidores, consumen carne de cordero una vez a la semana. Al mismo tiempo los que dicen comer platos preparados, tomar zumos preparados y cerveza habitualmente son los más jóvenes con y a su vez, los más adultos no los consumen. Por otro lado la mayoría de los encuestados no consume cereales para el desayuno, siendo estos los más adultos, y los que los consumen habitualmente tienen una media de 39 años. Los que consumen vino habitualmente tiene una media de edad de 50 años, siendo los más mayores y por lo contrario los más benjamines de la encuesta dicen tomarlo una vez por semana. (Ver figura N° 55)

**Figura N°55. Media de edad y consumo de productos alimenticios**





Por otro lado cabe destacar que existen diferencias significativas sobre el tamaño familiar, cuanto mayor es el número de habitantes en el hogar, mayor es el número de encuestados que consume hortalizas frescas habitualmente. Si miramos el consumo de carnes, podemos decir que las familias más numerosas no consumen carne de vacuno ni carne de cordero. En cuanto a la carne de cerdo, las familias más pequeñas lo consumen ocasionalmente y las más numerosas las que los consumen habitualmente. Si observamos el consumo de pescado, son las familias más numerosas las que no consumen este producto. Las familias numerosas consumen menos productos proteicos más caros como pescado, carne de ternera o cordero.

También observaremos las diferencias significativas según el sexo de los encuestados, entre los que consumen hortalizas frescas una vez por semana el 66% son hombres y por lo contrario entre los que dicen comerlas habitualmente el 61% son mujeres. Hay que mencionar sobre el consumo de carne de cordero, carne de cerdo, pescado, alimentos ecológicos y vino, que de entre los que dicen no consumirlos la gran mayoría son mujeres y a la vez también son mujeres las que consumen habitualmente carne de cordero, pescado y alimentos ecológicos. Así mismo, la mayoría de los que dicen consumir vino una vez a la semana son mujeres.

Por lo que se refiere a las diferencias por la renta mensual, podemos destacar que los que tienen un salario mensual menor a 900 euros apenas consumen productos lácteos.

Por último repararemos en ver diferencias significativas en relación al nivel de estudios que poseen los encuestados. La mayoría de los consumidores que no comen carne de cordero, que la comen ocasionalmente o que los comen habitualmente tienen estudios superiores y por lo contrario los que la comen una vez por semana tienen estudios elementales. Todas las personas que no consumen pescado tienen estudios medios y la mayoría de los que consumen pescado y cerveza ocasionalmente, una vez por semana y habitualmente tienen estudios superiores. Por otro lado el 84% de los que consumen productos ecológicos habitualmente tiene estudios superiores. Acerca de los cereales de desayuno y el vino podemos decir que la gran mayoría de los que los consumen una vez por semana también tiene estudios superiores.

### 4.3.2 MOTIVOS DE COMPRA DE ALIMENTOS, ECOLÓGICOS O NO

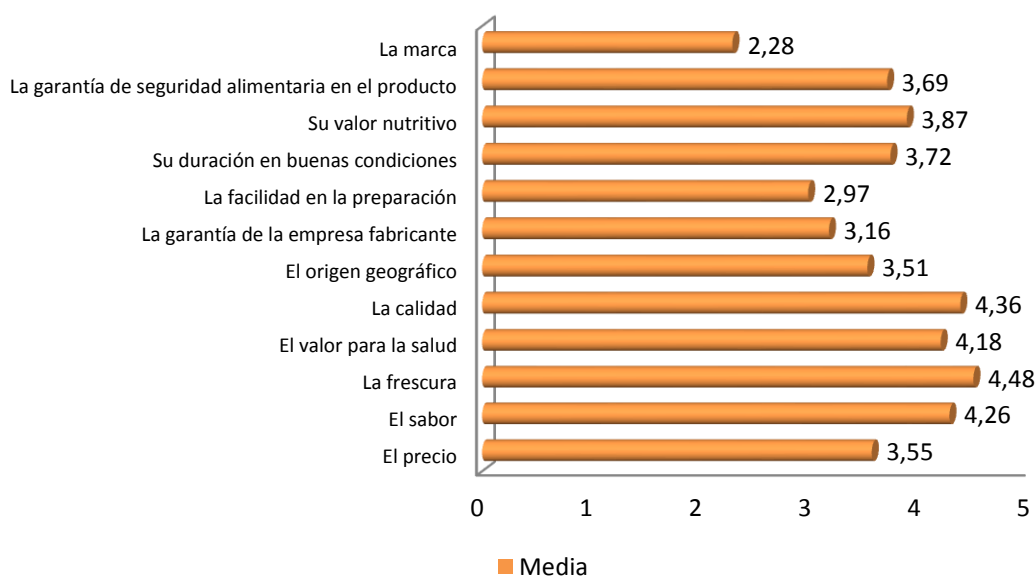
En cuanto a motivos de compra de productos alimenticios, en el cuestionario se da un listado de motivos de compra y se dan valores de 1 al 5, siendo uno el máximo nivel de acuerdo y 1 el mínimo. En la tabla se muestra la media de las respuestas obtenidas.

**Tabla N° 27. Motivos de compra de alimentos ecológicos o no**

	N	Media	Desv. típ.
El precio	156	3,55	,966
El sabor	156	4,26	,763
La frescura	156	4,48	,723
El valor para la salud	156	4,18	,905
La calidad	156	4,36	,727
El origen geográfico	156	3,51	1,199
La garantía de la empresa fabricante	156	3,16	1,127
La facilidad en la preparación	156	2,97	1,056
Su duración en buenas condiciones	156	3,72	1,007
Su valor nutritivo	156	3,87	1,088
La garantía de seguridad alimentaria en el producto	156	3,69	1,205
La marca	156	2,28	1,106

Podemos observar en la tabla N° 27, que el motivo más valorado a la hora de la compra de alimentos es la frescura de producto a la hora de adquirirlo, muy de cerca le siguen la calidad, el sabor, el valor para la salud y su valor nutritivo. Los consumidores no tienen tan en cuenta la marca y la facilidad en la preparación del alimento a consumir. (Ver figura N° 56)

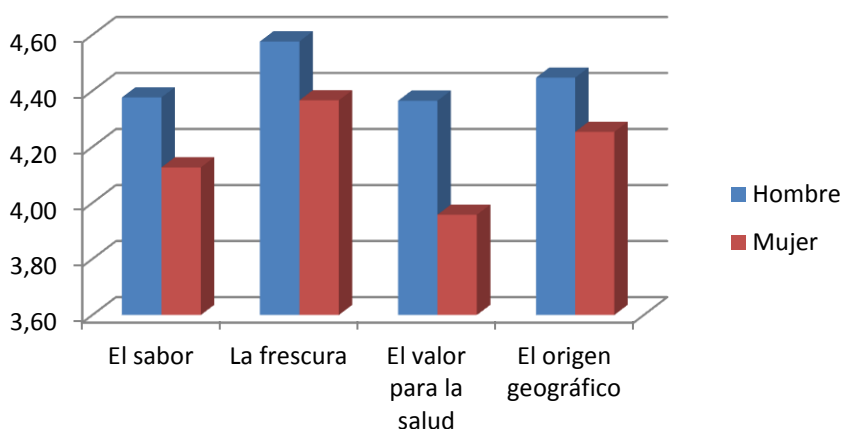
**Figura N° 56. Motivos de compra de alimentos**



Tras saber la importancia de aspectos a la hora de realizar la compra se realiza los análisis bivariantes de coeficiente de Pearson y ANOVA, para saber qué diferencias significativas existen. Cuanto mayores son los encuestados, más valor se le da a todas las características indicadas menos al sabor. Por otro lado, cuanto mayor es el tamaño familiar mayor valor de importancia se le da al sabor, al origen geográfico, a la facilidad de la preparación y a la garantía de seguridad alimentaria en el producto.

Si reparamos en las diferencias entre sexos podemos destacar que las mujeres dan más importancia al sabor, a la frescura, al valor para la salud y a la calidad. (Ver figura N° 57)

**Figura N°57. Media de motivos de compra de alimentos según el sexo**



El siguiente aspecto a tratar es el nivel de estudios de los encuestados, se observa que la gente con estudios elementales le dan más importancia al precio, a la calidad, al origen geográfico, a la garantía de la empresa fabricante, a la facilidad en la preparación, a la duración en buenas condiciones y a la garantía de seguridad alimentaria en el producto.

## **4.4 CONOCIMIENTOS SOBRE PRODUCTOS ECOLÓGICOS**

En este estudio es importante saber el conocimiento de los consumidores para ello se realizan diversa preguntas, como el grado de conocimiento sobre productos ecológicos alimenticios, nociones de identificación de alimentos ecológicos, fuentes de información y comercios donde se pueden adquirir productos ecológicos.

#### 4.4.1 GRADO DE CONOCIMIENTO DE LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS

Para medir el grado de conocimiento acerca de los productos ecológicos se ha realizado una pregunta directa en la encuesta. La siguiente tabla muestra los resultados obtenidos.

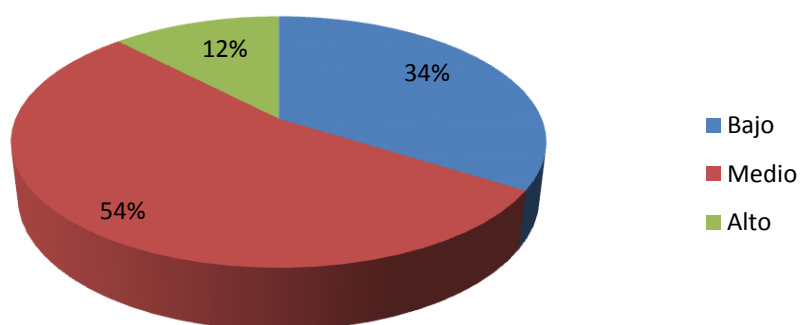
**Tabla N° 28. Grado de conocimiento de los productos ecológicos**

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Bajo	53	34,0
Medio	84	53,8
Alto	19	12,2

Como podemos ver en la tabla N° 28 y en la figura N° 58 la mayoría de los encuestados, el 53,8% afirma tener conocimientos medios sobre productos ecológicos alimenticios, un 34% tiene conocimientos bajos y un 12,2% dice tener altos conocimientos sobre el tema.

**Figura N° 58. Grado de conocimiento de los productos ecológicos**

#### Nivel de conocimiento sobre productos ecológicos



Realizando el análisis bivariantes no existe ninguna diferencia significativa entre el nivel de conocimientos sobre productos ecológicos y características sociodemográficas.

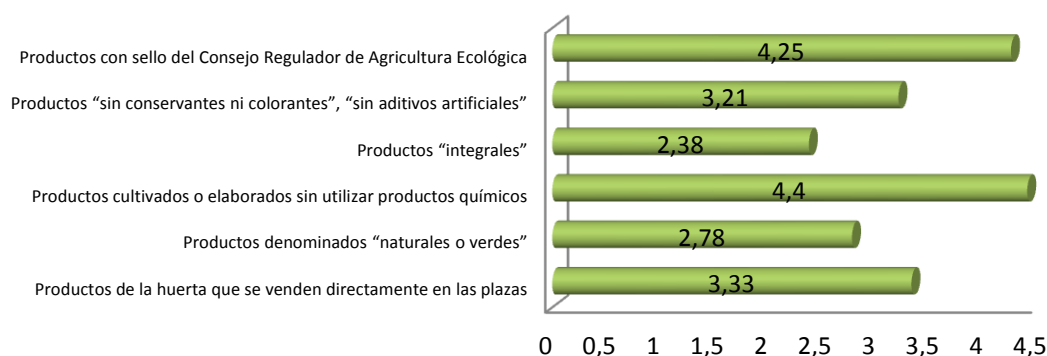
#### 4.4.2 NOCIONES DE IDENTIFICACIÓN

Tras analizar el grado de conocimientos, se quiere saber el conocimiento que tienen los encuestados sobre como reconocer o identificar productos ecológicos alimenticios. Se dan en el cuestionario seis posibles respuestas para valorar del 1 al 5 según el grado de acuerdo, siendo 5 el máximo acuerdo y por lo contrario 1 el mínimo. A continuación podemos ver las respuestas obtenidas y su correspondiente figura.

**Tabla N° 29. Nociones de identificación de los productos ecológicos**

	Media	Desv. típ.
Productos de la huerta que se venden directamente en las plazas	3,33	1,365
Productos denominados “naturales o verdes”	2,78	1,122
Productos cultivados o elaborados sin utilizar productos químicos	4,40	,949
Productos “integrales”	2,38	1,230
Productos “sin conservantes ni colorantes”, “sin aditivos artificiales”	3,21	1,334
Productos con sello del Consejo Regulador de Agricultura Ecológica	4,25	1,007

**Figura N° 59. Nociones de identificación de los productos ecológicos**

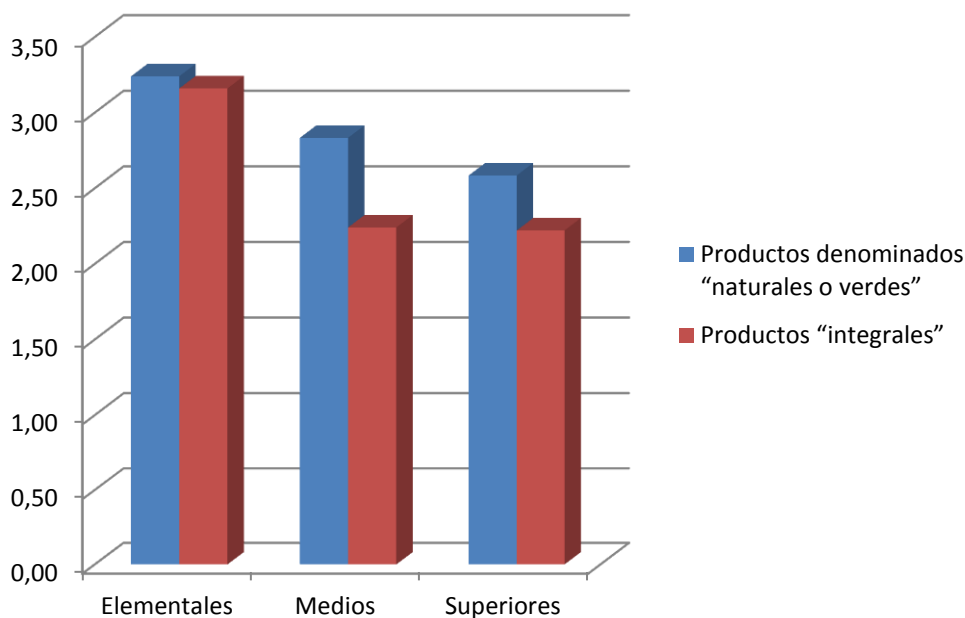


La mayoría de los encuestados identifican como ecológicos los productos cultivados o elaborados sin utilizar productos químicos, seguidos de los productos con el sello del Consejo Regulador de Agricultura Ecológica. Por lo contrario, los productos “integrales” no se identifican como ecológicos. (Ver tabla N° 29 y figura N° 59)

Una vez analizado las nociones de identificación sobre productos ecológicos se valoraran las diferencias significativas entre características sociodemográficas y las nociones mediante los análisis bivariantes coeficiente de correlación de Pearson y ANOVA. Teniendo en cuenta la edad de los encuestados, es significativo que cuanto mayores son los encuestados mayor es el acuerdo de que los productos integrales son ecológicos y de que los productos de huerta que se venden directamente en las plazas no los son. Y si nos referimos al tamaño familiar, podemos destacar que es significativo que cuanto mayor el número de habitantes en el hogar, mayor acuerdo tienen en que los productos integrales son productos ecológicos.

Por otra parte y con respecto al nivel de estudios, destacamos que la mayoría de los que afirman que los productos ecológicos son productos verdes o naturales y productos integrales tienen estudios elementales. (Ver figura N° 60)

**Figura N° 60. Media de nociones de identificación de los productos ecológicos según el nivel de estudios**



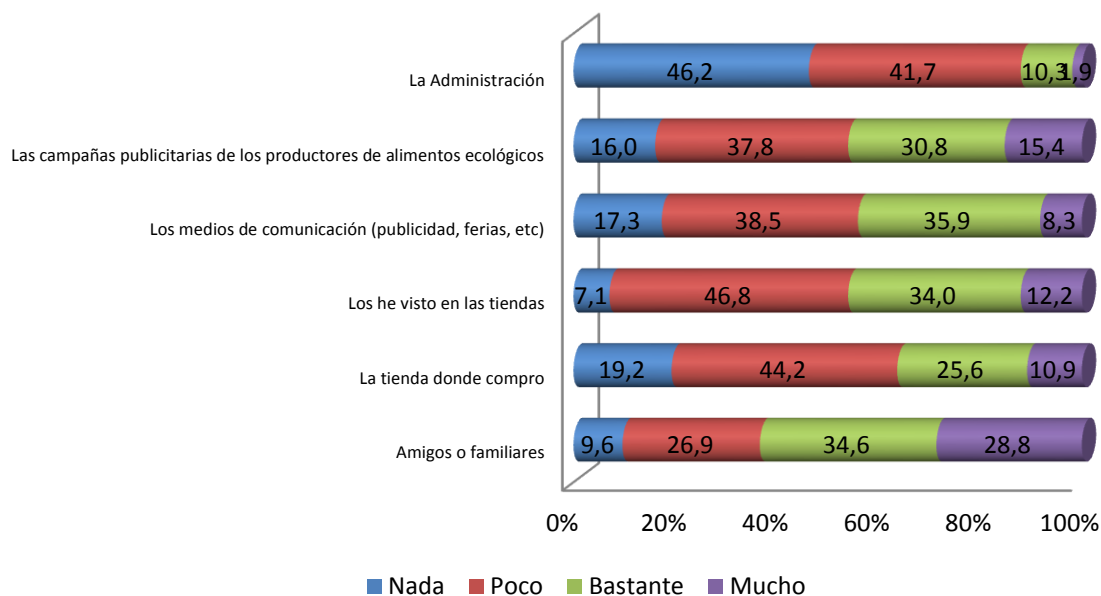
#### 4.4.3 FUENTES DE INFORMACION

Para poder hacer un mejor estudio sobre conocimientos en el tema de los encuestados también se realiza la pregunta sobre la importancia que han tenido una serie de fuentes de información. Se valoran estas fuentes del 1 al 4, donde 1 es "Nada", 2 es "Poco", 3 es "Bastante" y 4 pertenece a "Mucho".

**Tabla N° 30. Fuentes de información**

	Porcentaje (%)			
	Nada	Poco	Bastante	Mucho
Amigos o familiares	9,6	26,9	34,6	28,8
La tienda donde compro	19,2	44,2	25,6	10,9
Los he visto en las tiendas	7,1	46,8	34,0	12,2
Los medios de comunicación (publicidad, ferias, etc)	17,3	38,5	35,9	8,3
Las campañas publicitarias de los productores de alimentos ecológicos	16,0	37,8	30,8	15,4
La Administración	46,2	41,7	10,3	1,9

**Figura N° 61. Fuentes de información**



En cuanto a las fuentes de información de las que aprenden y conocen los productos ecológicos los consumidores encuestados podemos observar en la tabla y en la figura que la mayor fuente de información es la transmisión de boca en boca entre familiares y amigos. También afirman recibir bastante información mediante los medio de comunicación, las campañas publicitarias y que los ven en tiendas. De todas formas, los consumidores no se sienten muy informados en general, siendo la proporción de “poco” o “nada” de información la recibida.

La Administración es la fuente de información de la que menos información sobre productos ecológicos reciben, ascendiendo a un 46,2% de los encuestados. (Ver tabla N° 30 y figura N° 61)

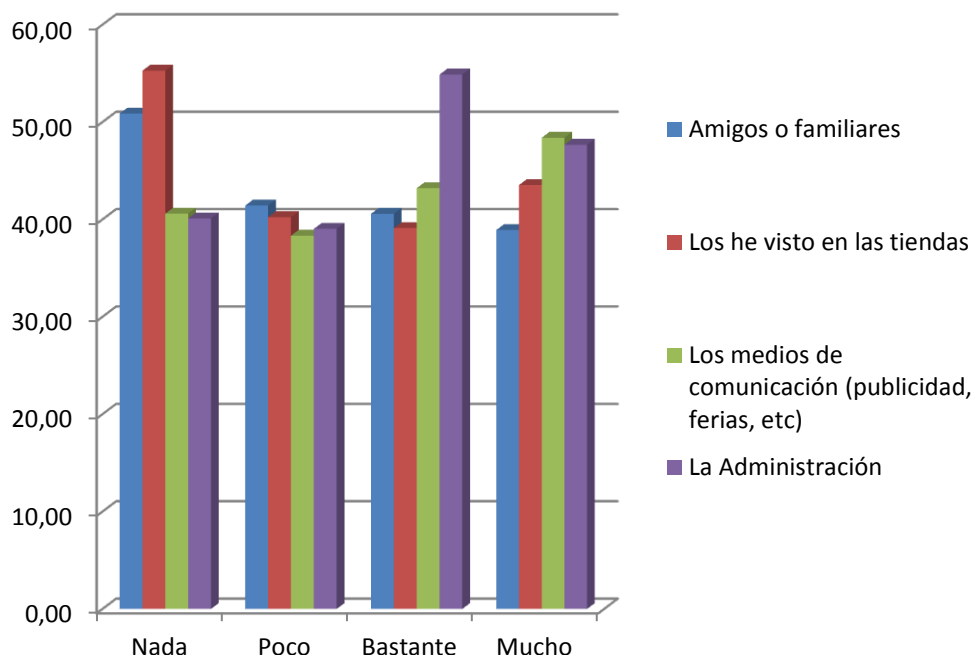
Se procede al análisis bivariante Chi cuadrado y ANOVA para ver si existen diferencias significativas entre características sociodemográficas y las fuentes de información.

Se destacan diferencias en cuanto a la edad y nivel de estudios.

Cuanto mayores son los encuestados, cuanto más mayores menos informados están por amigos y familiares y no los ven en las tiendas. Por el contrario los más mayores se sienten muy informados por los medios de comunicación y bastante por la Administración. (Ver figura N° 62)



**Figura N° 62. Media de edad y fuentes de información**



En relación con el nivel de estudios, que la mayoría que no está informada por sus familiares y amigos para nada tienen estudios medios y en cambio los más informados por sus amigos y familiares; por las tiendas donde compran y los han visto en las tiendas son los que tienen estudios superiores. Por otra parte los que tienen estudios superiores se sienten muy poco informados por la Administración.

#### 4.4.4 PUNTOS DE VENTA DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS ALIMENTICIOS

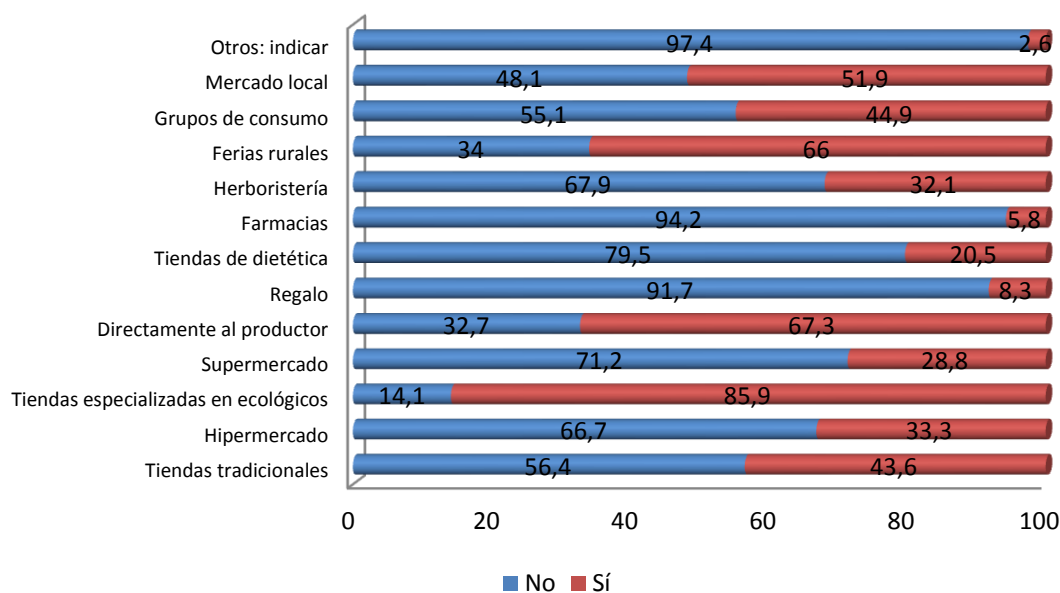
Resulta importante analizar el tipo de establecimiento en el que los consumidores adquieren o creen que pueden adquirir los productos ecológicos. Para ello se pregunta en la encuesta sobre una lista de establecimientos comerciales y en cuál de ellos pueden o creen poder comprar productos ecológicos.

En la tabla N° 31 que tenemos a continuación aparece el listado de comercios y las porcentajes de adquisición de productos ecológicos en ellas.

**Tabla N° 31. Puntos de venta**

	No		Sí	
	Frecuencia	Porcentaje (%)	Frecuencia	Porcentaje (%)
Tiendas tradicionales	88	56,4	68	43,6
Hipermercado	104	66,7	52	33,3
Tiendas especializadas en ecológicos	22	14,1	134	85,9
Supermercado	111	71,2	45	28,8
Directamente al productor	51	32,7	105	67,3
Regalo	143	91,7	13	8,3
Tiendas de dietética	124	79,5	32	20,5
Farmacias	147	94,2	9	5,8
Herboristería	106	67,9	50	32,1
Ferias rurales	53	34	103	66
Grupos de consumo	86	55,1	70	44,9
Mercado local	75	48,1	81	51,9
Otros: indicar	152	97,4	4	2,6

**Figura N° 63. Puntos de venta**



En la tabla N° 31 y figura N° 63 podemos ver que los encuestados compran o creen que se pueden comprar productos ecológicos alimenticios en un 85,9% en tiendas especializadas en ecológicos, en un 67,3% directamente al productor, en un 66% en ferias rurales o en un 51,9% en mercados locales. Por lo contrario, los consumidores no adquieren o no creen poder adquirirlos en un 94,2% en farmacias, en un 91,7% en tiendas de regalo, en tiendas de dietética, supermercados, herboristerías, hipermercados, tiendas tradicionales o grupos de consumo en un 51,1%.

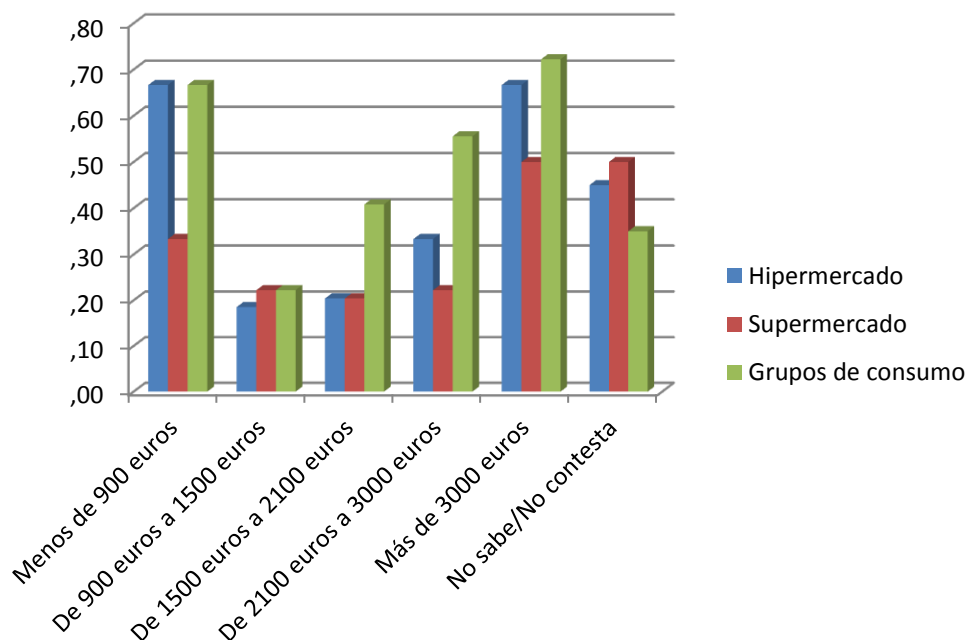
Los encuestados que han indicado la opción otros adquiere estos productos en sus propias huertas. Haber incluido esta opción en el cuestionario hubiese sido interesante, ya que en Álava hay muchas familias con huerta propia.

Esta pregunta no nos da muy buena información ni una tendencia clara a la hora de elegir comercio o de poder elegirlo.

También se ha querido medir las diferencias significativas que hay entre características sociodemográficas y los establecimientos en los que compran o creen comprar alimentos ecológicos, para ello se hacen los análisis bivariantes de correlación de Pearson y ANOVA. Podemos destacar como diferencias significativas en cuanto al tamaño familiar que cuanto mayor es el número de habitantes más importancia tienen los comercios como hipermercados y farmacias.

Reparando en las diferencias significativas en relación al sexo, los hombres compran o creen comprar más en tiendas tradicionales que las mujeres. Por otro lado si observamos en relación a la renta mensual, los que tienen una renta mensual menor a 900 euros y una renta mayor a 3.000 euros compran o creen comprar productos ecológicos en el supermercado y en el hipermercado. Los que perciben rentas de entre 900 y 2.100 euros son los que no compran o no creen comprar ecológicos en grupos de consumo. (Ver figura N° 64)

**Figura N° 64. Media de puntos de venta según el nivel de ingresos**



## 4.5 HÁBITOS DE CONSUMO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS

En este apartado se analizará el hábito de consumo de productos ecológicos, el tipo de productos que se consume, la importancia el sello ecológico, la facilidad de adquirirlos y valores en los que se repara a la hora de adquirirlos.

### 4.5.1 CONSUMO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS

Se procede a medir el nivel de consumo de productos ecológicos mediante una pregunta directa a los consumidores.

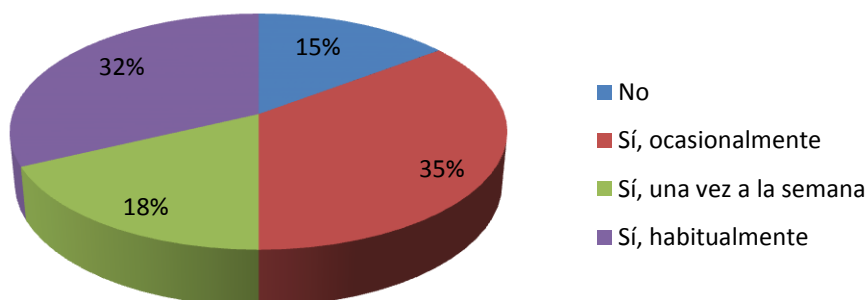
**Tabla N° 32. Consumo de productos ecológicos**

	Frecuencia	Porcentaje (%)
No	23	14,7
Sí, ocasionalmente	55	35,3
Sí, una vez a la semana	28	17,9
Sí, habitualmente	50	32,1

23 de los encuestados no consume productos ecológicos, siendo este el 14,7% y el resto de consumidores sí los consume habitualmente. Entre los que los consumen el 35,3% los consume ocasionalmente, el 17,9% los consume una vez a la semana y el 32,1% los consume habitualmente, esto es 50 de los 156 encuestados. (Ver tabla N° 32 y figura N° 65)

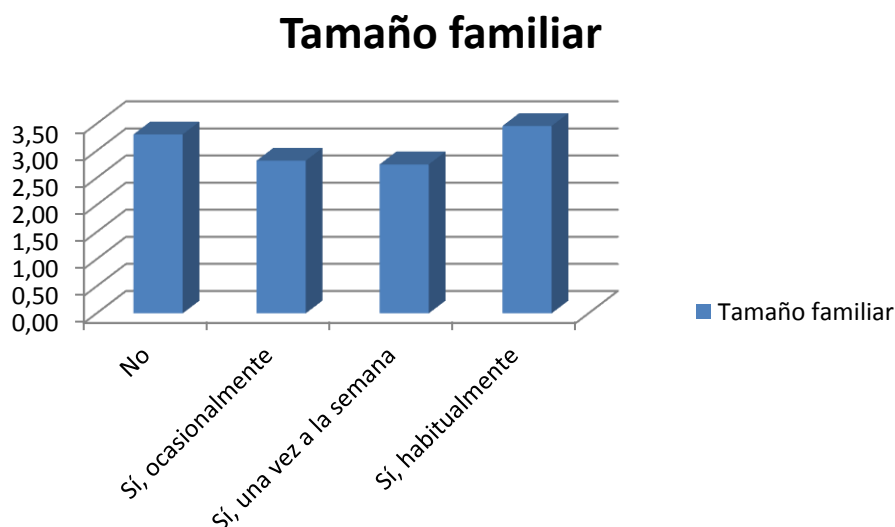
**Figura N° 65. Consumo de productos ecológicos**

### Consumo de productos ecológicos



Si realizamos un análisis bivalente de ANOVA y Chi cuadrado, podemos observar que hay diferencias significativas entre el consumo de productos ecológicos y características sociodemográficas. Podemos destacar que existen diferencias con respecto al tamaño familiar, las familias con una media de 3,46 habitantes no consumen productos ecológicos. (Ver figura N° 66)

**Figura N°66. Consumo de productos ecológicos según el tamaño familiar**



#### 4.5.2 TIPO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS

Se quiere saber qué tipo de productos ecológicos consumen los 133 encuestados que dicen consumirlos. Para ellos se plantea una lista de productos ecológicos preguntando si los consumen o no.

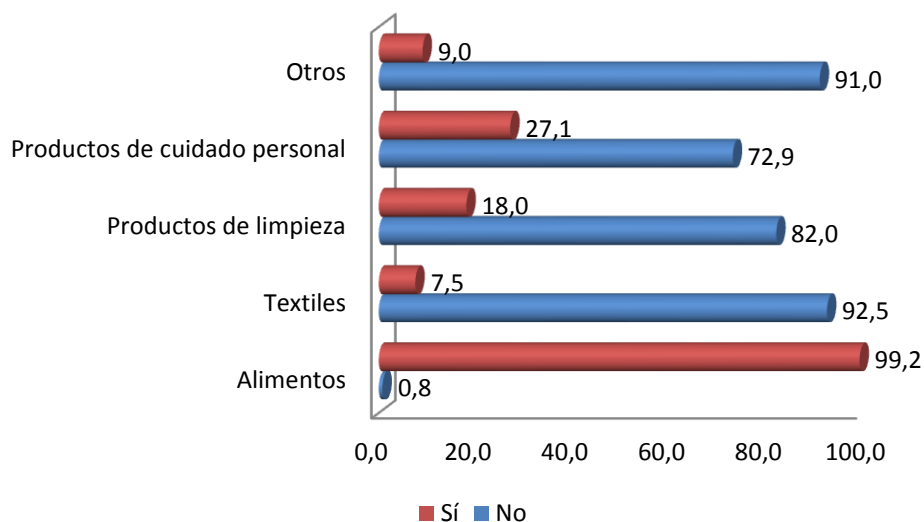
**Tabla N° 33. Tipo de productos ecológicos**

	Frecuencia		Porcentaje (%)	
	No	Sí	No	Sí
Alimentos	1	132	0,8	99,2
Textiles	123	10	92,5	7,5
Productos de limpieza	109	24	82,0	18,0
Productos de cuidado personal	97	36	72,9	27,1
Otros	121	12	91,0	9,0

El 99,2% consume productos alimenticios ecológicos, siendo una sola persona la que no los consume. En cuanto a textiles un 7,5% los adquiere, 10 personas. Son 24, el 18% los que consumen productos de limpieza testados como ecológicos y un 27,1%, 36

personas, las que consumen productos de cuidado personal elaborados de manera ecológica. (Ver tabla N° 33 y figura N° 67)

**Figura N° 67. Tipo de productos ecológicos**



Se realiza análisis de bivariantes de coeficiente de correlación de Pearson y ANOVA para ver qué diferencias significativas hay entre características sociodemográficas y tipos de productos ecológicos que consumen los encuestados. Si reparamos en la edad y tamaño familiar es destacable que cuanto mayores son los consumidores, menor es el consumo de productos ecológicos alimenticios y que cuanto mayor es el tamaño familiar mayor es el consumo de productos de cuidado personal.

Por otro lado son las mujeres las que más productos de cuidado personal ecológicos consumen. Además, los que tienen una renta mayor a 3.000 euros los que consumen más productos de limpieza ecológicos.

### 4.5.3 SELLO ECOLÓGICO

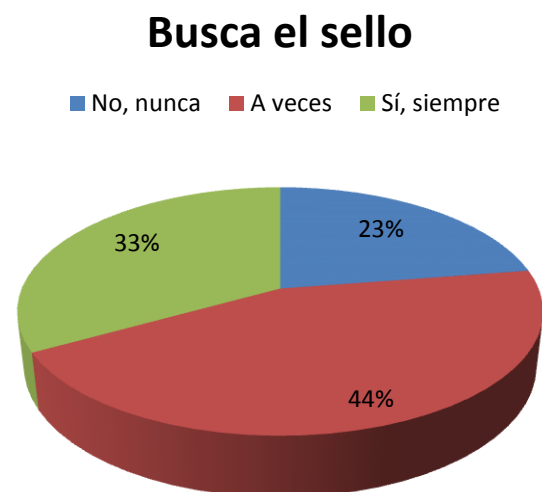
También se ha querido saber si estos consumidores buscan el sello ecológico a la hora de comprarlos. Para ello se realiza una pregunta directa. En la siguiente tabla y figura se puede ver la tendencia del consumidor.

**Tabla N° 34. Se busca el sello ecológico**

	Frecuencia	Porcentaje (%)
No, nunca	30	22,6
A veces	59	44,4
Sí, siempre	44	33,1

Los resultados de la encuesta muestran que el 33% de consumidores buscan el sello que certifica que los productos son ecológicos. El 44% lo busca a veces y el 23% dice no buscarlo. (Ver tabla N° 34 y figura N° 68)

**Figura N° 68. Se busca el sello ecológico**



Se procede a la realización del análisis bivalente Chi cuadrado y ANOVA para observar si existen diferencias significativas entre las características sociodemográficas y la búsqueda del sello ecológico. Respecto al sexo de los encuestados existen diferencias debido a que son mujeres la mayoría de los que buscan el sello ecológico a la hora de comprar.

#### 4.5.4 FACILIDAD DE ENCONTRAR PRODUCTOS ECOLÓGICOS

Tras saber si buscan el sello se ha querido saber si los 133 que consumen ecológicos, les resulta fácil o no encontrarlos en el mercado.

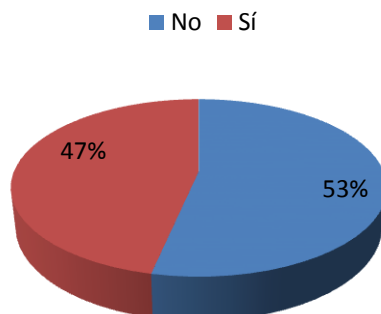
**Tabla N° 35. Facilidad de encontrar productos ecológicos**

	Frecuencia	Porcentaje (%)
No	71	53,4
Sí	62	46,6

Como podemos ver en la tabla N° 35 y en la figura N° 69 el 53,4% de los consumidores de ecológicos dice que no le resulta fácil encontrarlos y en cambio el 46,6%, 62 personas, dicen que sí.

**Figura N° 69. Facilidad de encontrar productos ecológicos**

### Facilidad de encontrar productos ecológicos



Llegados a este punto queremos ver si hay diferencias significativas entre los datos sociodemográficos y la facilidad de encontrar productos ecológicos, para ello se realizan análisis bivalente Chi cuadrado y ANOVA. Resulta ser significativo que a la mayoría de mujeres les resulta fácil encontrar alimentos ecológicos.

#### 4.5.5 IMPORTANCIA A LA HORA DE COMPRAR ALIMENTOS ECOLÓGICOS

En cuanto a la importancia a la hora de compra de productos ecológicos alimenticios, en el cuestionario se da un listado de motivos de compra y se dan valores de 1 al 5, siendo uno el máximo nivel de acuerdo y 1 el mínimo. En la tabla se muestra la media de las respuestas obtenidas.

**Tabla N° 36. Importancia al comprar productos alimenticios ecológicos**

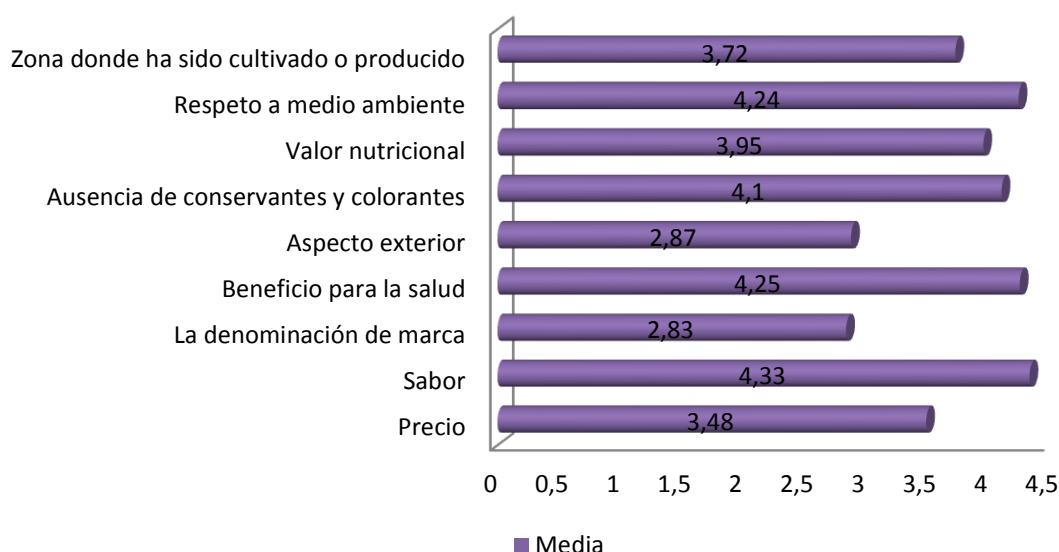
	N	Media	Desv. típ.
Precio	133	3,48	,974
Sabor	133	4,33	,841
La denominación de marca	133	2,83	1,288
Beneficio para la salud	133	4,25	,856
Aspecto exterior	133	2,87	1,011
Ausencia de conservantes y colorantes	133	4,10	,936
Valor nutricional	133	3,95	,972
Respeto a medio ambiente	133	4,24	,845
Zona donde ha sido cultivado o producido	133	3,72	1,025
N válido (según lista)	133		



Podemos observar que el motivo más importante por el que se consumen alimentos ecológicos es el beneficio para la salud que puede aportarles, seguido por el motivo de respetar el medio ambiente con este modo de cultivar. También se valora como muy importante el valor nutricional y la zona de producción y el precio.

El aspecto exterior o la denominación de marca no resulta tan importante para los encuestados que consumen ecológicos. (Ver tabla N° 36 y figura N° 70)

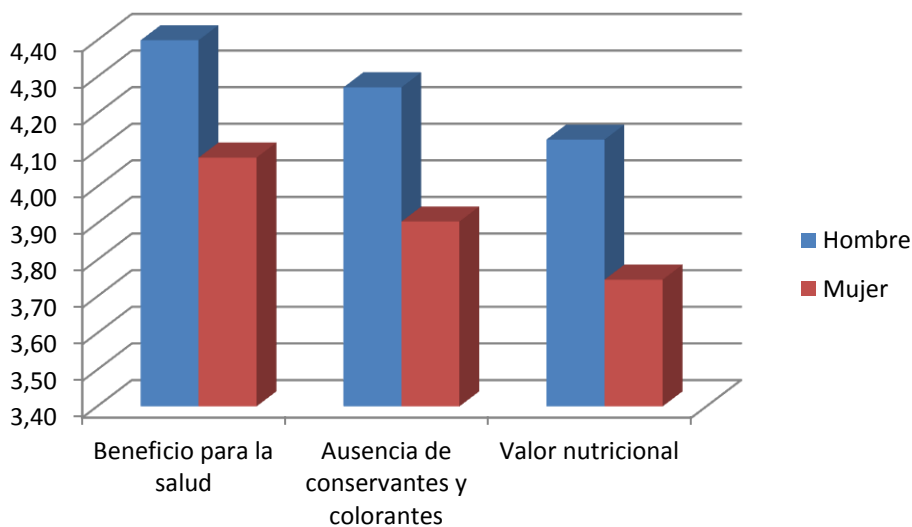
**Figura N° 70. Importancia al comprar productos alimenticios ecológicos**



Para medir las diferencias de significado entre características sociodemográficas y características de importancia a la hora de comprar alimentos ecológicos se han hecho análisis bivariantes de ANOVA y correlación de Pearson. En cuanto a la edad percibimos que cuanto más adultos sean los encuestados más valor de importancia le dan a la denominación de marca, a la ausencia de conservantes y colorantes y a la zona donde han sido producidos los alimentos ecológicos.

Si reparamos en el sexo, observamos que las mujeres son las que más importancia le dan a los beneficios para la salud, a la ausencia de conservantes y colorantes y valor nutricional que tienen los productos ecológicos. (Ver figura N° 71)

**Figura N° 71. Media de importancia al comprar productos alimenticios ecológicos según el sexo**



Por otro lado, si tenemos en cuenta el nivel de estudios de los encuestados, vemos que los que le dan mayor importancia a la zona donde se han producido los alimentos ecológicos son los que tienen estudios elementales.

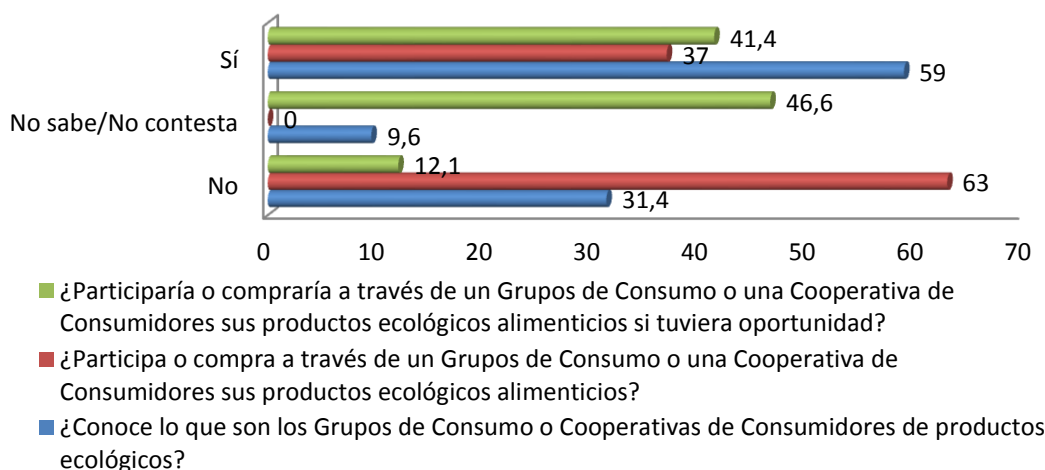
#### 4.5.6 GRUPOS DE CONSUMO

Resulta de gran interés saber sobre el conocimiento de los encuestados en tema de grupos de consumo o cooperativas de consumidores que cada día tiene más auge. En el cuestionario se pregunta sobre si conocen los grupos de consumo, si participan en ellos y en el caso de los que no lo hicieran si teniendo oportunidad lo harían. Los resultados se resumen en la siguiente tabla N° 37.

**Tabla N° 37. Grupos de consumo**

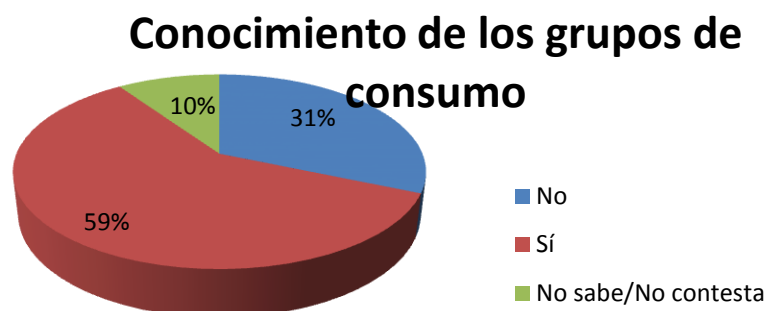
	N	Porcentaje (%)		
		No	No sabe/No contesta	Si
¿Conoce lo que son los <i>Grupos de Consumo</i> o Cooperativas de Consumidores de productos ecológicos?	156	31,4	9,6	59
¿Participa o compra a través de un <i>Grupos de Consumo</i> o una Cooperativa de Consumidores sus productos ecológicos alimenticios?	92	63	x	37
¿Participaría o compraría a través de un <i>Grupos de Consumo</i> o una Cooperativa de Consumidores sus productos ecológicos alimenticios si tuviera oportunidad?	58	12,1	46,6	41,4

**Figura N° 72. Grupos de consumo**



Como se puede ver en la figura N° 72 y 73, el 59% de los encuestados saben que son los grupos de consumo y el 31% no los conoce.

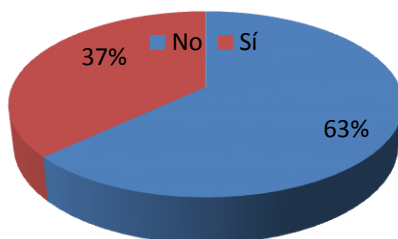
**Figura N° 73. Conocimiento de los grupos de consumo**



En cuanto a la participación en grupos de consumo podemos destacar que el 37% de los que los conocen lo hacen, 34 personas, frente al 63% que no. (Ver figura N° 72 y 74)

**Figura N° 74. Participación en grupos de consumo**

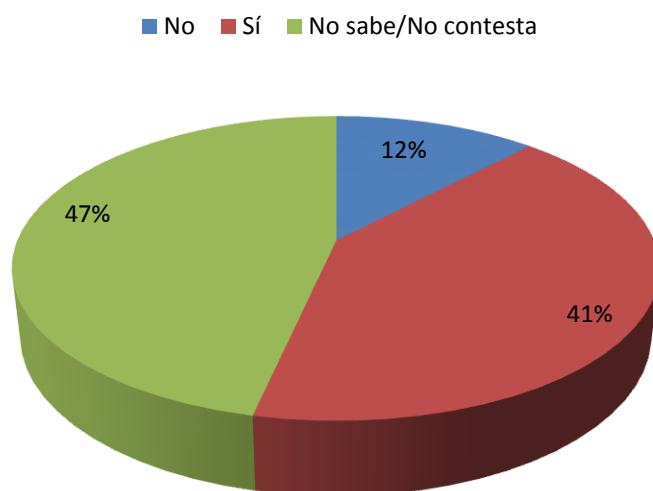
**Participación en grupos de consumo**



Por último, y haciendo referencia a las personas que sí conocen los grupos de consumo pero que no participan en ellos, el 41% de ellos dice que si tuviera oportunidad de participar en un grupo lo haría, el 12% no y el 47% no lo sabe. (Ver figura N° 72 y 75)

Figura N° 75. Hipotética participación de los que no lo hacen

### Hipotética partición de los que no lo hacen



Analizaremos pregunta por pregunta sobre grupos de consumo si tienen diferencias significativas con respecto a las características sociodemográficas realizando análisis bivariantes de Chi cuadrado y ANOVA.

Según el nivel de estudios, vemos que los que tienen estudios de nivel medios son los que más conocen los grupos de consumo, seguido de los que tienen estudios superiores.

Por otro lado, según el nivel de ingresos los que tienen un sueldo mensual mayor a 3.000 euros son los que más participan en los grupos de consumo.

Si hacemos hincapié en la edad, observamos que son los más jóvenes los que conocen y no participan en los grupos de consumo, pero los que sí estarían dispuestos a hacerlo si tuvieran oportunidad.

## **4.6 ACTITUDES HACIA LOS ALIMENTOS ECOLÓGICOS**

### **4.6.1 ACTITUDES HACIA LOS ALIMENTOS ECOLÓGICOS**

Analizar las actitudes hacia los alimentos ecológicos resulta interesante. Estas actitudes han sido valoradas en una escala del 1 al 5 en función del grado de acuerdo o desacuerdo, siendo 5 el grado de máximo acuerdo y 1 el mínimo. En la siguiente tabla se presentan los resultados.

**Tabla N° 38. Actitudes hacia los productos ecológicos alimenticios**

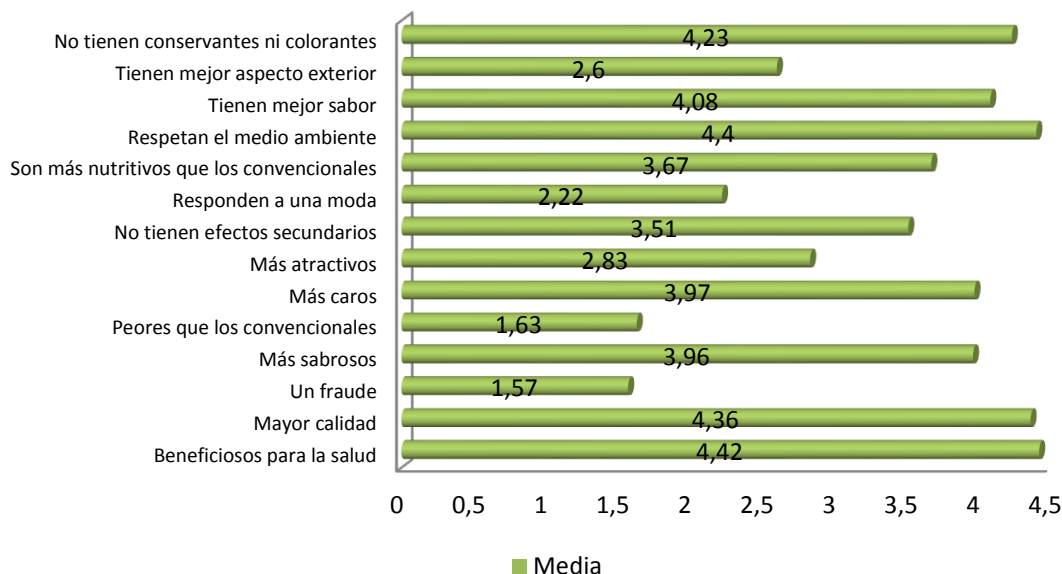
	Media	Desv. típ.
Beneficiosos para la salud	4,42	,930
Mayor calidad	4,36	,872
Un fraude	1,57	,910
Más sabrosos	3,96	,979
Peores que los convencionales	1,63	1,023
Más caros	3,97	,943
Más atractivos	2,83	1,083
No tienen efectos secundarios	3,51	1,210
Responden a una moda	2,22	1,139
Son más nutritivos que los convencionales	3,67	1,204
Respetan el medio ambiente	4,40	,825
Tienen mejor sabor	4,08	,983
Tienen mejor aspecto exterior	2,60	1,105
No tienen conservantes ni colorantes	4,23	,976

Según los resultados obtenidos los encuestados consideran que los productos ecológicos respetan el medio ambiente, son beneficiosos para la salud, son de mayor calidad, que no contienen conservantes ni colorantes y que tienen mejor sabor. Sin embargo los encuestados no están de acuerdo con que los productos ecológicos sean un fraude y con que son peores que los convencionales. (Ver tabla N° 38)

Se les da menos importancia, pero también dicen que son más caros, más sabrosos, más nutritivos que los convencionales y que no tienen efectos secundarios.

A continuación se presenta una gráfica (Figura N° 76) que muestra los resultados obtenidos.

**Figura N° 76. Actitudes hacia los productos ecológicos alimenticios**



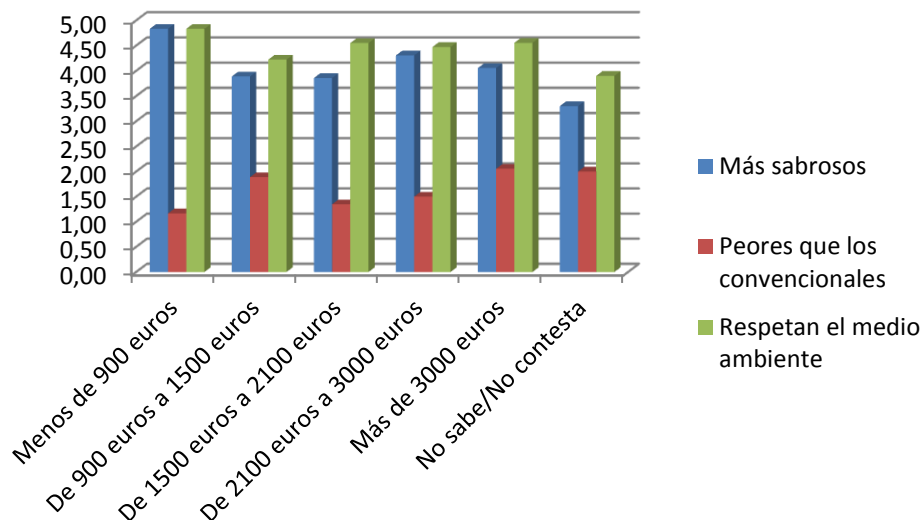
A continuación, se efectúa los análisis bivariantes, coeficiente de correlación de Pearson y ANOVA, para comprobar si existen diferencias significativas con respecto a las características sociodemográficas y las actitudes hacia los productos ecológicos alimenticios. Si hacemos referencia a la edad, podemos observar que cuanto más mayores son los encuestados más acuerdo están con aspectos como que los productos ecológicos son un fraude o que son peores que los productos convencionales. Por lo contrario cuanto mayores son los consumidores más desacuerdo están con que sean beneficiosos para la salud, a que sean de mayor calidad, que sean más caros o que sean más nutritivos que los convencionales. Parece por tanto que la edad influye decisivamente en la percepción que se tiene de los alimentos ecológicos, siendo peor considerados los de más edad.

Por otro lado, cuanto mayor sea el tamaño familiar más de acuerdo están con que los productos ecológicos son peores que los convencionales y con que tienen mejor aspecto exterior que los convencionales. Por lo contrario, más desacuerdo están con que son más sabrosos.

Además también repararemos en el sexo de los encuestados, vemos que las mujeres le dan más importancia al precio que los hombres.

En lo que se refiere a la renta mensual de las familias, destacamos que las familias con menos de 900 euros de ingresos son los que mejor valoran que los alimentos ecológicos son más sabrosos; que respetan el medio ambiente y a que sean peores que los convencionales. Además son los que menos importancia le dan a que sean peores que los convencionales y a que respeten el medio ambiente. Por otro lado, los que tienen mayor salario mensual a 3.000 euros mensuales son los que peor valor le dan a la afirmación de que los ecológicos son peores que los convencionales. (Ver figura n° 77)

**Figura N° 77. Media de actitudes hacia los productos ecológicos alimenticios según el nivel económico**



Por último, repararemos en el nivel de estudios, los encuestados que tienen estudios medios son los que más valoran los beneficiosos que son los alimentos ecológicos para la salud. Las que tienen estudios medios son los que mayor valor le dan a que sean un fraude.

#### 4.6.2 MOTIVOS DE NO COMPRA DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS

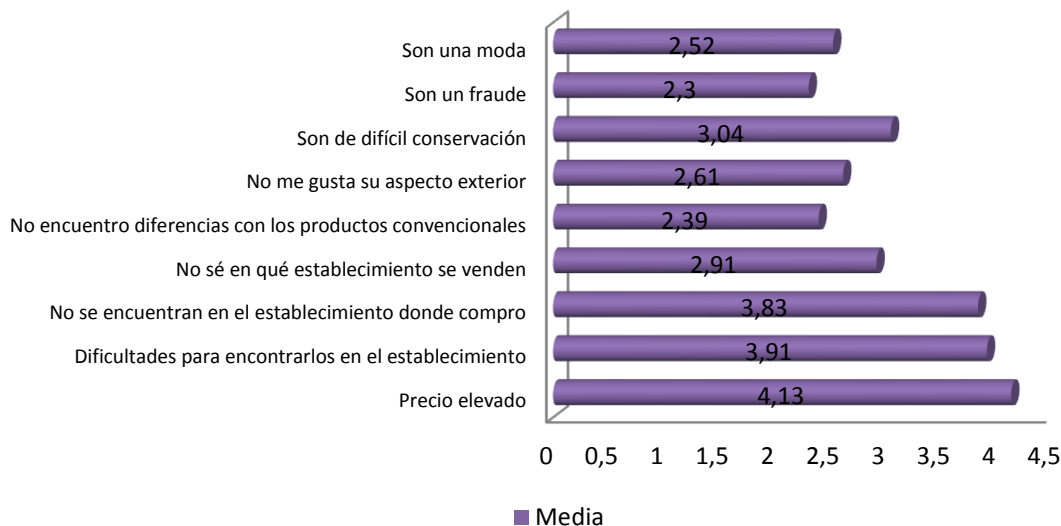
Se ha querido saber los motivos de la no compra de productos ecológicos alimenticios, para ello se incluyen distintas propuestas en el cuestionario, que son puntuados según el grado de acuerdo o desacuerdo utilizando para ello una escala del 1 al 5, donde el 5 indica el máximo grado de acuerdo y por lo contrario 1 en mínimo. Los resultados se pueden observar en la siguiente tabla.

**Tabla N° 39. Motivos de no compra de productos ecológicos alimenticios**

	Media	Desv. típ.
Precio elevado	4,13	1,058
Dificultades para encontrarlos en el establecimiento	3,91	1,083
No se encuentran en el establecimiento donde compro	3,83	1,193
No sé en qué establecimiento se venden	2,91	1,276
No encuentro diferencias con los productos convencionales	2,39	1,158
No me gusta su aspecto exterior	2,61	1,438
Son de difícil conservación	3,04	1,022
Son un fraude	2,30	1,020
Son una moda	2,52	1,123

De esta manera sabemos que el principal motivo para no comprar este tipo de productos es el precio elevado. Le siguen estos motivos las dificultades para localizarlos en el establecimiento y el no encontrarlos en el establecimiento donde compran. (Ver tabla N° 39 y figura N° 78)

Figura N° 78. Motivos de no compra de productos ecológicos alimenticios

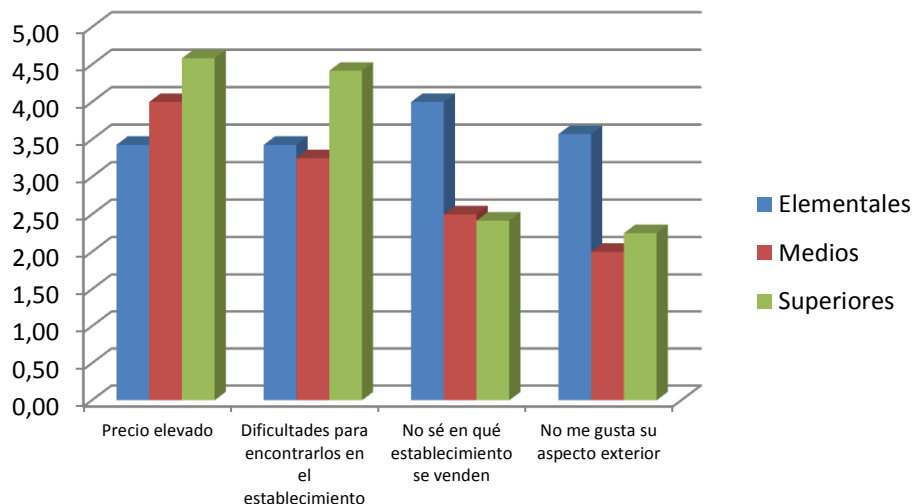


Para ver si existen diferencias significativas entre datos sociodemográficos y los motivos de no comprar alimentos ecológicos se realizan análisis bivariantes de ANOVA y coeficiente de Pearson. Podemos destacar en cuanto a la edad que hay diferencias significativas, cuanto mayores son los no consumidores mayor importancia le dan a no saber en qué establecimientos se venden los productos ecológicos y a su vez, le dan menos importancia a la dificultad para localizarlos en el establecimiento.

Existen diferencias significativas con respecto al nivel de estudios de los encuestados, es significativo que entre los no consumidores de ecológicos los que tienen estudios superiores son los que más importancia le dan a su precio elevado, a las dificultades para localizarlos en el establecimiento. Por otro lado, los que tienen estudios elementales le dan mucha importancia a no saber en qué establecimiento se venden los productos ecológicos y a que no les guste su aspecto exterior. (Ver figura N° 79)



**Figura N° 79. Media de motivos de no compra de productos ecológicos alimenticios según el nivel de estudios**



## **4.7 DISPOSICIÓN A COMPRAR Y A PAGAR POR ALIMENTOS ECOLÓGICOS**

### **4.7.1 GASTO MENSUAL EN ALIMENTOS ECOLOGICOS Y VARIACIÓN ANTE LA CRISIS**

Para poder conocer el gasto mensual en productos ecológicos, se ha preguntado directamente a los consumidores.

**Tabla N° 40. Gasto mensual en alimentos ecológicos**

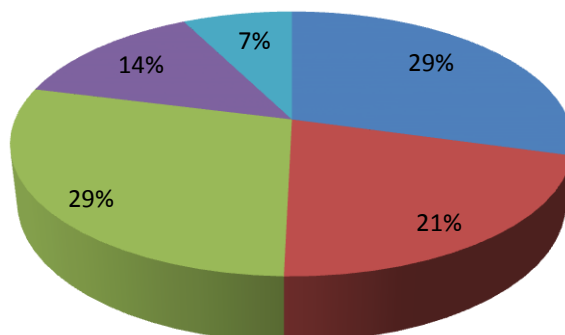
	Frecuencia	Porcentaje
Hasta 15 €	39	29,3
De 15 a 30 €	28	21,1
De 30 a 60 €	38	28,6
De 60 a 120 €	18	13,5
Más de 120 €	10	7,5

De los 133 encuestados que consumen alimentos ecológicos, el 29% tiene un gasto mensual de hasta 15 euros, un 21% tiene un gasto entre 15 y 30 euros mensuales, un 29% de entre 30 y 60 euros, un 18% de entre 60 y 120 euros y un 7% tiene un gasto mayor a 120 euros mensuales. (Ver tabla N° 40)

También hay que tener en cuenta gente que consume alimentos ecológicos y no los compra, esto es, gente que tiene su propio huerto. En el diagrama siguiente (Figura N° 80) podemos ver los resultados obtenidos.

**Figura N° 80. Gasto mensual en alimentos ecológicos**  
**Gasto mensual en alimentos ecológicos**

■ Hasta 15 € ■ De 15 a 30 € ■ De 30 a 60 € ■ De 60 a 120 € ■ Más de 120 €



Se ha procedido a realizar el estudio bivalente de Chi cuadrado y ANOVA para ver si existían diferencias significativas entre caracteres sociodemográficos y el gasto mensual de los consumidores de alimentos ecológicos y no existe ninguna diferencia.

Para medir la variación que se ha podido producir la crisis económica general, se ha realizado una pregunta directa a los 133 consumidores. En la siguiente tabla N° 41, podemos ver las respuestas obtenidas.

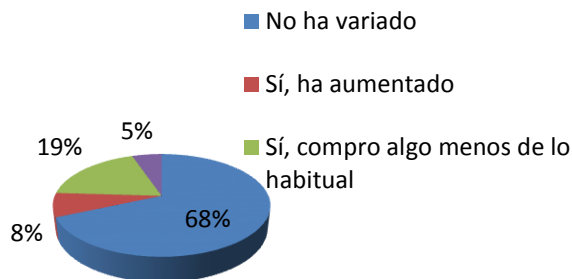
**Tabla N° 41. Cambio de hábitos de consumo a raíz de la crisis económica**

	Frecuencia	Porcentaje
No ha variado	91	68,4
Sí, ha aumentado	10	7,5
Sí, compro algo menos de lo habitual	25	18,8
Sí, ha disminuido mucho	7	5,3

Para el 68% de no ha variado el consumo por la crisis, frente al 32% que sí lo ha hecho. Entre los que sí ha variado el consumo el 8% dice que ha aumentado el consumo y por lo contrario en 24% compra menos productos ecológicos. (Ver figura N° 81)

**Figura N° 81. Cambio de hábitos de consumo a raíz de la crisis económica**

**Variación de consumo por la crisis económica**



Se ha procedido a realizar el estudio bivalente de Chi cuadrado y ANOVA para ver si existían diferencias significativas entre caracteres sociodemográficos y la variación de consumo a raíz de la crisis de los consumidores de alimentos ecológicos y no existe ninguna diferencia.

**4.7.2 DISPOSICIÓN A COMPRAR Y PAGAR DE LOS NO CONSUMIDORES DE ALIMENTOS ECOLÓGICOS**

Se ha querido realizar una serie de preguntas a los 23 encuestados que han dicho no consumir productos ecológicos y el porqué. Las preguntas se refieren a las intenciones de compra de estos en el caso de que se encontrase en su tienda habitual o si fuesen más baratos. En la siguiente tabla quedan recogidos los resultados obtenidos. (Tabla N° 42)

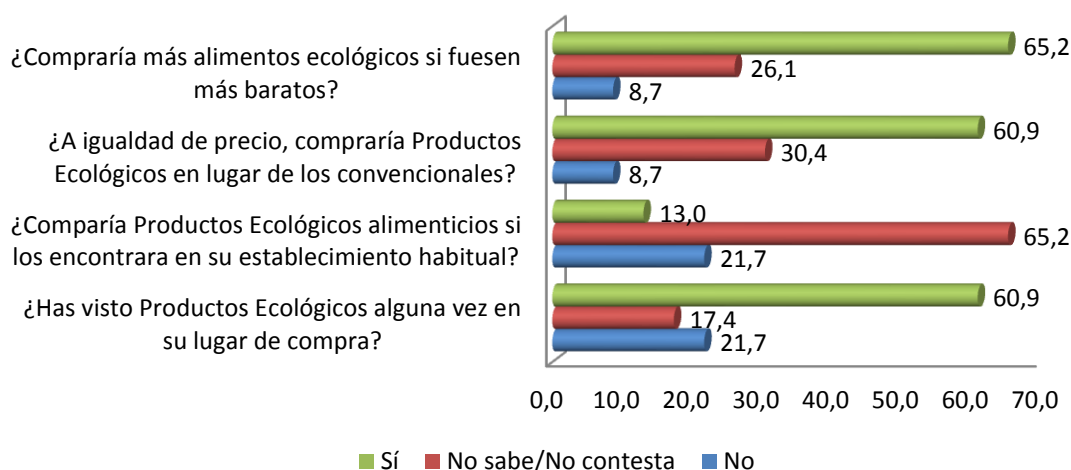
**Tabla N° 42. Intenciones de compra de no consumidores**

	Porcentaje (%)		
	No	No sabe/No contesta	Sí
¿Has visto Productos Ecológicos alguna vez en su lugar de compra?	21,7	17,4	60,9
¿Compraría Productos Ecológicos alimenticios si los encontrara en su establecimiento habitual?	21,7	65,2	13,0
¿A igualdad de precio, compraría Productos Ecológicos en lugar de los convencionales?	8,7	30,4	60,9
¿Compraría más alimentos ecológicos si fuesen más baratos?	8,7	26,1	65,2

A la pregunta de si han visto alimentos ecológicos en su lugar de compra habitual, el 22% dice no verlos y el 61% de los no consumidores de alimentos ecológicos dicen haberlos visto. En cuanto a si comprarían si los hubiese en su establecimiento de compra habitual el 22% dice que no y únicamente el 13% afirma que los compraría, siendo las respuestas concordantes con la anterior pregunta.

A igualdad de precio que los alimentos tradicionales, el 8,7% de los no consumidores dicen que no los comprarían y en cambio e 60,9% dice que lo haría. Y por último, respondiendo a la cuarta pregunta sobre intención de compra, el 8,7% los no consumidores responde que aunque los productos ecológicos fuesen más baratos que con convencionales no los compraría. Por lo contrario, el 65,2% sí que compraría. En la figura de a continuación podemos ver los porcentajes. (Ver figura nº 82)

**Figura Nº 82. Intenciones de compra de no consumidores**



Se realizan el estudio bivalente Chi cuadrado y ANOVA, se ve que existen diferencias significativas entre las anteriores preguntas a los no consumidores y las características sociodemográficas.

A la pregunta de si han visto productos ecológicos alguna vez en su lugar de compra, según la edad existen diferencias significativas, los más mayores responden no sabe no contesta, los que son algo más jóvenes, con una media de 51 años, dicen no haberlos visto.

Por otro lado, según la pregunta de si comprarían ecológicos si los hubiese en su tienda de compra habitual, es significativo en cuanto a l nivel de estudios que la mayoría de los que tienen estudios elementales dicen que no lo harían, por lo contrario, los que tienen estudios superiores no saben o no contestan o sí que lo harían. A su vez, son los más mayores los que no comprarían alimentos ecológicos aunque los hubiese en su establecimiento de compra habitual.

Otra pregunta que da resultados significativos es que si a igualdad de precio que productos compraría, ecológicos o convencionales. Observamos que todas las personas

que han respondido que no los comprarían tienen estudios elementales y la mayoría de los que responden que si los comprarían tienen estudios superiores. En cuanto a la edad, los más mayores (80 años de edad media) no los comprarían y los que responden que no saben o no contestan tienen una edad media de 58 años.

Finalmente, a la pregunta de si comprarían alimentos ecológicos si fuesen más baratos, es significativo que también todos los que responden que no tiene estudios elementales y la mayoría de los que responden afirmativamente tienen estudios superiores. Se vuelven a repetir los resultados de la anterior pregunta, los más mayores (80 años de edad media) no los comprarían y los que responden que no saben o no contestan tienen una edad de 52 años de media.

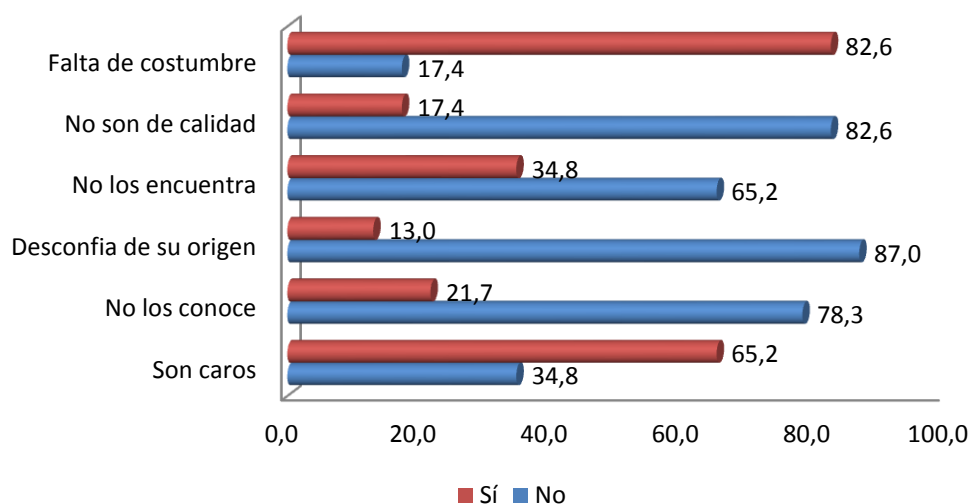
Por otra parte se han dado una serie a razones por las que no consumen productos ecológicos. En la siguiente tabla N° 43 podemos observar los porcentajes obtenidos.

**Tabla N° 43. Razones por las que no consumen productos ecológicos**

	Frecuencia		Porcentaje (%)	
	No	Sí	No	Sí
Son caros	8	15	34,8	65,2
No los conoce	18	5	78,3	21,7
Desconfía de su origen	20	3	87,0	13,0
No los encuentra	15	8	65,2	34,8
No son de calidad	19	4	82,6	17,4
Falta de costumbre	4	19	17,4	82,6

De entre los 23 encuestados que no consumen alimentos ecológicos, dicen no consumirlos principalmente, en un 82,6% por falta de costumbre y en un 65,2% porque son caros. La mayoría de ellos no pone en duda su origen ni su calidad. (Ver figura N° 83)

**Figura N° 83. Razones por las que no consumen productos ecológicos**



Se efectúan los análisis bivariantes coeficiente de correlación de Pearson y ANOVA, para así poder ver si existen diferencias significativas entre características sociodemográficas y razones por las que no consumen productos ecológicos algunos de los encuestados. En cuanto se refiere a la edad son significativas las siguientes características, cuanto mayores son los encuestados más dicen desconfiar del origen de los productos ecológicos y que no son de calidad.

Si reparamos en el sexo de los no consumidores de alimentos ecológicos, es significativo que la falta de costumbre es una razón que la valoran más las mujeres.

Además si reparamos en el nivel de estudios, podemos ver que sólo los que tienen estudios elementales desconfían del origen de los alimentos ecológicos y por ello no los compran.

#### 4.7.3 DISPOSICIÓN A PAGAR

Para saber la disposición máxima a pagar alimentos ecológicos que tiene los encuestados se les realiza la pregunta directa dando unos valores de porcentajes de sobreprecio que podrían estar dispuestos a pagar. En la tabla N° 44 aparecen los porcentajes a valorar.

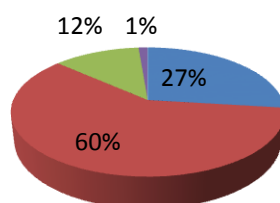
**Tabla N° 44. Sobreprecios dispuestos a pagar por alimentos ecológicos**

	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	42	26,9
Hasta un 20%	93	59,6
20% a 50%	19	12,2
50% a 100%	2	1,3

La mayoría de los encuestados, 93 encuestado (60%), están dispuestos a pagar hasta un 20% más. Un 27% no esta dispuesto a pagar nada más (42 encuestados) y un 1% estaría dispuesto a pagar entre un 50% a 100% de sobreprecio. En el siguiente diagrama podemos verlo. (Figura N° 84)

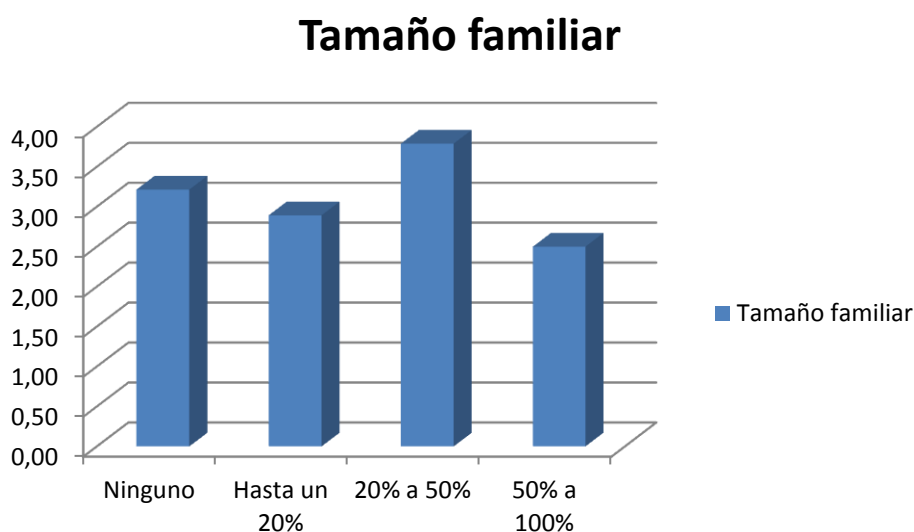
**Figura N° 84. Sobreprecios dispuestos a pagar por alimentos ecológicos**

■ Ninguno ■ Hasta un 20% ■ 20% a 50% ■ 50% a 100%



A continuación se ha procedido a realizar los análisis bivariantes de Chi cuadrado y ANOVA para ver si existen diferencias significativas entre cualidades sociodemográficas y el sobreprecio dispuestos a pagar por alimentos ecológicos. Vemos que existen diferencias con respecto al nivel de estudios de los encuestados, la mayoría de los que tienen estudios superiores estaría dispuesto a pagar un sobreprecio de entre 20 y 50%. Además todos los que están dispuestos a pagar entre un 50 y 100% de sobreprecio tienen estudios superiores. Nivel de estudios determina directamente un mayor sobreprecio a pagar. (Ver figura N° 85)

**Figura N° 85. Sobreprecios dispuestos a pagar por alimentos ecológicos por tamaño familiar**



También existen diferencias en cuanto a la edad, los más mayores, con una media de 50 años están dispuestos a pagar entre 50 y 100% más de sobreprecio.

En último lugar, existen diferencias con respecto al tamaño familiar, las familias más pequeñas son las que están dispuestas a pagar entre un 50 y 100% más.

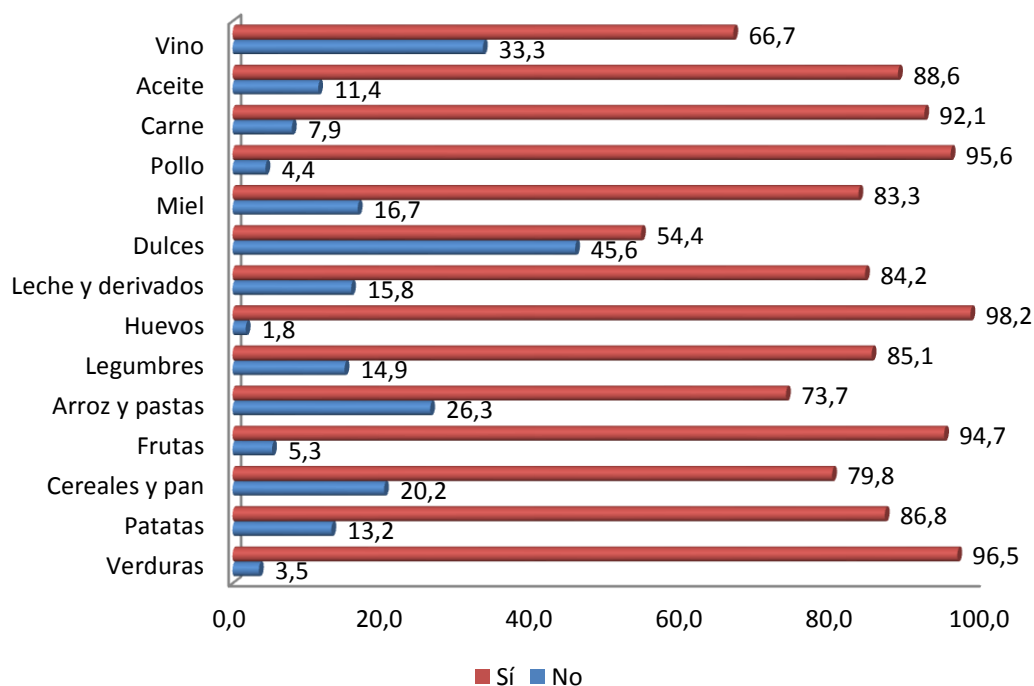
114 son las personas que estarían dispuestas a pagar un sobreprecio por productos alimenticios ecológicos. A estas personas se le ha dado una serie de alimentos y se le ha preguntado si estarían dispuestos a pagar un 10% más por cada uno de esos alimentos. (Ver tabla N° 45)

**Tabla N° 45. 10% de sobreprecio que se pagaría por los alimentos**

	Frecuencia		Porcentaje (%)	
	No	Sí	No	Sí
Verduras	4	110	3,5	96,5
Patatas	15	99	13,2	86,8
Cereales y pan	23	91	20,2	79,8
Frutas	6	108	5,3	94,7
Arroz y pastas	30	84	26,3	73,7
Legumbres	17	97	14,9	85,1
Huevos	2	112	1,8	98,2
Leche y derivados	18	96	15,8	84,2
Dulces	52	62	45,6	54,4
Miel	19	95	16,7	83,3
Pollo	5	109	4,4	95,6
Carne	9	105	7,9	92,1
Aceite	13	101	11,4	88,6
Vino	38	76	33,3	66,7

Según podemos observar en la tabla N° 45y en el diagrama que está a continuación (figura N° 86), vemos que el producto líder por el que la mayoría de encuestados y dispuestos a pagar un 10% lo harían por verduras, frutas, huevos, pollo y carne. Los dulces son los alimentos que en peor lugar quedan.

**Figura N° 86. 10% de sobreprecio que se pagaría por los alimentos**

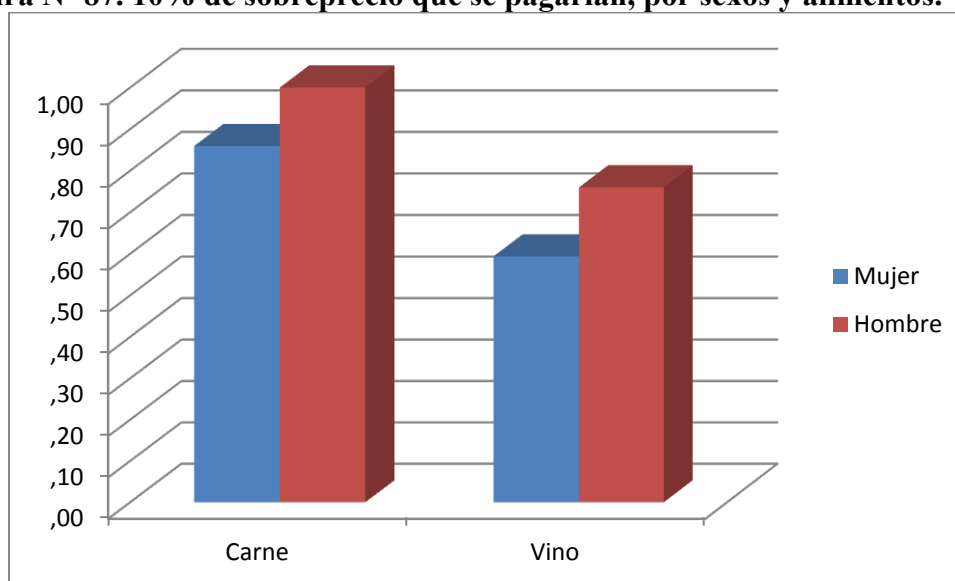




Vamos a realizar análisis bivariantes de ANOVA y coeficiente de correlación de Pearson para ver si hay diferencias significativas entre características sociodemográficas y la disposición a pagar un 10% más de los consumidores. Se ven diferencias significativas en cuanto a la edad y tamaño familiar. Cuanto más mayores son los consumidores, más personas están dispuestas a pagar un 10% más por aceite ecológico y cuanto más habitantes haya por hogar, más personas están dispuestas a pagar un 10% más por la compra de pollo ecológico.

Si miramos al sexo de los que están dispuestos a pagar un sobrepago, todos los hombres lo están a pagar por la carne y también son ellos los que están dispuestos a pagar un sobrepago por el vino. (Ver figura N° 87)

**Figura N° 87. 10% de sobrepago que se pagarían, por sexos y alimentos.**



En cuanto al tamaño familiar, las familias más numerosas de 6 y 7 miembros son las que están dispuestas a pagar un 10% más por patatas, por pan y cereales ecológicos.

## CAPÍTULO 5 CONCLUSIONES

## **CONCLUSIONES**

A partir de las encuestas realizadas, los datos obtenidos y la metodología aplicada a ellos, en este último capítulo se recogen las conclusiones de la investigación de mercado.

Con respecto a la situación de mercado de productos alimenticios ecológicos, cabe destacar la evolución que ha tenido el mercado en el tiempo, han ido creciendo la oferta y la demanda. Pero, a pesar de las ventajas de consumir alimentos producidos ecológicamente por diferentes razones el mercado todavía es bajo y lo producido en España sobre todo se exporta. Se debe a las deficiencias en la distribución, al sobreprecio y a los medios de informar a los consumidores.

Por otro lado, en el presente trabajo queremos saber sobre la percepción que tienen los consumidores alaveses hacia los alimentos ecológicos, determinando los atributos más valorados y por tanto, cuales hay que mejorar. También es interesante conocer cuál es la máxima disposición a pagar por estos alimentos.

Para todo ello, se realiza una encuesta a 156 personas residentes en Álava, durante el periodo de diciembre de 2014 a marzo de 2015.

En cuanto a las características sociodemográficas la mayoría de los encuestados son mujeres de una edad media de 41 años, residentes en una población grande y habitan en un tamaño familiar medio de 3 miembros. La mayoría tiene una renta familiar mensual de 1.500 a 2.100 euros, un nivel superior de estudios y no se aprecia una profesión principal ya que la mayoría ha optado por el atributo “otros”.

Si observamos el estilo de vida de los encuestados, el consumidor actual cuida significativamente su salud y su alimentación, come con frecuencia frutas y verduras y come con moderación carne roja. Además, trata de llevar una vida equilibrada entre el trabajo y la vida privada, realiza ejercicio con regularidad y lee las etiquetas de los productos. También hay que decir que cuanto mayores son los encuestados y sobre todo las mujeres más cuidan su salud alimentaria, controlan más la ingesta de sal, llevan una dieta más vegetariana comiendo frutas y verduras y procurando no comer alimentos industrializados. Además son los que más se preocupan de chequear periódicamente su salud.

Los más longevos no dan importancia a colaborar en organizaciones sin ánimo de lucro, por lo contrario los que tienen estudios superiores y por tanto entendemos que los de mediana edad y los jóvenes sí que le dan importancia a esta acción.

Atendiendo a las actitudes hacia el medio ambiente, el consumidor actual parece estar concienciado socialmente y actúa consecuentemente ya que arrojar la basura en contenedores selectivos, colabora en tareas de conservación del medio ambiente y consume productos reciclados. Pero cuanto mayores son los encuestados y por tanto menor nivel de estudios tienen, dejan de tener esta conciencia social hacia el medio ambiente. Por otro lado cuanto mayor tamaño familiar, más difícil resulta que arrojen la basura en contenedores selectivos.

Acerca del consumo general de alimentos, el consumidor actual consume aceite, frutas, verduras, leche y productos lácteos a diario. También consumen pescado, pollo y legumbres habitualmente. Además el consumidor actual no consume con mucha frecuencia platos preparados, zumos preparados, cereales de desayuno y agua mineral. Todo ello nos indica que los consumidores cuidan su alimentación, siendo las mujeres las que más lo hacen.

Los que dicen comer platos preparados, tomar zumos preparados y cerveza habitualmente son los más jóvenes, y a su vez, los más adultos no los consumen. Esto es de entender ya que son los jóvenes los que más alternan y llevan un modo de vida más dinámico. Si reparamos en las carnes, las familias numerosas no consumen carne de vacuno ni de cordero y si la de cerdo, que es de entender ya que se trata de una carne más económica. De la misma manera, las familias numerosas no consumen pescado. Los encuestados con las rentas más inferiores no consumen productos lácteos. La mayoría de los que consumen productos ecológicos habitualmente tienen estudios superiores, esto se debe a que son personas más jóvenes, más formadas e informadas sobre los beneficios que tiene consumir productos ecológicos.

Por lo que se refiere a los atributos valorados en la compra de productos alimenticios, son la frescura, la calidad, el sabor, el valor para la salud y su valor nutritivo, y son las mujeres las que más lo valoran. Por el contrario a la marca y a la facilidad de preparación no les dan demasiada importancia en esta era en la que se vive pendiente de los cupones de descuentos y a la espera de ofertas, por tanto no importa tanto la marca. Cuanto mayor es el tamaño familiar mayor importancia se le da al sabor, al origen geográfico, a la facilidad de la preparación y a la garantía de seguridad alimentaria en el producto. Estas familias son familias con niños y por tanto es de entender que reparen en la seguridad de los alimentos adquiridos además de busquen una alimentación sin demasiada elaboración. Los que tienen estudios elementales le dan también importancia al precio, puede ser debido a inferiores salarios.

En cuanto al conocimiento sobre los productos ecológicos, la mitad de los encuestados afirma tener conocimientos medios. Esto se puede deber a que aquel que sabe, no cree controlar sobre el tema y el que no sabe mucho crea que sabe más, queriendo estar a la altura en esta época.

En relación a la identificación de los productos ecológicos los encuestados identifican de forma bastante correcta, aunque digan tener un conocimiento general medio. La mayor parte de los encuestados los identifican con productos que no utilizaban química y productos con el sello del consejo regulador de agricultura ecológica.

En general las fuentes de información, no influyen mucho en el conocimiento de esta clase de productos. Las que han tenido mayor importancia en el son los familiares y amigos, los medios de comunicación, las campañas publicitarias y que los ven en las tiendas. La Administración es la fuente de información de la que menos información sobre productos ecológicos reciben. Como era de suponer, los que tienen estudios superiores son los más informados. Por lo tanto, se deberían realizar más campañas de información desde la Administración, promocionando la certificación y su garantía.

Los encuestados compran o creen que se pueden comprar productos ecológicos alimenticios en tiendas especializadas en ecológicos, directamente al productor, en ferias rurales o en mercados locales. Los hombres compran o creen comprar más en tiendas tradicionales que las mujeres. Los que tienen una renta mensual menor a 900 euros y una renta mayor a 3.000 euros compran o creen comprar productos ecológicos en el supermercado y en el hipermercado y los que perciben rentas de entre 900 y 2.100 euros son los que no compran o no creen comprar ecológicos en grupos de consumo.

En relación al nivel de consumo de estos productos, se observa que en general la mayoría de los encuestados consume alimentos ecológicos. La mayoría los consumen ocasionalmente y otra gran parte habitualmente. La gran mayoría consume alimentos ecológicos, en mucha menor proporción se consumen textiles, productos de limpieza o productos de cuidado personal. Cuanto mayor es el tamaño familiar mayor es el consumo de productos de cuidado personal. Las mujeres son las que más productos de cuidado personal ecológicos consumen. Además, los que tienen una renta mayor a 3.000 euros son los que consumen más productos de limpieza ecológicos.

Los resultados de la encuesta muestran que no son muchos los consumidores de ecológicos los que buscan el sello que certifica que los productos son ecológicos. Las mujeres son las que buscan el sello ecológico a la hora de comprar.

El consumidor actual dice que mayoritariamente le cuesta encontrar alimentos ecológicos en el mercado. En cambio a las mujeres les resulta fácil encontrar los.

A la hora de comprar productos ecológicos alimenticios el motivo más importante por el que consumir alimentos ecológicos es que es beneficioso para la salud y que respeta el medio ambiente. También se valora el valor nutricional, la zona de producción y el precio. Cuanto mayores son los encuestados más importancia le dan a la denominación de marca, a la ausencia de conservantes y colorantes y a la zona donde han sido producidos los alimentos ecológicos. Las mujeres son las que más importancia le dan a los beneficios para la salud, a la ausencia de conservantes y colorantes y valor nutricional que tienen los productos ecológicos.

El consumidor actual sabe qué son los grupos de consumo y no participa en ellos y además los más jóvenes estarían dispuestos a participar si tuvieran oportunidad. Los que tienen un sueldo mensual mayor a 3.000 euros son los que más participan en grupos de consumo, debido a su poder adquisitivo.

En lo que se refiere a actitudes hacia los productos ecológicos, en general se considera que estos respetan el medio ambiente, son beneficiosos para la salud, son de mayor calidad, que no contienen conservantes ni colorantes y que tienen mejor sabor. Por otro lado, no están de acuerdo con que los productos ecológicos sean un fraude y con que son peores que los convencionales, aunque cuanto mayores son los encuestado así lo crean. Por lo tanto, las actitudes hacia los productos ecológicos son positivas. Las mujeres le dan más importancia al precio que los hombres. Las familias con menos de 900 euros de ingresos son los que mejor valoran que los alimentos ecológicos diciendo que son más sabrosos; que respetan el medio ambiente y que dicen que son peores que los convencionales.

Los principales motivos para no comprar este tipo de productos son el precio elevado y las dificultades para localizarlos en el establecimiento. Los que tienen estudios elementales le dan mucha importancia a no saber en qué establecimiento se venden los productos ecológicos y a que no les guste su aspecto exterior.

En cuanto al gasto mensual de productos ecológicos, el consumidor actual se gasta hasta no más de 60 euros al mes y la crisis no ha hecho variar este consumo. Hay que tener en cuenta que también se consumen alimentos no certificados ecológicos en mercados locales y de huertos propios.

El consumidor de alimentos ecológicos actual ve ecológicos en su tienda de compra habitual. Los más mayores dicen no verlos.

El no consumidor, a igualdad de precio o a menor precio que los alimentos tradicionales los compraría, siendo estos encuestados con estudios superiores y más jóvenes.

Por otra parte se han dado una serie de razones por las que no consumen productos ecológicos. El no consumidor no consume por falta de costumbre y porque son caros. Los más mayores desconfían del origen de los productos ecológicos y creen que no son de calidad. Los que tienen estudios elementales desconfían del origen de los alimentos ecológicos y por ello no los compran.

El consumidor actual está dispuesto a pagar hasta un 20% más. Los que tienen estudios superiores estarían dispuestos a pagar un sobreprecio de entre 20 y 50%. Los más mayores y las familias más pequeñas están dispuestos a pagar entre 50 y 100% más de sobreprecio.

Acerca del consumidor que está dispuesto a pagar un sobreprecio, pagaría un 10% más por verduras, frutas, huevos, pollo y carne.

A la vista de los resultados y conclusiones obtenidas podemos hacer las siguientes recomendaciones sabiendo que el futuro de los que satisfaga al consumidor.

Se deben de realizar más ferias de venta y exposición sobre los productos ecológicos para conocer los diferentes productos que existen, que cada vez son más y más asequibles.

En cuanto a los alimentos ecológicos, realizar más campañas de información para que los consumidores los conozcan, los identifiquen y sepan sobre el sello certificado. De la misma manera se tienen que difundir los beneficios para la salud que tiene estos alimentos y explicar que no dañan el medio ambiente.

En los propios establecimientos donde se vende alimentos ecológicos y convencionales, se debería organizar y señalarlos más para destacarlos. Cosa que muchos supermercados e hipermercados están haciendo.

Se deberían aumentar las ayudas a este tipo de productores o premiarlos de alguna manera para que los precios que barajen sean más competitivos. Así como se

hacen dan premios o certificados a las empresas que menos contaminan o no rebasan sus cuotas de contaminación. De esta manera se fomentaría la producción ecológica y el consumo interno del país.

Así mismo se debería facilitar y ampliar los canales de distribución. Para que sean de fácil alcance de los consumidores.

En el sistema y curriculum educativo se deben incluir contenidos relacionados a cuidar el medio ambiente y por tanto conocer este tipo de producción y los beneficios que suponen para la salud.

Por último podemos decir que si el mercado de alimentos ecológicos aumenta, los precios bajarían, se encontrarían en cualquier comercio, se respetaría el medio ambiente y se tendría una alimentación más sana, beneficiosa para la salud, de mayor calidad y más sabrosa.

## BIBLIOGRAFIA



## **BIBLIOGRAFIA**

### **LIBROS, NOTAS DE PRENSA, TESIS, REVISTAS, DOSSIERES**

- Elena Fraj Andrés (2003), “Influencia de las características psicográficas y de conocimiento en el comportamiento del consumidor ecológico. Una aplicación empírica.” CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
- “Casi un tercio de la población española ha consumido productos ecológicos.” (2014)“ MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE
- DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO 15 (2003)
- DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO 51
- DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO 52 (2010)
- DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO 48 vol.II (2013)
- DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO 35 vol.I (2014)
- DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO 36 vol.I (2014)
- EKOLURRA 54 (2014)
- “Vive la agricultura y ecológica” (2005), MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACION
- Estrella Bernal Cuenca y M<sup>a</sup> Luisa Feijoo Bello, “El papel de la agricultura ecológica en el mundo rural aragonés” UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA
- Xosé A.Arместo López (2007), “El concepto de agricultura ecológica y su idoneidad para fomentar el desarrollo rural sostenible” UNIVERSIDAD DE BARCELONA
- Varios autores “Redefiniendo el sistema agroalimentario desde la agroecología: Canales cortos de comercialización en Andalucía” UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA Y DE SEVILLA
- Kinnear y Tailor (1998), “Investigación de mercados”
- Jesús Pérez Calderón, “Agricultura ecológica: una alternativa al desarrollo sostenible en el campo mexicano”
- “Manual básico de la agricultura ecológica”
- “Manual de etiquetado de productos ecológicos” JUNTA DE ANDALUCIA, CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y PESCA
- Josephine Koch, “La agricultura ecológica en Alemania”, FUNDACIÓN ROSA LUXEMBURGO
- María Dolores Raigón Jiménez, “Alimentos ecológicos, calidad y salud”, JUNTA DE ANDALUCIA, CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y PESCA. SOCIEDAD ESPAÑOLA DE AGRICULTURA ECOLÓGICA (SEAE)
- “Conoce y vive la agricultura ecológica”, (2009), MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, MEDIO RURAL Y MARINO
- Itziar Aguirre (2010), “Principios de la producción ecológica” UNIVERSIDAD DE SEVILLA
- INTERECO 56, 57 Y 58
- “El mundo de la agricultura ecológica” FiBL y IFOAM
- “Estrategia para el apoyo a la producción ecológica” (2014) MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

- Mónica Peris Mendoza, Carlos Año Vidal y Juan Sánchez Díaz “Evolución, situación actual y perspectivas de la agricultura ecológica en España” UNIVERSIDAD DE VALENCIA
- UPM 23 (2012), UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID
- “Caracterización del sector de la producción ecológica española: valor, volumen y mercado y evaluación del impacto del comercio electrónico en la producción ecológica española” (2012) MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE
- “Caracterización del sector de la producción ecológica española: valor, volumen y mercado y evaluación del impacto del comercio electrónico en la producción ecológica española” (2013) MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE
- “Facts and figures on organic agriculture in the European Union” (2013) EUROSTAT
- “Caracterización del mercado de productos ecológicos en los canales especialistas de venta”, (2012) MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE
- “Estrategia para el apoyo a la producción ecológica”, (2014) MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE
- “Alimentos ecológicos, alimentación sana”
- “Manual básico de Agricultura ecológica”
- “Caracterización del mercado de productos ecológicos en los canales especialistas de venta”, (2012) MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE
- “Caracterización del sector de la producción ecológica española”, (2012) DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE
- María Montserrat Lorenzo Díaz “Marketing ecológico y sistemas de gestión ambiental: conceptos y estrategias empresariales” UNIVERSIDAD DE VIGO
- Sofía Boza Martínez, “La certificación como atributo de calidad en mercados de productos primarios; El caso de la Agricultura Ecológica” UNIVERSIDAD DE CHILE
- “Análisis de oportunidades para el sector ecológico”, (2013) DEPARTAMENTO DE INTERNACIONALIZACIÓN DEL INSTITUTO DE FOMENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- Carmen Lozano Cabedo “Los atributos de los alimentos ecológicos: distinción, sostenibilidad y seguridad” UNIVERSIDAD DE SEVILLA
- Minetti C. (2002), “Marketing de los productos ecológicos” PIRAMIDE
- Elena Fraj Andrés y Eva M<sup>a</sup> Martínez Salinas “Influencia de las características demográficas y socioeconómicas de los consumidores en la compra de productos ecológicos.” UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA
- Elena Fraj y Eva Martínez Salinas “Comportamiento del consumidor ecológico“ ESCUELA SUPERIOR DE GESTIÓN COMERCIAL Y MARKETING
- Ildefonso Grande Esteban y Elena Abascal Fernández “Fundamentos y técnicas de investigación comercial” LIBROS PROFESIONALES DE EMPRESA ESIC
- Pere Soler Pujals, “Investigación de mercados” UNIVERSIDAD DE BARCELONA

- “Distribución y consumo de productos ecológicos en Castilla y León. Modelos de canales comerciales, canalización y hábitos de consumo. Análisis y evaluación.

### WEB

<http://www.productos-ecologicos.com>  
<http://www.ecototal.com>  
<http://www.laortiga.com/index.php/iquienes-somos/ique-es-la-agricultura-ecologica>  
<http://www.concienciaeco.com>  
<http://ideasmedioambientales.com/agricultura-ecologica-frente-agricultura-convencional>  
<http://www.ecorganicweb.com/3-diferencias-entre-agricultura-ecologica-y-agricultura-convencional>  
[http://www.asaja.com/sectoriales/agricultura\\_ecologica\\_7/perfil\\_del\\_consumidor\\_de\\_alimentos\\_ecologicos\\_16](http://www.asaja.com/sectoriales/agricultura_ecologica_7/perfil_del_consumidor_de_alimentos_ecologicos_16)  
<http://www.ifoam-eu.org/en/news/2014/05/07/ifoam-eu-press-release-organic-sector-concludes-organic-regulation-proposal>  
[http://www.euskadi.net/nota\\_prensa/2014/gobierno-vasco-refuerza-su-apoyo-a-la-agricultura-ecologica/r33-2733/es](http://www.euskadi.net/nota_prensa/2014/gobierno-vasco-refuerza-su-apoyo-a-la-agricultura-ecologica/r33-2733/es)  
<http://www.caaearagon.com>  
<http://ganaderiasorganicas.blogcindario.com/2010/03/00036-historia-de-la-agricultura-ecologica.html>  
[http://www.alimentacion.es/es/conoce\\_lo\\_que\\_comes/agricultura\\_ecologica/](http://www.alimentacion.es/es/conoce_lo_que_comes/agricultura_ecologica/)  
[http://www.nasdap.ejgv.euskadi.net/r50-4633/es/contenidos/informacion/agrieco\\_intro/es\\_dapa/agrieco\\_intro.html](http://www.nasdap.ejgv.euskadi.net/r50-4633/es/contenidos/informacion/agrieco_intro/es_dapa/agrieco_intro.html)  
[http://www.ambientum.com/revista\\_medioambiental/2014-10-alimentacion-ecologica/el-consumo-ecologico-en-datos-en-espana.asp](http://www.ambientum.com/revista_medioambiental/2014-10-alimentacion-ecologica/el-consumo-ecologico-en-datos-en-espana.asp)  
<http://redhuertosconsumosierra.wordpress.com/ventajas-de-los-alimentos-ecologicos/>  
<http://www.ecoagricultor.com>  
<http://interesoweb.com>  
<http://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/portal/areas-tematicas/produccion-ecologica/produccion/agricultura-ecologica/index.html>  
<http://www.larioja.org/npRioja/default/defaultpage.jsp?idtab=438920>  
<http://www.fao.org/organicag/es/>  
<http://www.fepeco.es/apartado/general/quality-low-input-food.html>  
<http://www.agriecol.org/es/>  
[http://ec.europa.eu/agriculture/organic/index\\_es.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/organic/index_es.htm)  
<http://www.agroecologia.net>  
<http://www.ecovalia.org/es/>  
<http://www.agriculturacanaria.com>  
<http://www.aragonalimentos.es/agricultura-ecologica.php>  
[http://www.gobcan.es/agricultura/icca/calidad/Agricultura\\_Ecologica/](http://www.gobcan.es/agricultura/icca/calidad/Agricultura_Ecologica/)  
<http://www.craega.es/index.php>  
<http://pame.gobex.es/sectores/agricultura/ecologica>  
<http://biorganicfoods.com/>

<http://www.caecv.com/>

<http://www.crie.uji.es/agric/pagina1.htm>

<http://www.caecyl.es/>

<http://asociacionredel.com/proyectos-y-experiencias-de-interes/>

<http://www.agricultura-ecologica.com/>

<http://ec.europa.eu/eurostat>

<http://www.bionekazaritza.net/?lang=eu>

<http://www.cpaen.org/>

[http://www.mercasa.es/publicacion/distribucion\\_y\\_consumo\\_-\\_n\\_131](http://www.mercasa.es/publicacion/distribucion_y_consumo_-_n_131)

<http://www.eneek.org/cas/index.asp>

<http://www.agencebio.org/>

<http://www.ifoam.org/>

<http://www.isofar.org/isofar/>

<https://www.ota.com/>

## ANEXOS



## ENCUESTA SOBRE LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS

Nº Encuesta ..... Zona ..... Nº Encuestador .....

Buenos días/tardes, la Universidad Pública de Navarra está realizando un estudio sobre los hábitos de consumo de alimentos y alimentos ecológicos en el hogar. Sus opiniones nos serán de una gran utilidad, por lo que le pedimos su colaboración. Usted ha sido elegido totalmente al azar y sus contestaciones están sujetas a secreto estadístico. Muchas gracias por su colaboración.

### CONSUMO DE ALIMENTOS Y ALIMENTOS ECOLÓGICOS Y HÁBITOS DE COMPRA

1. (PARA TOD@S) Para empezar, por favor indíqueme si es usted comprador de los siguientes alimentos y con qué frecuencia los adquiere o consume:

	No consumo	Ocasional	1 Vez/semana	Más de 1 vez semana, habitualmente
Frutas frescas				
Hortalizas frescas				
Carne de vacuno				
Carne de cordero				
Carne de cerdo				
Pollo				
Pescados				
Platos preparados				
Leche				
Productos lácteos				
Zumos preparados				
Alimentos ecológicos				
Cereales para desayuno				
Legumbres				
Aceite				
Agua mineral				
Vino				
Cerveza				

2. (PARA TOD@S) Por favor indíqueme de entre los siguientes aspectos cuáles son más importantes para usted cuando compra alimentos. Puntúe de 1 a 5, indicando el 5 la máxima importancia y el 1 la menor.

- El precio
- El sabor
- La frescura
- El valor para la salud
- La calidad
- El origen geográfico
- La garantía de la empresa fabricante
- La facilidad en la preparación
- Su duración en buenas condiciones
- Su valor nutritivo
- La garantía de seguridad alimentaria en el producto
- La marca

3. (PARA TOD@S) ¿Podría indicarme el grado de conocimiento que tiene sobre los *Productos Ecológicos Alimenticios*?

- Alto
- Medio
- Bajo

4. (PARA TOD@S) De los siguientes, a su juicio, ¿cuáles considera *Productos Ecológicos Alimenticios*?. Valore de 1 a 5, cuanto más de acuerdo esté con la afirmación más alta será la puntuación.

- Productos de la huerta que se venden directamente en las plazas
- Productos denominados "naturales o verdes"
- Productos cultivados o elaborados sin utilizar productos químicos
- Productos "integrales"
- Productos "sin conservantes ni colorantes", "sin aditivos artificiales"
- Productos con sello del Consejo Regulador de Agricultura Ecológica (CRAE/CPAEN)

5. (PARA TOD@S) Indique el grado de importancia que han tenido las siguientes fuentes de información en el conocimiento de los *Productos Ecológicos Alimenticios*. (Mucho = 4, Bastante = 3, Poco = 2, Nada = 1).

	1	2	3	4
Amigos o familiares		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La tienda donde compro		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los he visto en las tiendas		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los medios de comunicación (publicidad, ferias, etc)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las campañas publicitarias de los productores de alimentos ecológicos.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La Administración		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. (PARA TOD@S) ¿En qué establecimientos comerciales adquiere o cree que se adquieren los *Productos Ecológicos Alimenticios*?

- Tiendas tradicionales
- Hipermercado
- Tiendas especializadas en ecológicos
- Supermercado
- Directamente al productor
- Regalo
- Tiendas de dietética
- Farmacias
- Herboristería
- Ferias rurales
- Grupos de consumo
- Mercado local

Otros: indicar.....

## 7. (PARA TOD@S) ¿Consumes productos ecológicos?

- Sí, habitualmente
- Sí, una vez a la semana
- Sí, ocasionalmente
- No

## 8. (SOLO CONSUMIDOR/A) ¿Qué tipo de productos ecológicos compra?

- Alimentos
- Textiles
- Productos de limpieza
- Productos de cuidado personal
- Otros

## 9. (SOLO CONSUMIDOR/A) ¿Cuándo compra productos ecológicos, busca el sello que certifica que realmente lo son?

- Sí, siempre
- A veces
- No, nunca

## 10. (SOLO CONSUMIDOR/A) ¿Le resulta fácil encontrar los alimentos ecológicos?

- Sí
- No

## 11. (SOLO CONSUMIDOR/A) Indique la importancia de los atributos que se muestran a la hora de adquirir un producto Ecológico Alimenticio, tanto si Ud. es consumidor como si no lo es (5 = Muy importante 4, 3, 2, 1 = En absoluto importante)

- Precio
- Sabor
- La denominación de marca
- Beneficio para la salud
- Aspecto exterior
- Ausencia de conservantes y colorantes
- Valor nutricional
- Respeto al medio ambiente
- Zona donde ha sido producido o cultivado

## 12. (PARA TOD@S) ¿Conoce lo que son los Grupos de Consumo o las Cooperativas de Consumidores de productos ecológicos alimenticios?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

## 13. (PARA LOS QUE SI CONOCEN) ¿Participa o compra a través de un Grupo de Consumo o una Cooperativa de Consumidores sus productos ecológicos alimenticios?

- Sí
- No

## 14. (PARA LOS QUE SI LOS CONOCEN Y NO COMPRAN EN ESE CANAL) ¿Participaría o compraría a través de un Grupo de Consumo o una Cooperativa de Consumidores sus productos ecológicos alimenticios si tuviera oportunidad?

- Sí
- No lo se

- No

### ACTITUDES HACIA LOS ALIMENTOS ECOLÓGICOS

## 15. (PARA TOD@S) Los Productos Ecológicos Alimenticios, a su juicio, son: Puntúe de 1 a 5, cuanto mayor sea el grado de acuerdo mayor será la puntuación.

- Beneficiosos para la salud.
- Mayor calidad.
- Un fraude.
- Más sabrosos.
- Peores que los convencionales.
- Más caros.
- Más atractivos.
- No tiene efectos secundarios.
- Responden a una moda.
- Son más nutritivos que los convencionales.
- Respetan el medio ambiente.
- Tienen mejor sabor.
- Tienen mejor aspecto exterior.
- No tienen conservantes ni colorantes.

## 16. (NO CONSUMIDOR) Si usted no compra Productos Ecológicos Alimenticios o ha dejado de comprarlos. Indique el grado de acuerdo con los siguientes motivos, puntúe de 1 a 5, cuanto mayor sea el grado de acuerdo mayor será la puntuación.

- Precio elevado
- Dificultades para localizarlos en el establecimiento
- No se encuentran en el establecimiento donde compro
- No sé en qué establecimientos se venden
- No encuentro diferencias con los productos convencionales
- No me gusta su aspecto exterior
- Son de difícil conservación
- Son un fraude
- Son una moda

### DISPOSICIÓN A COMPRAR Y A PAGAR POR ALIMENTOS ECOLÓGICOS

## 17. (SOLO CONSUMIDOR/A) ¿Cuánto gasta al mes en Productos Ecológicos Alimenticios?

- Hasta 15 €
- De 15 a 30 €
- De 30 a 60 €
- De 60 a 120 €
- Más de 120 €

## 18. (SOLO CONSUMIDOR/A) ¿Ha variado su consumo de alimentos ecológicos a raíz de la crisis económica?

- Sí, ha disminuido mucho
- Sí, compro algo menos de lo habitual
- Sí, ha aumentada
- No ha variado

## 19. (NO CONSUMIDOR/A) ¿Has visto productos ecológicos alguna vez en su lugar de compra?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

20. (NO CONSUMIDOR/A) ¿Compraría Productos Ecológicos Alimenticios si los encontrara en su establecimiento habitual?

- Sí
- No lo se
- No

21. (NO CONSUMIDOR/A) ¿A igualdad de precio, compraría productos ecológicos en lugar de los convencionales?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

22. (NO CONSUMIDOR/A) ¿Compraría más alimentos ecológicos si fuesen más baratos?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

23. (PARA TOD@S) ¿Qué sobreprecio está dispuesto/a a pagar por alimentos ecológicos ?

- Ninguno
- Hasta un 20%
- 20% a 50%
- 50% a 100%

24. (PARA LOS/AS QUE ESTEN DISPUEST@S A PAGAR MÁS) ¿Estaría dispuesto a pagar por un producto de Agricultura Ecológica un 10 % más respecto al precio de los productos convencionales?. Indique sí o no.

	Sí	No
Verduras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Patatas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cereales y pan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Frutas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arroz y pastas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Legumbres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Huevos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leche y derivados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dulces	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Miel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pollo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Carne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aceite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

25. (NO CONSUMIDOR/A) No consume productos ecológicos porque...

- Son caros
- No los conoce
- Desconfía de su origen
- No los encuentra
- No son de calidad
- Falta de costumbre

**CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS Y ESTILOS DE VIDA**

**ESTILOS DE VIDA**

26. (PARA TOD@S) Ante las siguientes afirmaciones indique su grado de acuerdo, en una escala de 1 a 5, indicando el 6 el mayor nivel de acuerdo y el 1 el menor.

- Controlo la ingesta de sal
- Practico una dieta vegetariana
- Hago ejercicio con regularidad
- Procuro no comer alimentos industrializados
- Como con frecuencia frutas y verduras
- Como con moderación carne roja
- Pertenezco a una asociación de defensa de naturaleza
- Procuro comer alimentos sin aditivos
- Periódicamente chequeo mi salud voluntariamente
- Procuro reducir el estrés
- Colaboro en Organizaciones sin ánimo de lucro
- Visito al dentista con regularidad
- Procuro llevar una vida ordenada y metódica
- Procuro equilibrar trabajo con vida privada
- Leo las etiquetas de los productos

**ACTITUDES HACIA EL MEDIO AMBIENTE**

27. (PARA TOD@S) Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones en una escala de 1 a 5, indicando el 5 el mayor nivel de acuerdo y el 1 el menor.

- La civilización actual está destruyendo la naturaleza
- Prefiero consumir productos reciclados
- Arrojo la basura en contenedores selectivos (orgánico, no orgánico, pilas)
- Si no se toman medidas el deterioro del medio ambiente será irreversible
- Colaboro en tareas de conservación del medio ambiente
- Me preocupo de las consecuencias de la actividad humana sobre el cambio climático y actúo consecuentemente

**OTROS**

28. (PARA TOD@S) Nos puede indicar su año de nacimiento:.....

29. Sexo:

- Hombre
- Mujer

30. (PARA TOD@S) ¿Vive en un núcleo rural o en una población grande?

- Núcleo rural
- Población pequeña
- Población grande

31. (PARA TOD@S) Cuadrilla alavesa en la que vive.....

32. (PARA TOD@S) ¿Cuántas personas viven en su casa dentro de los siguientes rangos de edad, incluido usted?.

- Menos de 6 años
- De 6 a 16 años
- De 17 a 65 años
- Más de 65 años



**33. (PARA TOD@S) Nos puede indicar de forma aproximada el nivel de ingresos mensual de su familia:**

- Menos de 900 euros
- De 900 euros a 1500 euros
- De 1.500 euros a 2.100 euros
- De 2.100 euros a 3.000 euros
- Más de 3.000 euros
- No sabe/no contesta (**PASAR A P.34**).

**34. (SÓLO PARA LOS QUE NO RESPONDEN A P.33). Nos puede indicar la clase social a la que usted cree pertenecer:**

- Alta
- Media-alta
- Media-media
- Media-baja
- Modesta

**35. (PARA TOD@S) Nos puede indicar su nivel de estudios:**

- Elementales
- Medios
- Superiores

**36. (PARA TOD@S) Nos puede indicar su profesión:**

- Agricultor/a
- Pequeño industrial-comerciante
- Funcionario/a
- Empresario/a
- Jubilado/a
- Estudiante
- Parado/a
- Trabajador/a del hogar/responsable del hogar
- Otro

**LE AGRADECEMOS DE NUEVO SU VALIOSA COLABORACIÓN**