

Escenarios y tendencias en el consumo de productos ecológicos

Guillem Tendero Acin

PID_00162891



Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu

Índice

Introducción	5
Objetivos	6
1. Agricultura ecológica y agroecología	7
1.1. La agricultura ecológica	7
1.1.1. Definiciones	7
1.1.2. Escuelas de agricultura ecológica	8
1.1.3. Críticas a la agricultura ecológica	10
1.2. La agroecología	15
1.2.1. Definiciones	15
1.2.2. Evolución de la agroecología	16
1.3. Desarrollo de la agricultura ecológica	18
1.3.1. Etapas de desarrollo a escala global	18
1.3.2. Etapas en el desarrollo de la agricultura ecológica en el Estado español	20
2. Situación actual de la producción y el mercado de productos ecológicos	24
2.1. Un retrato de la producción ecológica mundial	24
2.1.1. Los inicios de la producción ecológica en todo el mundo	24
2.1.2. Distribución de la producción ecológica mundial	26
2.1.3. Usos de la tierra y principales cultivos a escala mundial	28
2.1.4. El mercado global de alimentos y bebidas ecológicos ...	30
2.1.5. Europa: producción y mercado de productos ecológicos	31
2.1.6. El Estado español: producción y mercado de productos ecológicos	34
2.1.7. Cataluña: producción y mercado de productos ecológicos	37
2.2. Canales de comercialización en la agricultura ecológica	39
2.2.1. Principales canales de comercialización en la distribución minorista de productos ecológicos	40
2.3. Canales de distribución de productos agroecológicos: circuitos cortos de comercialización	44
2.3.1. Las cooperativas/asociaciones de productores y consumidores	46
2.3.2. La venta directa mediante cestas de verdura de temporada	47

2.3.3. Cooperativas de consumo	48
3. El consumo de productos ecológicos.....	50
3.1. El consumo de productos ecológicos en el ámbito global	50
3.2. El consumo de productos ecológicos en el Estado español y en Cataluña	52
3.3. El consumo desde el punto de vista de los consumidores	54
3.3.1. Motivaciones de compra	54
3.3.2. Perfil de los consumidores	56
3.3.3. El consumo de productos agroecológicos	58
3.4. Tendencias futuras	59
Resumen.....	61
Glosario.....	65
Bibliografía.....	66

Introducción

En el presente módulo, vamos a exponer una visión global de la situación del mercado y el consumo de productos ecológicos. La primera unidad se centra en las definiciones y la historia de la agricultura ecológica y la agroecología. La segunda, en recoger las principales características de la producción mundial y el mercado de productos ecológicos, así como los principales canales de comercialización. Por último, en la tercera unidad, vamos a analizar la situación del consumo, las principales motivaciones de compra y las tendencias futuras previsibles del sector.

Objetivos

Tras la lectura y el estudio de este módulo se alcanzarán los objetivos siguientes:

- 1.** Adquirir los conocimientos necesarios para formarse una opinión crítica sobre el papel que la agricultura ecológica y la agroecología pueden jugar en la actualidad como alternativa a la agricultura de mercado.
- 2.** Familiarizarse con los conceptos básicos relacionados con las definiciones, las escuelas y la historia de la agricultura ecológica y la agroecología.
- 3.** Adquirir una visión amplia sobre la evolución reciente y la situación actual del mercado y el consumo de productos ecológicos, tanto en el ámbito internacional como en el europeo y en el español.
- 4.** Conocer las principales características de la producción mundial y el mercado de productos ecológicos, así como sus principales canales de comercialización.
- 5.** Reflexionar sobre la situación actual del consumo de productos ecológicos y agroecológicos analizando las principales motivaciones de compra y las tendencias futuras previsibles del sector.

1. Agricultura ecológica y agroecología

La crisis ecológica generada por las prácticas de la agricultura industrial ha provocado el surgimiento de varias propuestas agrícolas alternativas. Nos referiremos a **agricultura ecológica** como el concepto general regulado por la Administración pública o por los organismos certificadores privados, pero entendiendo que existe una gran diversidad de escuelas con múltiples matices, en el ámbito de la técnica agrícola y del pensamiento, que se incluyen dentro de la agricultura ecológica. Por último, hemos separado en un capítulo aparte el concepto de **agroecología**, al considerar que va un paso más allá y no sólo afronta los impactos negativos de la agricultura industrial, sino que también pretende incidir en la estructura social, ya que plantea un modelo alternativo de desarrollo. En este sentido, incluiremos dentro de la agroecología todos aquellos proyectos productivos, organizaciones de consumidores o canales de distribución que entiendan su práctica como una herramienta de transformación social.

1.1. La agricultura ecológica

1.1.1. Definiciones

"La agricultura ecológica es un sistema de producción que mantiene la salud de los suelos, ecosistemas y personas. Se basa en procesos ecológicos, biodiversidad y ciclos que se adaptan a las condiciones locales, antes que en el uso de insumos con efectos adversos. La agricultura ecológica combina tradición, innovación y ciencia para beneficiar el medio ambiente común y promover relaciones justas y una buena calidad de vida para todos los implicados."

IFOAM (2008). *Construyendo sectores orgánicos sustentables*. La traducción es propia.

La definición anterior ha sido recientemente aprobada por la Federación Internacional de Movimientos de la Agricultura Ecológica (IFOAM), principal promotor de la agricultura ecológica y referente internacional del sector ecológico. Debido a la gran diversidad de modelos agrícolas que se engloban dentro de la agricultura ecológica, no hay una definición única y universal. Aun así, existe un reconocido consenso internacional en los objetivos recogidos por la IFOAM.

La característica que distingue fundamentalmente el término *agricultura ecológica* de otras aproximaciones a la agricultura sostenible es que existe una legislación que lo ampara, con unos compromisos mínimos exigibles al agricultor que la practica y organismos certificadores que definen claramente qué es y qué no es la agricultura ecológica. Dado que esto no es fácil, ha sido necesario simplificar el concepto y objetivarlo. La consecuencia inmediata ha sido la simplificación legal del concepto "producto de la agricultura ecológica" a aquel en el que, para su producción, no han sido utilizados productos químicos de síntesis.

A continuación, presentamos la definición de la actual legislación europea y la del Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino (MARM), por su importancia normativa e institucional:

"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 preservación de los recursos naturales, la aplicación de normas exigentes sobre el 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 desarrollan un papel social doble, aportando, por un lado, productos ecológicos (PE) a un mercado específico que responde a la demanda de los consumidores y, por el otro, bienes públicos que contribuyen a la protección del medio ambiente, al bienestar animal y al desarrollo rural".

Reglamento (CE) N.º 834/2007

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

MARM (2009). *La agricultura ecológica en España*.

Lectura recomendada

Para más información sobre este punto, podéis consultar el siguiente libro:

G. Guzmán Casado, M. González Molina y E. Sevilla Guzmán (2000). *Introducción a la agroecología como desarrollo rural sostenible*. Madrid: Mundi-Prensa.

1.1.2. Escuelas de agricultura ecológica

Del mismo modo que no existe una definición universal de agricultura ecológica, desde los primeros promotores, se han ido desarrollando varias escuelas. El común denominador es que pretenden minimizar o solucionar el problema de la degradación de los recursos naturales. No obstante, existen importantes

diferencias: el nivel de biodiversidad, la estrategia de mercado o la base científica o espiritual en la que se sostienen son algunos de estos rasgos diferenciales. Destacamos las siguientes corrientes de la agricultura ecológica:

Lectura complementaria

Para más información sobre este punto, podéis consultar el capítulo 2 "Estilos de agricultura ecológica" del libro de G. Guzmán Casado, M. González Molina y E. Sevilla Guzmán (2000). *Introducción a la agroecología como desarrollo rural sostenible*. Madrid: Mundi-Prensa.

La agricultura orgánica/biológica/ecológica

Entenderemos como agricultura orgánica/biológica/ecológica¹ aquella que no utiliza productos químicos de síntesis. Es la tipología que más se ajusta a la normativa establecida, la que ha tenido un crecimiento más notable en las últimas décadas y la más inserida en el mercado agroalimentario. No integra necesariamente en sus bases objetivos de eficiencia energética o aspectos sociales o culturales de la producción agraria.

⁽¹⁾Los términos *orgánico/biológico* y *ecológico* son sinónimos. Su utilización depende sobre todo del área territorial: en América del Norte se utiliza mayoritariamente *orgánico*, en la mayoría de países europeos *biológico* y en el Estado español, *ecológico*.

Sus inicios se remontan a los estudios sobre fertilidad del suelo llevados a cabo por Albert Howard y publicados en 1940 en la obra *Testamento agrícola*. Otras contribuciones destacables son los trabajos de Hans Müller, promotor de relaciones directas entre agricultores y consumidores en Suiza y de la aplicación de métodos orgánicos, así como los de Hans Peter Rusch, que contribuye con sus trabajos de fertilidad y microbiología.

La agricultura biodinámica

Está basada en los principios de la antroposofía de Rudolf Steiner aplicados a la agricultura. Desde esta cosmovisión, Steiner propone una serie de prácticas para realizar en el "organismo-granja", tales como preparados que se aplican al suelo o a los cultivos para potenciar las influencias beneficiosas del cosmos. La agricultura biodinámica subraya la influencia de los ritmos cósmicos y las constelaciones sobre la agricultura, por lo que basa en ella su calendario de siembras y tareas agrícolas.

La agricultura biodinámica se ha desarrollado sobre todo en aquellas zonas de más influencia de la corriente antroposófica, es decir, Alemania y la Europa central. Igualmente, se han desarrollado importantes redes de comercialización, certificación propia e industria elaboradora, entre otros. Destaca Demeter Internacional, que agrupa a más de 4.000 productores en 43 países de Europa, América, África y Nueva Zelanda y tiene un sello de certificación propio.

La agricultura natural

La agricultura natural fue creada por el japonés Masanobu Fukuoka a partir de la publicación de la obra *The one-straw revolution. An introduction to natural farming* (1978). Se basa en el respeto e imitación de la naturaleza y en la mínima intervención humana. Nos propone una serie de prácticas fundamentales de manejo: no labrar, no utilizar fertilizantes ni plaguicidas, no escardar, no podar y el uso de bolas de arcilla como método de siembra. La alta biodiversidad y la alta actividad biológica del suelo no hacen necesario efectuar rotaciones amplias.

La propuesta de Fukuoka engloba otras facetas como la dieta, la medicina o el desarrollo espiritual. Se opone fuertemente a la ciencia occidental y no simpatiza con la agricultura ecológica productivista, al entender que ésta altera continuamente los ciclos naturales.

La permacultura

La permacultura surge en Australia y es desarrollada inicialmente por Bill Mollison y David Holmgren. Es un sistema para diseñar, crear y mantener de forma permanente asentamientos humanos sostenibles desde un enfoque postindustrial, adoptado por colectivos generalmente urbanos que se trasladan a zonas rurales con el objetivo de la autosuficiencia.

A escala agrícola, promueve una elevada biodiversidad, minimiza el consumo de energías no renovables, trabaja a favor de los ciclos naturales y concibe la explotación agrícola como un sistema integral donde todos los elementos están relacionados.

1.1.3. Críticas a la agricultura ecológica

En este apartado, vamos a revisar brevemente algunos de los principales debates que giran en torno a la agricultura ecológica. Los dos primeros puntos (rendimientos y precios) analizan dos críticas habituales desde los sectores partidarios del desarrollo industrial de la agricultura, escépticos en cuanto al potencial de la agricultura ecológica. En los siguientes puntos (sostenibilidad y comercialización), incorporamos la perspectiva de autores críticos con la agricultura ecológica más mercantilizada.

Rendimientos en la agricultura ecológica

Una de las críticas más extendidas es que la agricultura ecológica no es lo bastante productiva como para cubrir la demanda de alimentos de la población mundial.

Referencia bibliográfica

La última edición del libro de Fukuoka en inglés es la siguiente:

Masanobu Fukuoka (2009). *The one-straw revolution. An introduction to natural farming*. Nueva York: New York Review Books.

En primer lugar, las crisis alimentarias son consecuencia de la extrema desigualdad en cuanto a la distribución de la riqueza así como de los intereses económicos y políticos y de ningún modo por carencia de productividad.

De todos modos, numerosos estudios han concluido que los rendimientos de la producción ecológica son generalmente comparables a los de la industrial cuando se calculan por unidad de superficie y que la adopción de prácticas sostenibles puede comportar incrementos sustanciales en la producción a largo plazo.

Autores de elevado reconocimiento científico internacional afirman que la agricultura ecológica no tiene menos rendimiento que la agricultura convencional. Así,

"Un amplio estudio, en el que se compararon 293 situaciones de agricultura convencional y agricultura ecológica, demostró que el rendimiento de esta última es aproximadamente igual al de la agricultura convencional en los países desarrollados y mucho más alto en los países en vías de desarrollo. [...] Un estudio a largo plazo llevado a cabo en el Rodale Institute de los Estados Unidos demostró que, cuando las precipitaciones son normales, el rendimiento de la agricultura biológica y el de la convencional son equiparables; por el contrario, durante los años de sequía el rendimiento de la agricultura ecológica es mucho más alto, lo que confirma que los campos cultivados ecológicamente son mucho más resistentes al estrés abiótico".

C. Badgley; J. Moghtader; E. Quintero; E. Zakem; M. J. Chappell; K. Avilés-Vázquez; A. Samulon; I. Perfecto (2007). "Organic agriculture and the global food supply". *Renewable Agriculture and Food Systems* (n.º 22, págs. 86-108). Citado en Shiva *et al.* (2009).

D. Pimentel; P. Hepperly; J. Hanson; D. Douds; R. Seidel (2005). "Environmental energetic and economic comparisons of organic and conventional farming systems". *Bioscience* (n.º 55, págs. 573-582). Citado en Shiva *et al.* (2009).

Miguel Altieri, uno de los mayores expertos mundiales en agroecología, indica que en la agricultura ecológica los rendimientos por unidad de área de cultivo pueden ser entre un 5 y un 10% menores que en el cultivo convencional, pero son mayores los rendimientos relacionados con otros factores (como por unidad de energía, de agua o de suelo perdido). Los policultivos superan el rendimiento de los monocultivos; la variabilidad de los rendimientos en agricultura ecológica es menor, con la consecuente disminución del riesgo de fracaso productivo, las variedades nativas o tradicionales están más adaptadas y son más eficientes en el uso de recursos escasos que las variedades mejoradas industrialmente y las rotaciones de cultivos incrementan y estabilizan los rendimientos a largo plazo.

Otro informe que presenta la última evaluación de la FAO sobre el desarrollo a largo plazo de la alimentación, la nutrición y la agricultura, observa que los rendimientos en agricultura ecológica pueden ser entre un 10 y un 30% inferiores comparados con la agricultura convencional de los países industrializados, pero que en países empobrecidos la agricultura ecológica puede presentar mejores rendimientos que la agricultura tradicional.

Referencia bibliográfica

M. A. Altieri (1995). "El «estado del arte» de la agroecología y su contribución al desarrollo rural en América Latina". En: Alfredo Cadenas Marín (ed.). *Agricultura y desarrollo sostenible*. Madrid: MAPA.

Referencia bibliográfica

FAO (2002). *Agricultura mundial: hacia los años 2015/2030. Informe resumido*.

Así pues, la agricultura ecológica puede dar mayores rendimientos en agricultores con pocos recursos y equivalentes o menores en zonas óptimas para la agricultura industrial. No obstante, en estas últimas condiciones, el impacto de las técnicas inadecuadas empleadas por la agricultura industrial puede producir a largo plazo una superación de la capacidad de carga del ecosistema, así como el empobrecimiento del suelo, con el consecuente decrecimiento de la producción y los rendimientos.

El precio de los productos ecológicos

Según un estudio reciente del MAPA, los alimentos ecológicos son, en general, entre un 30 y un 50% más caros que los convencionales (MAPA, 2007). El precio comparativamente elevado de los productos ecológicos tiene como consecuencia que a menudo se identifique este hecho como una de las principales causas que frenan el consumo, y el mercado de productos ecológicos se ve como elitista, limitado a consumidores con elevado nivel adquisitivo.

El precio de los productos ecológicos debería permitir la viabilidad de las actividades agrarias y garantizar condiciones de trabajo dignas para los trabajadores. A su vez, el coste de estos productos no tiene que suponer un elemento de marginación para los consumidores de las rentas más bajas.

Las cifras de las estadísticas oficiales no tienen en cuenta muchos de los productos ecológicos distribuidos por medio de circuitos cortos de comercialización, puesto que a menudo se trata de productores que prescinden de la certificación. Con la eliminación de todos o de la mayoría de intermediarios, los circuitos cortos de comercialización facilitan la rentabilidad económica de la actividad agraria, a la vez que el consumidor tiene la opción de obtener productos a precios más asequibles.

El uso de mano de obra más intensiva, el carácter extensivo de la ganadería o el elevado coste de algunos tratamientos explican sólo una pequeña parte de la diferencia de precio. La distribución a través de canales convencionales, en general, encarece el producto final. Cuando no es así, las condiciones de compra y los precios de mercado repercuten negativamente en la autonomía y los beneficios económicos de los productores. Cabe destacar que, en el caso de los productos agrarios, los productores cobran de media un 23,86% del precio final y que la mayor parte del incremento del precio queda en manos de la distribución. Hay que tener presente, además, que en los últimos diez años en el Estado español han desaparecido diez explotaciones agrarias cada día y que la renta agraria se ha situado sólo en un 58% de la renta general.

Para desarrollar un mercado de productos ecológicos asequibles para la mayoría de la población y favorecer el mantenimiento de un medio rural vivo, hay que buscar modelos alternativos de comercialización que beneficien a los productores y no encarezcan excesivamente el producto final.

Referencia bibliográfica

R. Binimelis (2009). *Identificació i tipologia de possibilitats de comerç ecològic en circuits curts*. Documento inédito. Proyecto BIOTACC.

La agricultura ecológica no utiliza necesariamente prácticas sostenibles

Algunos autores críticos con la agricultura ecológica productivista alegan que gran parte de la agricultura ecológica se está desarrollando bajo los mínimos que exige la certificación y queda reducida a aquella agricultura que no utiliza productos químicos de síntesis.

La sustitución de insumos químicos por tratamientos naturales presenta un impacto claramente menor sobre el medio porque reduce la contaminación. Aun así, la sostenibilidad del agrosistema puede seguir siendo más bien baja si no se desarrollan mecanismos de autorregulación (como una elevada biodiversidad o zarzales) ni de conservación de los recursos (por ejemplo, agua o suelo). De este modo, graves problemas de la agricultura mundial como la erosión del suelo, la salinización o la alcalinización no son necesariamente resueltos.

La necesidad de generar importantes volúmenes de producto para satisfacer sobre todo el mercado de la exportación ha comportado, por ejemplo, el desarrollo de monocultivos intensivos ecológicos o cultivos fuera de temporada. Ambas prácticas implican mayores problemas de plagas con el consecuente uso indiscriminado de plaguicidas (ecológicos) y el modelo fuerza la utilización de invernaderos, coberturas de plástico para evitar el crecimiento de hierba o el uso intensivo de maquinaria pesada, con el consecuente consumo de combustibles fósiles.

Por otro lado, los sistemas oficiales de certificación no tienen en cuenta los aspectos socioeconómicos de la producción ni las condiciones del procesado o la distancia que ha recorrido el producto hasta el punto de venta. En este sentido, para superar los límites de la certificación, varios colectivos de todo el mundo vinculados al movimiento agroecológico están desarrollando estrategias de certificación participativa que incluyan criterios sociales y de sostenibilidad en la evaluación.

Agricultura local, ecológica e industrial

"[...] ¿Hasta qué punto podemos considerar un alimento como «ecológico» si, para su obtención, el uso de recursos no renovables y el daño ambiental son desmesurados?"

De este modo, se da el caso en el Reino Unido de productores de tomates que han convertido parte de sus invernaderos a la agricultura ecológica. Estas explotaciones, que en lugar de huertos ecológicos parecen factorías, utilizan prácticas de monocultivo intensivo bajo enormes invernaderos de cristal. Un ordenador central se encarga de controlar la temperatura del invernadero, el nivel de CO₂ del aire, la humedad ambiental y el riego dentro del invernadero. Esto contribuye a que se consigan unas condiciones óptimas para el cultivo durante unos 10-11 meses el año. [...]

La Soil Association certifica como orgánicos los tomates de estas explotaciones. Aun así, para una producción aproximada de entre 400-250 t/ha/año (dependiendo de la variedad) son necesarios más de 720.000 l/ha/año de combustible entre queroseno y otros combustibles para el funcionamiento de la calefacción. [...]

Actualmente, la Soil Association cuenta con unos ochenta inspectores para controlar a más de 4.000 miembros, entre productores y transformadores de alimentos ecológicos. Las inspecciones son anuales y consisten en visitas a granjas para comprobar durante

Referencia bibliográfica

G. Guzmán Casado; M. González Molina; E. Sevilla Guzmán (2000). *Introducción a la agroecología como desarrollo rural sostenible*. Madrid: Mundi-Prensa.

Lectura complementaria

M. C. Cuéllar (2008). *Hacia un sistema participativo de garantía para la producción ecológica en Andalucía*. Universidad de Córdoba.

seis u ocho horas animales, vegetales, instalaciones, facturas y todo aquello que tenga relación con las granjas en referencia a sus estándares.

El inspector puede sospechar (o incluso evidenciar) que las plantas adventicias que crecen rodeando los invernaderos se fumigan con Roundup o que la limpieza extrema de los invernaderos se realiza con ácido hidrofúorhídrico, un ácido altamente corrosivo. Que para envasar el producto se utilizan millones de cajitas de plástico y que la mano de obra la suplen trabajadores de los países del este. Aun así, no hay nada en el Reglamento europeo 2092/91, ni en los estándares de la Soil Association, que impidan estas u otras muchas prácticas de dudosa concordancia ecológica [...]."

Fuente: Carolina Suárez Escuder (2002). "Agricultura local, ecológica e industrial". *Hoja Informativa de la SEAE* (n.º 8). Citada en el libro de J. Riechmann (2003). *Cuidar la T(t)ierra. Políticas agrarias y alimentarias sostenibles para entrar en el siglo XXI* (pág. 391). Barcelona: Icaria.

Los productos ecológicos se comercializan a través de las grandes cadenas de distribución

Otra de las críticas a la agricultura ecológica mercantilizada es que, en su mayoría, la distribución y comercialización de los productos ecológicos se realiza a través de los circuitos convencionales. Este hecho reduce la capacidad de la agricultura ecológica de crear una alternativa sostenible y socialmente más justa a la industria agroalimentaria dominante.

Habitualmente, la producción agraria ecológica no satisface los criterios relacionados con la construcción de redes alternativas de comercialización, especialmente en cuanto a la redistribución del valor del producto en el sentido opuesto del modelo convencional y la proximidad entre los procesos de producción y consumo. En este sentido, varios autores han apuntado que a menudo la agricultura ecológica cumple los criterios ecológicos del producto pero ignora los aspectos económicos, sociales y ambientales del proceso.

Las grandes empresas de la agroindustria (como ConAgra o General Mills) o las grandes distribuidoras (Carrefour) están ganando cada vez más terreno en el sector ecológico. En muchos países europeos, las ventas de productos ecológicos a través de estos canales superan el 50% del total. De este modo, el crecimiento y la incorporación en el mercado convencional de los productos ecológicos está comportando que estos productos se sumen a las lógicas de producción y comercialización que los promotores pretendían sustituir.

La agricultura ecológica en los grandes centros comerciales y otros problemas de los mercados más maduros: el caso del Reino Unido

"En el Reino Unido, se empieza a ver un importante número de artículos con sello ecológico, *organic* en inglés, en las grandes superficies comerciales. Además de todo tipo de fruta y verdura procedente de todos los rincones del planeta, se puede adquirir una amplia gama de productos elaborados. Así, por ejemplo, es fácil encontrar pasta, cereales para desayunar, productos lácteos, pizzas congeladas e incluso platos precocinados listos para el microondas. [...]

No es de extrañar que se aprecie un aumento tan considerable de la demanda de estos productos después de los escándalos alimentarios de las vacas locas, las dioxinas y los productos transgénicos, aparte de toda la moda «natural» que está en pleno auge. Los hipermercados han sabido aprovechar estas circunstancias para aumentar la oferta de comida «más natural y ecológica» y así poder satisfacer la demanda de los consumidores. Con este fin, están forzando a las grandes explotaciones agrarias, que les suministran productos convencionales, a convertir parte de sus cultivos a la producción ecológica.

Referencia bibliográfica

R. Binimelis (2009). *Identificació i tipologia de possibilitats de comerç ecològic en circuits curts*. Documento inédito. Proyecto BIOTACC.

Y no sólo eso, también son estos supermercados los que están fundando y financiando centros de investigación en agricultura ecológica, como es el caso del hipermercado Tesco. La finalidad de estos centros es la de «abaratar los costes de producción, aumentar la calidad y reducir los riesgos para la salud de los alimentos producidos biológicamente», aparte, por supuesto, de servir de extraordinaria herramienta de publicidad y mejora de la imagen.

Las pequeñas y medianas explotaciones agrícolas locales no pintan nada en este nuevo «movimiento ecológico», dado que su producción no es competitiva ni suficiente. Por lo tanto, tratan de vender sus productos *organic* directamente al consumidor en «tiendas de granja» (*farm shops*), en los escasos mercados locales (*farmers' markets*) o mediante distribución directa (*box schemes*) para así obtener un precio digno a cambio. Por supuesto, esto requiere mucho tiempo, siempre tan escaso para el agricultor.

Así, según *el Organic Food and Farming Report 2001* de la Soil Association, el 80% de toda la producción ecológica en el Reino Unido del 2001 fue vendida por grandes supermercados (el 74% en el 2000). Las tiendas de dietética y de comida natural y los minoristas independientes llegan al 11% (un 12% en el 2000). Mientras, la venta directa al consumidor (*farmers' markets*) supuso tan sólo un 9% de las ventas totales de alimentos ecológicos (un año antes, era un 12%)."

Fuente: Carolina Suárez Escuder (2002). "Agricultura local, ecológica e industrial". *Hoja Informativa de la SEAE* (n.º 8). Citado en el libro de J. Riechmann (2003). *Cuidar la T(t)ierra. Políticas agrarias y alimentarias sostenibles para entrar en el siglo XXI* (pág. 339). Barcelona: Icaria

1.2. La agroecología

La agroecología propone la construcción colectiva de alternativas autogestionarias al modelo agroalimentario y social hegemónico. Se origina en los países de la periferia económica, en el marco de procesos populares de resistencia a la modernización agrícola y a la globalización neoliberal protagonizados por las comunidades indígenas y campesinas y la población rural en su conjunto.

1.2.1. Definiciones

"La agroecología es una disciplina que provee los principios ecológicos básicos para estudiar, diseñar y manejar agrosistemas que sean productivos y conservadores de los recursos naturales, y que también sean culturalmente sensibles, socialmente justos y económicamente viables."

M. A. Altieri (1999). *Agroecología: bases científicas para una agricultura sustentable*. Uruguay: Nordan.

Partiendo de esta definición, hay que desarrollar en síntesis los rasgos característicos de la agroecología:

- Se opone tanto a la agricultura industrial como a sus circuitos de comercialización globales y, por lo tanto, pretende desarrollar formas de producción y consumo sostenibles que permitan afrontar la crisis ecológica y social contemporánea.
- Se basa y reivindica las estrategias organizativas colectivas y el conocimiento popular (local, campesino o indígena).

- Integra el manejo de la explotación agrícola, las relaciones humanas y la protección de las diversidades agrícola y cultural en el mismo proceso.

La noción de agroecología integra varias dimensiones. Desde la ciencia agronómica, y citando a Altieri, es entendida como "las bases científicas para una agricultura ecológica". Desde las ciencias sociales, y como explica Garrido Peña, se define como "una nueva epistemología participativa y de carácter político". Por último, cuando es llevada a la práctica, puede convertirse en una escuela de agricultura alternativa a la vez que una potente herramienta de transformación social, cultural y política que rompe las estructuras de poder existentes para devolver el poder al ámbito de la comunidad.

A modo de conclusión, podemos afirmar que lo que caracteriza la agroecología es la vinculación del proceso agrícola a la organización social así como su interdependencia y coevolución, que comporta el reconocimiento de la legitimidad del conocimiento campesino y de las comunidades autóctonas, así como el servicio que han aportado y aportan al desarrollo agrícola, según García Trujillo.

La coevolución

"La idea de coevolución implica que se da un desarrollo paralelo y recíproco entre la forma como evolucionan las sociedades humanas y los ecosistemas naturales. Es decir, que un ecosistema evoluciona de una determinada manera porque la sociedad que lo habita está influyendo en este sentido; y al revés, una sociedad evoluciona de una determinada manera porque habita un ecosistema con unas características propias."

E. Morán (1993). *La ecología humana de los pueblos de la Amazonía*. México: Fondo de Cultura Económica.

¿Qué es la soberanía alimentaria?

De acuerdo con la definición desarrollada por Vía Campesina, la soberanía alimentaria es el derecho de todos los pueblos, naciones y comunidades de definir sus propias políticas agrícolas, pesqueras, alimentarias y de ordenación territorial de forma que éstas sean ecológica, social, económica y culturalmente apropiadas a las circunstancias únicas de cada pueblo y de forma que se garantice una alimentación sana, suficiente y culturalmente adecuada a toda la población.

1.2.2. Evolución de la agroecología

El término *agroecología* surge en la década de 1970 como forma de análisis que integra varias disciplinas como la agronomía o la ecología de cultivos. Progresivamente, el concepto se amplía para incluir una concepción de la actividad agraria ligada al medio, a las comunidades rurales y a la sostenibilidad a largo plazo. En la década de 1980 es cuando empieza a integrar verdaderamente los aspectos sociales, en especial a la hora de analizar y diseñar programas de desarrollo rural.

El movimiento social agroecológico se gesta durante la década de 1980 en Latinoamérica, fruto de un proceso de convergencia de organizaciones campesinas e indígenas que coinciden al oponerse frontalmente al modelo de desarrollo impuesto desde los países del norte. Un primer ciclo de este movimiento se

Referencia bibliográfica

F. Garrido Peña (1993). *Introducción a la ecología política*. Granada: Comares.

Referencia bibliográfica

R. García Trujillo (2000). "La agroecología: ciencia, enfoque y plataforma para un desarrollo rural sostenible y humano". *Fruticultura, Horticultura, Floricultura* (n.º 222).

cierra en 1994 en la selva Lacandona con el alzamiento del movimiento neozapatista, "el actor social clave, junto con la MST (Movimiento dos Sem Tierra) de Brasil, en la configuración del discurso y la praxis antagónicas rurales", en opinión de E. Sevilla Guzmán y J. Martínez Alier. La irrupción del neozapatismo marcó un antes y un después en cuanto a la emergencia del entonces incipiente movimiento antiglobalización. Un año antes, en 1993, había nacido Vía Campesina, la coordinadora internacional campesina de referencia. A pesar de tener una mayor implantación en los países del sur, esta coordinadora está constituida por centenares de organizaciones campesinas, comunidades indígenas, jornaleros sin tierra y colectivos rurales de todo el mundo.

Referencia bibliográfica

E. Sevilla Guzmán; J. Martínez Alier (2006). "Orígenes del movimiento social agroecológico en el Estado español y sus conexiones con Latinoamérica en el contexto de los procesos antagonistas al neoliberalismo y la globalización". En: D. López; M. Badal (coord.) (2006). *Los pies en la tierra. Reflexiones y experiencias hacia un movimiento agroecológico*. Barcelona: Virus.

Paralelamente al desarrollo del movimiento social agroecológico, también durante la década de 1980, el concepto de agroecología llega a la academia y a los institutos de investigación donde es desarrollado por autores como Víctor M. Toledo, Stephen R. Gliessman o Miguel A. Altieri.

En definitiva, la agroecología nace de la síntesis de múltiples disciplinas y del discurso y la praxis de las propias comunidades rurales, especialmente de Latinoamérica. En Europa, la agroecología no llega hasta la década de 1990, concretamente en Andalucía, a través del Sindicato de Obreros del Campo (SOC) y del Instituto de Sociología y Estudios Campesinos (ISEC) de la Universidad de Córdoba, al confluir la investigación-acción agroecológica y las reivindicaciones sindicales campesinas de carácter más transformador.

Actualmente, el enfoque agroecológico es compartido por muchos grupos y movimientos sociales del Estado español. Son asociaciones de defensa del territorio, ONG que trabajan por la soberanía alimentaria, agrupaciones agrarias alternativas o grupos que promueven circuitos cortos de comercialización y el consumo crítico como herramienta de transformación social. Aun así, fuera de los circuitos alternativos, la influencia de la agroecología en Europa todavía es bastante limitada.

Lecturas recomendadas

Para profundizar en el concepto de agroecología:

M. A. Altieri (1999). *Agroecología: bases científicas para una agricultura sustentable*. Uruguay: Nordan.

G. Guzmán Casado; M. González Molina; E. Sevilla Guzmán (2000). *Introducción a la agroecología como desarrollo rural sostenible*. Madrid: Mundi-Prensa.

V. M. Toledo; N. Barrera-Bassols (2008). *La memoria biocultural. La importancia ecológica de las sabidurías tradicionales*. Barcelona: Icaria.

E. Sevilla Guzmán (2006). *De la sociología rural a la agroecología*. Barcelona: Icaria.

El movimiento agroecológico en Cataluña

A partir del año 2000, se multiplican en Cataluña experiencias y colectivos (como iniciativas productivas, bancos de semillas autogestionarios, centros sociales rurbanos, huertos comunitarios, publicaciones, cooperativas de consumo ecológico, proyectos de búsqueda, formación y divulgación) que se autodenominan agroecológicos y reivindican la agroecología como herramienta de transformación social. Paralelamente, algunas ONG relacionadas con las luchas campesinas del sur, la cooperación internacional y la alimentación (como Veterinarios Sin Fronteras, Entrepobles, Sodepau o la Xarxa de Consum Solidari) asumen el discurso y el objetivo político de la soberanía alimentaria y empiezan a fomentar la sensibilización agroecológica en el ámbito local. Desde entonces, el número de grupos autogestionarios de consumo ecológico, por ejemplo, ha aumentado de forma espectacular, al pasar de unos diez grupos de consumo y cooperativas en el 2000 a los 85 que se calcula que existen en la actualidad (según cifras de La Repera en el 2009). El surgimiento de todas estas iniciativas ha ido acompañado de movilizaciones y procesos de debate y de creación de alianzas que han articulado el movimiento agroecológico catalán. Destaca la Xarxa Agroecològica de Catalunya (XAC) que nació en el 2002 con la voluntad de difundir la agroecología y crear vínculos entre productores, consumidores y actores del resto de ámbitos. La XAC se mantuvo muy activa hasta el 2005, al abrir espacios de debate y coordinación e iniciar, a través de la Plataforma Transgènics Fora! (PTF!), la lucha contra la introducción de la agricultura y los alimentos transgénicos en Cataluña. Otras iniciativas que han contribuido a la consolidación del movimiento agroecológico en Cataluña son la plataforma Som lo que Sembrem, que durante el 2008 y el 2009 promovió una iniciativa legislativa popular para declarar Cataluña libre de transgénicos, o La Repera, un espacio de coordinación entre productores y consumidores agroecológicos que surgió del Fòrum Social Català de febrero del 2008.

Lecturas recomendadas

Para profundizar en el movimiento agroecológico del Estado español:

D. López; J. A. López (2003). *Con la comida no se juega*. Madrid: Traficantes de Sueños.

D. López; M. Badal (coord.) (2006). *Los pies en la tierra. Reflexiones y experiencias hacia un movimiento agroecológico*. Barcelona: Virus.

1.3. Desarrollo de la agricultura ecológica

1.3.1. Etapas de desarrollo a escala global

A pesar de que desde principios del siglo XX existían en círculos académicos propuestas que replanteaban las técnicas agrícolas, se suele situar la primera **etapa de desarrollo de la agricultura ecológica moderna** en el periodo de las décadas de 1960 y 1970, cuando en los Estados Unidos y Europa surge un movimiento de crítica a los efectos negativos de la Revolución Verde. En este primer periodo, la agricultura ecológica desarrolla una propuesta nueva de métodos agrícolas, basados en el conocimiento tradicional y las innovaciones científicas. A la vez, se caracteriza por una **oposición clara al uso de plaguicidas y fertilizantes sintéticos y una visión integral de la agricultura**, que incluye aspectos sociales y económicos, **encarada a la transformación del modelo agroindustrial**.

A lo largo de la década de 1980 tiene lugar la **segunda etapa de desarrollo de la agricultura ecológica**: se consolida en los países del norte de Europa y en los Estados Unidos y aparece la **certificación ecológica** como respuesta a la necesidad de los productores de diferenciar sus productos en el mercado y como medio de garantía exigida por los consumidores. En un primer momento, los estándares de producción provienen de asociaciones de agriculto-

res (como la Soil Association, IFOAM, Demeter, Naturland o Vida Sana) que surgen del movimiento impulsado por los promotores de la agricultura ecológica. La IFOAM publica los primeros estándares internacionales en 1980; hasta principios de la década de 1990 la agricultura ecológica se basaba en estándares privados.

En el centro y el norte de Europa aumentan progresivamente el número de productores ecológicos, escuelas, puntos de venta y publicaciones especializadas. Es la época en la que se imponen el ambientalismo y el ciudadanía como sucedáneos de los movimientos sociales rupturistas de los 70. Las clases acomodadas europeas encuentran en los alimentos ecológicos una buena solución a sus preocupaciones en cuanto a salud y así se convierte en el principal argumento por el que los consumidores se incorporan al mundo de la agricultura ecológica. Muchos productores desencantados por los fracasos de experiencias comunitarias optan por la producción ecológica como estrategia económica a título individual o familiar, con una vocación más productivista y comercial.

Podemos concluir que esta **segunda etapa de desarrollo** se caracteriza por el **giro de una agricultura ecológica de autoabastecimiento a una agricultura ecológica productivista** destinada a la comercialización y menos preocupada por el cambio social. En este periodo es cuando se da **la llegada de la agricultura ecológica** a la mayoría de regiones semiperiféricas, entre ellas la **Península Ibérica y la Cuenca Mediterránea**.

Finalmente, la tercera etapa de desarrollo tiene lugar durante la década de 1990, periodo en el que la agricultura ecológica se expande definitivamente en todas las sociedades sobredesarrolladas. En paralelo al crecimiento del mercado de productos ecológicos, aparecen las primeras normativas gubernamentales que regulan el sector. Así, la primera es el Reglamento n.º 2092/91 de la Unión Europea, derogado recientemente por el Reglamento n.º 834/2007, que entró en vigor el 1 de enero del 2009. En los Estados Unidos, la US Organic Food Production Act de 1990 entra en vigor el año 2000 y, en Japón, la legislación que regula los estándares de la agricultura ecológica entra en vigor en el 2001. En el 2003, sesenta países ya disponían de regulaciones gubernamentales para la agricultura ecológica. A medida que las normativas gubernamentales se han ido multiplicando, la definición de agricultura ecológica ha quedado determinada por las administraciones públicas y los estándares y la certificación pública han ganado importancia.

El mercado de productos ecológicos se encuentra actualmente en una etapa de crecimiento en el ámbito internacional, con la demanda concentrada en los países ricos pero con importantes volúmenes de producción en América Latina, Asia y Australia. En Europa, la tasa de crecimiento de tierras agrícolas se está quedando muy por debajo del crecimiento del mercado (según los datos

de la IFOAM del 2009), hecho que hace prever un futuro desequilibrio entre la oferta y la demanda y un aumento de las importaciones en los países donde se concentra esta demanda.

La IFOAM

En 1946, nace en Inglaterra la Soil Association. Lo que en principio era una asociación para la investigación con el tiempo engendró una empresa certificadora que lleva el mismo nombre (Soil Association Cert. Ltd.) y que, sesenta años después, se ha convertido en la mayor empresa del sector ecológico en el Reino Unido, al llegar a certificar el 80% de la producción ecológica de la Gran Bretaña.

En Alemania surge la SöL (Fundación para la Ecología y la Agricultura) en 1962 que, junto con la Soil Association, Nature et Progrès de Francia y otras entidades, fundan en 1973 la IFOAM (del inglés International Federation Organic Agriculture Movements) que actualmente todavía es uno de los grandes referentes de la agricultura ecológica en el ámbito internacional.

Lecturas complementarias

Para profundizar más en el desarrollo global de la agricultura ecológica:

IFOAM (2008). *Construyendo sectores orgánicos sustentables*.

C. R. Vogl; L. Kilcher; H. Schmidt (2005). "Are standards and regulations of organic farming moving away from small farmers' knowledge?". *Journal of Sustainable Agriculture* (vol. 1, n.º 26).

1.3.2. Etapas en el desarrollo de la agricultura ecológica en el Estado español

En el Estado español, la agricultura ecológica ha crecido exponencialmente durante las últimas décadas, al pasar de 2.140 hectáreas en 1985 a 1.317.752 hectáreas del año 2008.

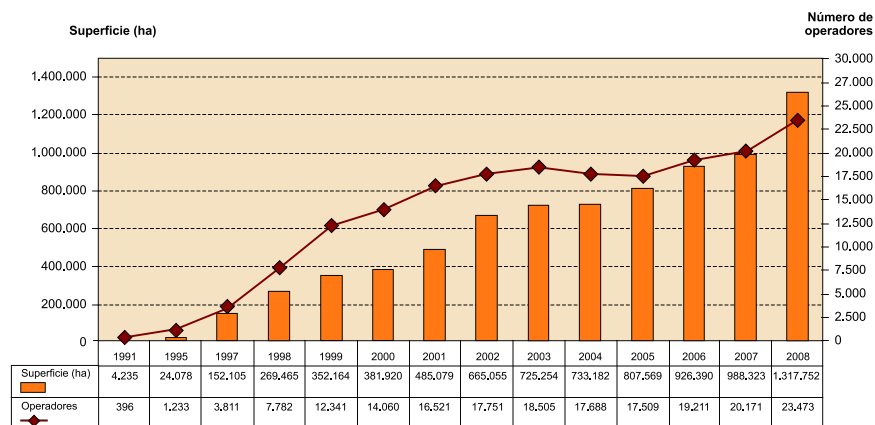
Lectura de referencia

Para este punto, nos hemos basado en:

A. M. Alonso; G. I. Guzmán; M. D. Domínguez; X. Simón (2002). "Influencias sociales en la evolución de la agricultura ecológica en España". En: *I Conferencia Mundial del Olivar Ecológico: Producciones y Culturas*. Ecoliva. Jaén: CAPA.

A. Alonso; K. Knikel; N. Parrot (2002). "Influencia de los canales comerciales en el desarrollo de la agricultura ecológica en Europa". En: *V Congreso de la SEAE y I Congreso Iberoamericano de Agroecología: La agricultura y ganadería ecológicas en un marco de diversificación y desarrollo solidario* (vol. 2, págs. 1409-1418). Gijón: SEAE / SERIDA.

Evolución de la producción agraria ecológica (1991-2008)



Fuente: MARM, 2008

A continuación, vamos a desarrollar las principales etapas que determinan este crecimiento:

Primera etapa: los precursores (hasta 1991)

El origen de la agricultura ecológica en el Estado se remonta a la década de 1970, cuando en Cataluña surgen las primeras iniciativas sin estructura organizada. Hay que tener en cuenta que, en el contexto histórico del momento, la corriente de pensamiento político mayoritaria propugnaba la modernización agraria y la influencia del movimiento ecologista era muy escasa.

A lo largo de la década de 1980, se constituyen legalmente las primeras asociaciones: Asociación Vida Sana (1981, Cataluña), Coordinadora d'Agricultura Ecològica (1983, Cataluña y Baleares), Bioland (1985, Andalucía) y la Asociación de Agricultura Biodinámica (1986). Uno de los objetivos de estas entidades es el reconocimiento legal de la agricultura ecológica, que se concreta el 1989 con la aprobación del Reglamento y la creación del Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica en España (CRAE). Este hecho supuso el establecimiento de la regulación base del sector, pero tuvo pocos efectos en el aumento de superficie cultivada, principalmente debido a la falta de recursos económicos destinados al CRAE.

El papel de las organizaciones sociales es muy activo en esta etapa, especialmente en Cataluña y Andalucía. Se constituyen las primeras cooperativas de consumo: El Brot en Reus (1979) y El Rebost en Gerona (1988). Surge también en esta época el conflicto entre dos maneras diferentes de entender la agricultura ecológica: la concepción mercantilista, que opta por la incorporación de los productos ecológicos al mercado agroalimentario convencional, y la concepción socioambientalista, que reivindica unas normas reguladoras rígidas que garanticen la protección de los recursos naturales.

En este periodo no existe ningún tipo de apoyo institucional a la investigación o la extensión de la producción. Tampoco los sindicatos agrarios apoyan la agricultura ecológica. El mercado interior de productos ecológicos es prácticamente inexistente y la exportación se convierte en el principal canal de comercialización.

Segunda etapa: el reconocimiento institucional (de 1991 a 1995)

El fuerte crecimiento de la agricultura ecológica (un 54,4% anual) durante este periodo se debe principalmente al reconocimiento institucional del sector, tanto en el ámbito europeo, como en el estatal y el regional. El Consejo Regulador estatal pierde sus funciones y es sustituido en 1993 por la Comisión Reguladora, al mismo tiempo que se inicia un proceso de descentralización con la creación de los consejos reguladores autonómicos. En 1994, nace el Consejo Catalán de la Producción Agraria Ecológica (CCPAE).

El apoyo institucional a la investigación sigue siendo prácticamente inexistente y se mantiene la distancia entre el sector ecológico y los sindicatos agrarios.

El mercado interior sigue sin desarrollarse y la mayor parte de la producción se exporta al resto de Europa. La excepción es el creciente desarrollo de asociaciones y cooperativas de consumo (Germinal nace en 1994) que contribuyen a la difusión de los beneficios de la agricultura ecológica y fomentan los circuitos cortos de comercialización al establecer relaciones directas entre productores y consumidores.

Tercera etapa: el apoyo económico institucional (desde 1995 hasta la actualidad)

Esta etapa está caracterizada por el apoyo económico del Gobierno central a la agricultura ecológica. Este apoyo es obligatorio, puesto que se trata de desarrollar el Reglamento CE 2078/92, relativo a las medidas agroambientales. Con todo, si se analizan las asignaciones de fondos destinados a la agricultura, se observa que, de media, los países de la Unión Europea destinan un 11,2% de este fondo al fomento de la agricultura ecológica. Sin embargo, en el Estado español, este porcentaje se sitúa en un 4%. El reducido volumen de las subvenciones induce a pensar que el aumento de la producción durante este periodo (un 73,7% anual entre 1995 y el año 2000) se debe a otros factores.

En efecto, durante esta etapa, el mercado interno se empieza a activar. Se multiplican las organizaciones de consumidores y el número de operadores (productores, elaboradores y distribuidores). El motor de esta activación lo encontramos en varias causas: la tarea desempeñada por múltiples organizaciones para difundir los beneficios de la agricultura ecológica y los peligros de la agricultura industrial, la creciente preocupación por parte de los consumidores por los problemas ambientales y de salud o los escándalos alimentarios, entre otros.

Paralelamente, algunos sindicatos tradicionales crean secciones internas de fomento de la agricultura ecológica (COAG y UPA). Cadenas de hipermercados (como Hipercor y Carrefour) empiezan a ofrecer productos ecológicos y surgen supermercados que ofrecen exclusivamente productos ecológicos (Veritas abre su primer establecimiento en el 2002 y en el 2009 cuenta ya con diecinueve tiendas). Estos últimos datos reflejan la creciente introducción de la producción ecológica en el sistema convencional de comercialización agroalimentaria.

A partir del 2004, se observa una desaceleración del crecimiento en la superficie agrícola, tal y como está sucediendo en el conjunto de la Unión Europea, probablemente fruto de una estabilización del mercado.

Lecturas complementarias

Para profundizar en el desarrollo de la agricultura ecológica en el Estado español:

A. M. Alonso; G. I. Guzmán; M. D. Domínguez; X. Simón (2002). "Influencias sociales en la evolución de la agricultura ecológica en España". En: *I Conferencia Mundial del Olivar Ecológico: Producciones y Culturas*. Ecoliva. Jaén: CAPA.

A. M. Alonso (2002). "Desarrollo y situación actual de la agricultura ecológica: elementos de análisis para entender el caso español". *Estudios Agrosociales y Pesqueros* (n.º 192, págs. 123-159).

2. Situación actual de la producción y el mercado de productos ecológicos

Para analizar las tendencias del mercado y el consumo de productos ecológicos es necesario situarnos previamente en la realidad de la producción ecológica a escala mundial. Para empezar, describiremos brevemente en qué contexto ha surgido la agricultura ecológica moderna en las diferentes regiones del mundo. A continuación, vamos a ver cómo se distribuye la producción ecológica mundial y cuáles son los usos de la tierra predominantes. En los siguientes subapartados, volveremos a analizar la producción para evaluar el mercado de productos ecológicos y nos centraremos en Europa, el Estado español y Cataluña.

2.1. Un retrato de la producción ecológica mundial

La agricultura tradicional de todo el mundo ha inspirado en gran parte el desarrollo de la agricultura ecológica moderna. Aun así, en este apartado hemos escogido limitarnos a ejemplos y experiencias del movimiento que empezó a crecer a finales del siglo XX, es decir, el que hemos denominado la era ecológica moderna.

2.1.1. Los inicios de la producción ecológica en todo el mundo

Algunas de las primeras iniciativas en agricultura ecológica tuvieron lugar en la década de 1960 en Europa y los Estados Unidos. Estas experiencias pioneras fueron desarrolladas por personas que no venían del mundo campesino y que salieron de las ciudades buscando un modelo de vida alternativo. Podemos decir que en los países del norte, los primeros agricultores ecológicos empezaron a desarrollar este tipo de agricultura por motivos ideológicos.

En cambio, en algunos países empobrecidos o del sur, se ha desarrollado la agricultura ecológica con el objetivo principal de apoyar a los pequeños productores en la adopción de prácticas agrícolas sostenibles para mejorar sus formas de vida y las condiciones agroecológicas en zonas rurales (por ejemplo: las Filipinas y el sudeste del Brasil a principios de la década de 1980). En estos países, la agricultura ecológica surgió como una reacción a la expansión de la agricultura industrial fruto de la Revolución Verde. La población de estas zonas constató que este modelo agrícola tenía efectos devastadores sobre las zonas rurales al causar pobreza y dependencia a la vez que degradación del suelo, disminución de la biodiversidad, contaminación del agua y problemas de salud, entre otros. Estos impactos impulsaron un rediseño de los métodos agrícolas a través de la recuperación de métodos tradicionales con mejoras técnicas y un enfoque más amplio para incluir aspectos sociales, culturales y ecológicos.

Brasil: los orígenes de una agricultura ecológica campesina

En el Brasil, las primeras iniciativas relacionadas con la agricultura ecológica y la agroecología tuvieron lugar a principios de la década de 1980 como reacción a los efectos devastadores de la llamada Revolución Verde. Organizaciones campesinas, grupos de productores, movimientos sociales como el MST (Movimiento de los Sin Tierra) y ONG llevaron a cabo iniciativas agroecológicas como el fomento de los mercados locales, la transformación artesanal de productos o los sistemas locales y participativos de garantía (SPG), actualmente reconocidos legalmente en todo el país.

Concretamente en el sudeste del país, en Rio Grande do Sul, donde nació el MST, es donde ha habido más iniciativas de cariz agroecológico gracias a la conexión entre los movimientos sociales campesinos y el sector técnico agrícola. En esta región, se ha conseguido incidir en el desarrollo de algunas políticas públicas, por ejemplo introduciendo alimentos agroecológicos en escuelas y hospitales, entre otros.

Se calcula que en el Brasil hay 887.637 hectáreas de cultivo ecológico (según datos de la IFOAM del 2008) con una gran diversidad de productos. Probablemente, este número sea mucho mayor, dado que hay una gran cantidad de tierras no certificadas y que por lo tanto no aparecen en las estadísticas oficiales.

En los países donde la agricultura ecológica se desarrolló comparativamente más tarde (por ejemplo en China, Serbia, Turquía o Uganda), el potencial económico del creciente comercio de productos ecológicos fue el principal motor impulsor del sector ecológico. En muchos de estos casos, la iniciativa provenía de compradores o exportadores que convencían a los productores para realizar la conversión ecológica de sus tierras. La conciencia por el medio ambiente, la salud y el desarrollo rural aparecieron posteriormente.

Esta evolución la encontramos también en países con un sector ecológico más antiguo, como por ejemplo Suecia, donde los productores, hoy en día y a pesar de que convierten mayoritariamente sus fincas por incentivos económicos, más tarde amplían su concepción y actitudes hacia la agricultura ecológica. En otros casos, como el de Tailandia, los incentivos económicos de los mercados de exportación actúan en paralelo con las perspectivas de desarrollo rural.

En la mayoría de países que han pasado a formar parte del mercado de productos ecológicos mundial, encontramos una producción diferenciada de cultivos en función de su destino. En general, la producción de frutas y hortalizas está orientada al mercado interno, mientras que la producción de cereales y productos de segunda necesidad (*commodities*) se destina a la exportación.

Producción ecológica de exportación: Tailandia y las Filipinas

En Tailandia, con una superficie certificada de 14.000 hectáreas, la mayor parte de la producción ecológica, especialmente el arroz, se exporta principalmente a Europa, mientras que las hortalizas se venden en el mercado interno. En las Filipinas, donde a mediados de la década de 1990 la agricultura ecológica supuso un aspecto importante para el desarrollo rural, los principales cultivos destinados a la venta local son el arroz, el maíz, las hortalizas y los cultivos de raíz. Los principales cultivos destinados a la exportación son las bananas, los mangos, el café y la caña de azúcar.

Los cultivos para la exportación: el caso del café

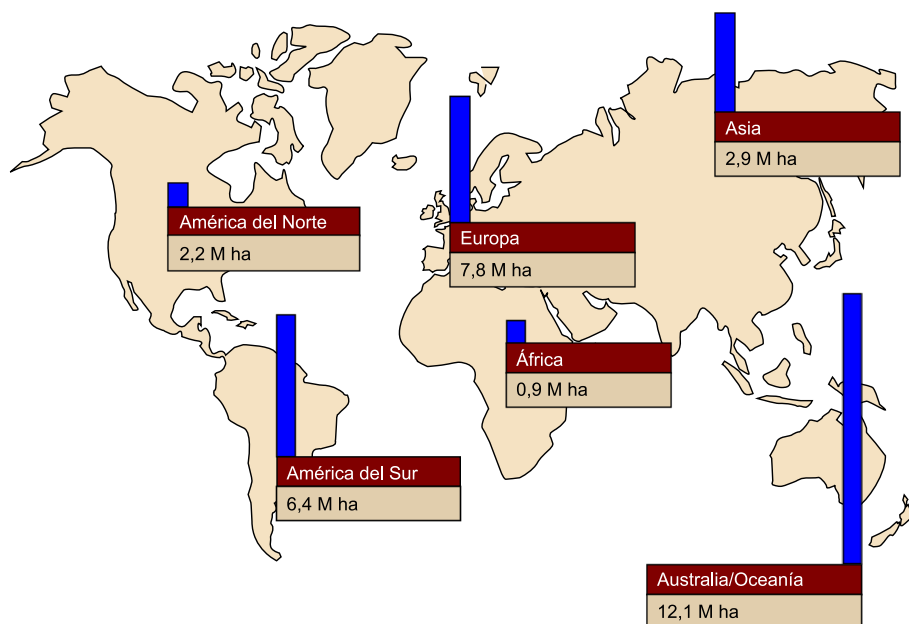
Un claro ejemplo de la agricultura ecológica de exportación es el mercado del café. Representa un caso clásico de conversión de un cultivo que no es de primera necesidad producido casi exclusivamente para la exportación hacia los países del norte. Éste es el caso de unos cuantos países de América Latina (Brasil, México, Colombia) y de África (Etiopía, Tanzania, Kenia, Uganda). En general, el cultivo de productos para la exportación, sobre todo en países empobrecidos, genera una dependencia y una vulnerabilidad muy elevada.

En 1997, empezó la caída libre de los precios internacionales del café en el mercado convencional. En el 2002, la abolición del sistema de cuotas en favor del libre mercado hizo que los precios fueran más bajos que cuarenta años antes y que sus productores recibieran sólo una cuarta parte de lo que cobraban en 1960 por el producto. Las consecuencias de las variaciones del precio de mercado se hicieron patentes en las zonas de cultivo de café: las regiones tropicales y subtropicales, donde precisamente se encuentran los países más pobres del mundo y donde el 70% de la producción cafetera está en manos de pequeños productores. Algunas de estas consecuencias fueron la pérdida de puestos de trabajo, el hundimiento de los salarios, el empobrecimiento de las poblaciones más desfavorecidas, la emigración forzada y el cambio hacia cultivos más rentables, como la coca, y el hambre (Intermón Oxfam, 2002).

Sin embargo, esta caída del precio del café no se vio reflejada en el precio final que pagaban los consumidores en los países del norte. Las multinacionales del sector seguían sumando grandes beneficios gracias al control monopolístico de los medios de transformación y los canales de distribución.

2.1.2. Distribución de la producción ecológica mundial

Superficie de producción ecológica en el mundo por regiones (en millones de hectáreas)



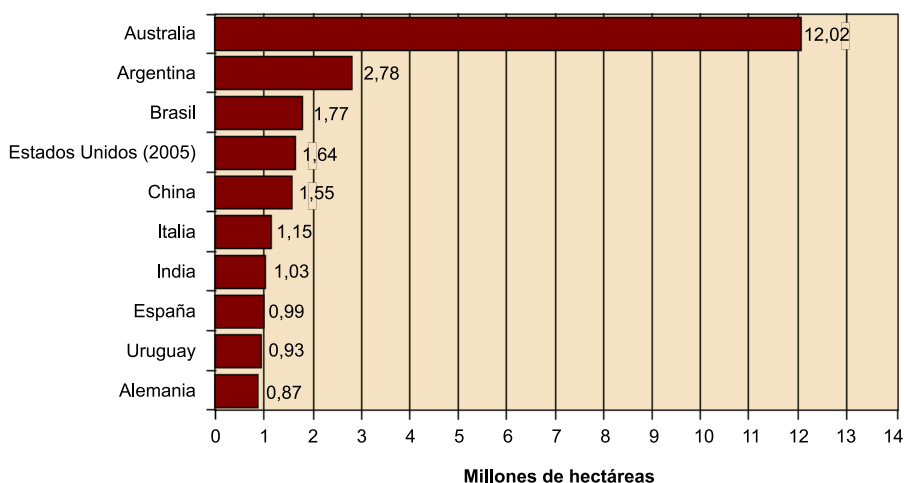
Fuente: elaboración propia a partir de la IFOAM (2009) y del DARP (2006)

Resulta bastante difícil sintetizar la situación de la producción en la agricultura ecológica a escala mundial, pero a la vez es necesario dar unas pinceladas para comprender la situación de los mercados internacionales, el europeo y el estatal y del consumo de productos ecológicos. A continuación, presentamos una serie de datos relevantes en relación con la distribución de la producción ecológica mundial por continentes, países y tipos de cultivos, entre otros. Hay

que tener en cuenta que estos datos se refieren siempre a la información existente relativa a la producción ecológica certificada, incluyendo las tierras en conversión, según los últimos informes de la IFOAM (2009):

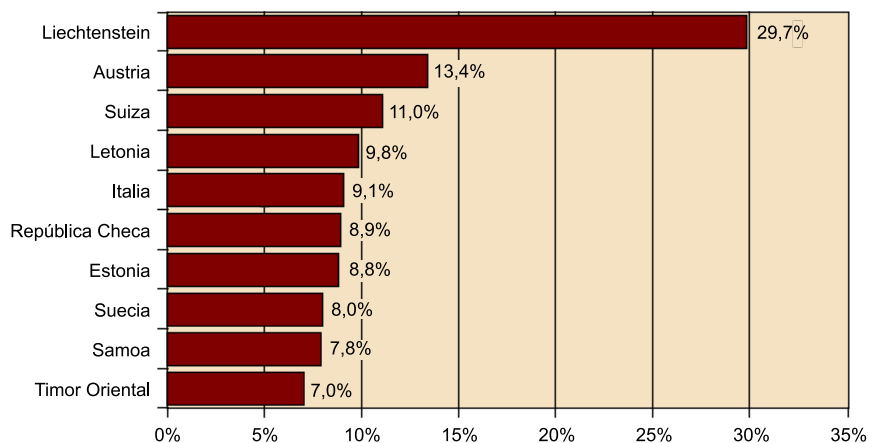
- En el 2007, en el mundo había 32,2 millones de hectáreas cultivadas de forma ecológica por más de 1,2 millones de productores.
- Las regiones con una mayor superficie de producción ecológica son, en orden decreciente: Oceanía, Europa y América Latina.
- Los países con una mayor superficie absoluta destinada a la producción ecológica son, también en orden decreciente, Australia, Argentina y Brasil.
- La mitad de los productores ecológicos se encuentran en África, especialmente en Uganda y Etiopía, y en la India.
- Más de un tercio de la superficie mundial cultivada en ecológico (11 millones de hectáreas) se encuentra en los países del sur. La mayor parte se encuentra en América Latina y el resto en África y Asia, en segundo y tercer lugar respectivamente.
- Los países del sur con más hectáreas de producción ecológica son, en orden de importancia, Argentina, Brasil, China, la India y Uruguay.

Los diez países del mundo con una mayor superficie de producción ecológica (en millones de hectáreas)



Fuente: IFOAM, 2009

Los diez países con el porcentaje más alto de superficie destinada a la agricultura ecológica



Fuente: IFOAM, 2009

La agricultura y el cambio climático

La dependencia de los combustibles fósiles, el gran número de exportaciones, la concentración de los mercados, la erosión de los suelos y las plantaciones que provocan el retroceso de bosques y selvas generan entre el 44 y el 57% del total mundial de emisiones de gases de efecto invernadero. Vía Campesina y GRAIN hicieron públicos estos datos en motivo de la Conferencia Internacional del COP15 de Copenhague, en diciembre del 2010. En la apertura de la contracumbre Klimaforum, organizada por la sociedad civil, estas organizaciones detallaron que la aportación a los gases causantes del cambio climático corresponde en un 11-15% a la actividad agrícola, en un 15-18% a la deforestación, en un 15-20% al procesado, envoltorios y transporte de los alimentos y en un 3-4% a la descomposición de los residuos orgánicos.

El coordinador general de Vía Campesina afirmó que, para frenar el cambio climático, se tiene que parar la agricultura industrial, que ha traído hambre, violencia y el destierro de miles de campesinos de todo el mundo. A su vez, propuso una serie de medidas para reducir las emisiones: recuperar la materia orgánica del suelo (reducción de un 20-30%), revertir la concentración de la producción cárnica y reintegrar la producción conjunta de cosechas y ganado (reducción de un 5-9%), situar los mercados locales y los alimentos frescos en el centro del sistema alimentario (reducción de un 5-9%) y parar el desbrozo y la deforestación (reducción de un 15-18%).

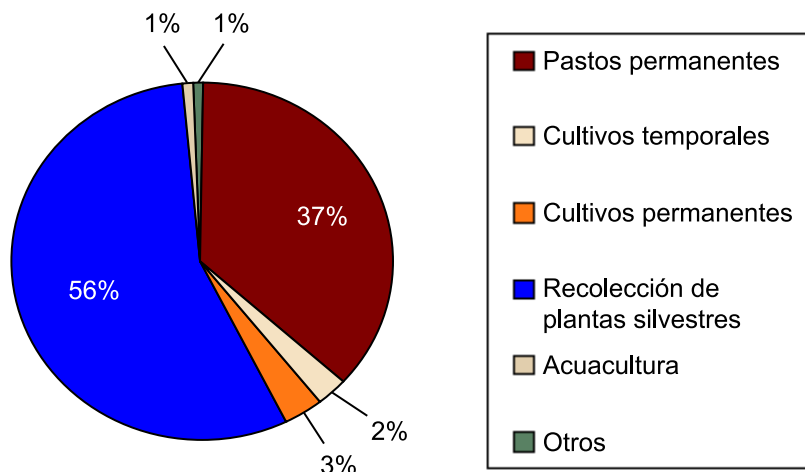
"En resumen, apartando la agricultura de los grandes agronegocios corporativos y devolviéndola a los campesinos, podemos reducir a la mitad la emisión total de los gases de efecto invernadero. Esto es lo que nosotros proponemos y se llama soberanía alimentaria."

Henry Saragih, coordinador general de Vía Campesina

2.1.3. Usos de la tierra y principales cultivos a escala mundial

Casi dos tercios de la superficie mundial destinada a la producción ecológica son **pastos permanentes** (20 millones de hectáreas). La superficie cultivada –tanto de cultivos permanentes como de cultivos temporales– constituye una cuarta parte (7,8 millones de hectáreas) de la superficie destinada a producción ecológica (IFOAM, 2009). Se observa una tendencia creciente de la superficie cultivada.

Distribución de los usos del suelo de la superficie mundial de agricultura ecológica



Fuente: elaboración propia a partir de la IFOAM, 2009

La mayor parte de las tierras cultivadas con **cultivos temporales** (menos de cinco años de duración) se dedica a los cereales, incluyendo el arroz; le siguen los forrajes y las hortalizas.

Los **cultivos permanentes**² son aquellos que ocupan la tierra durante largos periodos de tiempo y no necesitan ser replantados después de cada cosecha. Los cultivos permanentes que ocupan la mayor proporción de superficie ecológica son, en orden decreciente, el café, el olivo, el cacao, los frutos secos de clima templado y la viña.

⁽²⁾No incluye las plantaciones de árboles para obtener madera.

Estos tipos de cultivos en producción ecológica representan proporciones bastante significativas en relación con las superficies mundiales de cultivo convencional. Por ejemplo, un 5,3% de la superficie mundial de café es ecológica, seguido por un 5,3% y un 2% de la superficie dedicada al olivo y al cacao respectivamente.

Además de los 32,2 millones de hectáreas de superficie agrícola tenemos que añadir casi 31 millones de hectáreas dedicadas a la **recolección de plantas silvestres y a la apicultura ecológica**, así como unas 400.000 hectáreas dedicadas a la **acuicultura**. La mayor parte de estas tierras se encuentran en países del norte, al contrario que la superficie dedicada a la producción agrícola.

Australia: la mayor superficie de producción ecológica

Australia es el país del mundo con una mayor superficie dedicada a la producción ecológica (11,7 millones de hectáreas). El 97% de esta superficie son pastos extensivos dedicados a la ganadería ecológica. Aun así, los productos ecológicos cultivados en explotaciones menos extensivas son muy importantes y aportan al menos la mitad del valor total del sector ecológico.

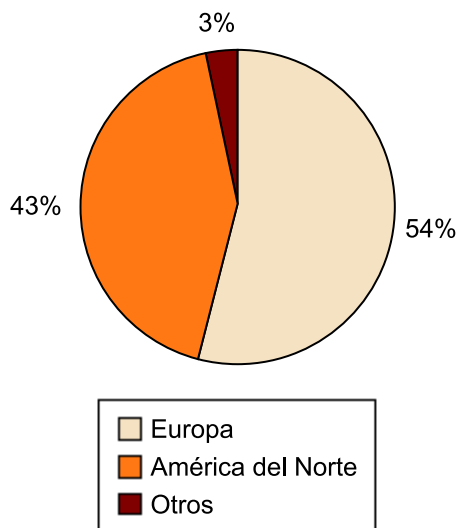
2.1.4. El mercado global de alimentos y bebidas ecológicos

La demanda mundial de productos ecológicos se concentra principalmente en Norteamérica y Europa. Otras regiones como Asia, América Latina y Oceanía son importantes productores y exportadores de estos productos.

El mercado global de productos ecológicos está en continuo crecimiento.

Los datos de evaluación del mercado mundial proporcionadas por Organic Monitor estiman un volumen de ventas mundiales de bebidas y alimentos ecológicos de 46 billones de dólares estadounidenses para el año 2007. Este mercado creció a un ritmo de más de cinco billones de dólares estadounidenses anuales en el periodo 2000-2007.

Distribución de los ingresos globales por regiones del mercado mundial de bebidas y productos ecológicos



Fuente: IFOAM, 2009

Analizando la evolución reciente del mercado mundial de alimentos ecológicos se observa que **en el 2007 se produjo una carencia de suministros**: la demanda de productos ecológicos superó a la oferta, probablemente debido a una disminución en la conversión de tierras de cultivo convencional a ecológico por parte de los productores. Se cree que esta disminución podría haber sido consecuencia de la inflación de los precios de los productos agrícolas, que registraron aumentos récord debido al aumento del precio del petróleo y a la creciente competencia por la tierra asociada a la expansión de los cultivos energéticos para la fabricación de agrocombustibles. La moderación que ha experimentado la economía global durante los últimos años ha corregido esta inflación. Con todo, el interés por los cultivos energéticos como la colza, la remolacha azucarera, la soja y el maíz sigue muy presente, según datos de la IFOAM en el 2009.

Las promesas de los biocombustibles

El llamado biodiésel es un combustible sintético líquido que se obtiene a partir de aceites vegetales y grasas animales mediante procesos industriales. Teniendo en cuenta el cre-

ciente consumo energético de los países del norte y de los países emergentes, así como la disminución de las reservas mundiales de crudo, en previsión de una posible crisis energética global algunos países han empezado a apostar por el desarrollo de agrocombustibles para sustituir las fuentes de energía fósiles. La materia prima para satisfacer esta demanda se extraerá en su mayor parte de las tierras fértiles de los países del sur. La competencia por la tierra entre los cultivos energéticos y los alimentarios puede suponer un grave problema en países empobrecidos que actualmente no pueden satisfacer la propia demanda interna de alimentos. Más allá del debate de si es posible sustituir el petróleo por millones de hectáreas de cultivos energéticos manteniendo el actual consumo energético –así como de la patente insostenibilidad de este modelo– hay que tener en cuenta la vulnerabilidad de estos países frente a la presión internacional para la producción de cultivos energéticos: no se puede obviar que estos países soportan deudas externas multimillonarias con los mismos países del norte para quienes producen materias primas y para quienes producirán agrocombustibles.

Encontraréis más información en el artículo de S. Semino (2008). "Perspectivas futuras del agronegocio de la soja: biodiésel, el nuevo mercado". En: J. Rulli (coord.). *Repúblicas unidas de la soja*. Grupo de Reflexión Rural.

Dado que la demanda de alimentos ecológicos se concentra en los Estados Unidos y Europa, que acaparan el 97% de los ingresos globales del sector, la crisis **financiera de octubre del 2008** dejó entrever sus efectos en un estancamiento de la demanda ocasionado por la disminución de las inversiones y del poder adquisitivo de los consumidores. Los mercados de países como los Estados Unidos, el Reino Unido y Alemania experimentaron una disminución de la tasa de crecimiento durante la segunda mitad del año 2008.

En un contexto de estancamiento de la demanda, podría ser que en un futuro empiecen a aparecer excedentes en algunos sectores de la industria de productos ecológicos. Algunos sectores como el de la fruta, los cereales, la carne y la leche podrían encontrarse en una situación de sobreproducción. En este contexto, es probable que los más afectados sean los productores de los países del sur, especialmente si están comercializando sus producciones a través de los mercados de exportación. Estos productores tendrían que reorientar su actividad en los mercados internos y diversificar el riesgo de su negocio.

Aun así, se cree que el mercado ha crecido en el 2009 y seguirá creciendo en el 2010, pero a un ritmo menor que en los años anteriores, según las previsiones de la IFOAM.

2.1.5. Europa: producción y mercado de productos ecológicos

La superficie destinada a la producción ecológica sigue creciendo en el continente europeo. A finales del año 2007, había una superficie de casi 7,8 millones de hectáreas en producción ecológica repartidas entre más de 210.000 explotaciones. Para la Unión Europea de los 27, estos datos corresponden a 7,2 millones de hectáreas y 180.000 explotaciones. En el 2007, la superficie ecológica de Europa creció 0,33 millones de hectáreas, un 4,5% respecto al año anterior.

Según los informes de la IFOAM, las principales razones del aumento de la superficie dedicada a la producción ecológica en Europa están relacionadas con el crecimiento del mercado europeo, estimado en 16 billones de euros en

el 2007, y al apoyo institucional. Es importante destacar que el crecimiento de las ventas al público, en volumen de negocio, no se puede asociar solamente a un aumento de las ventas, sino que también puede ser fruto de un incremento de los precios.

La producción y el mercado europeo de productos ecológicos en datos (recogidos en el informe de la IFOAM 2009, aunque son del 2007):

- El 1,9 % de la superficie agrícola europea está certificada como ecológica, un 4% en el caso de la Unión Europea.
- El 24% de la superficie mundial destinada a la producción ecológica corresponde al continente europeo.
- Los países europeos con más superficie dedicada a la producción ecológica son Italia (1.150.253 hectáreas), el Estado español (988.323 hectáreas) y Alemania (865.336 hectáreas).
- Los porcentajes más grandes de superficie agrícola ecológica respecto a la superficie agrícola total de todo el mundo los encontramos en Liechtenstein (29%), Austria (13%) y Suiza (11%).
- En el 2007, el mercado alemán de productos ecológicos fue el más grande de Europa con un volumen de ventas de 5,3 billones de euros. Por detrás de él, encontramos al Reino Unido (2,56 billones de euros), Francia (1,90 billones de euros) e Italia (1,87 billones de euros).
- Los países donde es mayor el peso relativo del mercado de productos ecológicos, en volumen de ventas, en relación con el mercado alimentario convencional son Austria, Dinamarca y Suiza. En estos países, también es donde encontramos un gasto más grande per cápita en productos ecológicos.
- De toda la superficie dedicada a la producción ecológica en Europa, el 41% son pastos permanentes, el 45% son cultivos temporales (en su mayoría cereales y forraje) y el 9% son cultivos permanentes (los más importantes son el olivo, la fruta fresca, la fruta seca y la viña).
- La superficie certificada que se dedica a la recolección de plantas silvestres es de diez millones de hectáreas. La mayor parte de esta superficie se concentra en Finlandia, Serbia y Bulgaria.

La información apuntada, relativa a los países más importantes de Europa en cuanto al sector ecológico, aporta algunas pistas para la comprensión de la composición del mercado europeo de productos ecológicos. Se trata de un

mercado globalmente en crecimiento detrás del cual encontramos mercados nacionales en estadios de desarrollo muy diferentes. Esto comporta frecuentes asimetrías dentro de los mercados nacionales.

El desarrollo de la producción y de la demanda de productos raramente van de la mano: para la mayoría de los mercados europeos más desarrollados, la demanda de determinados productos –especialmente hortalizas, frutas y, a veces, lácteos– supera la capacidad interna de suministro, hecho que explica la importación de un volumen importante de productos. Éste es el caso de los países del centro y el norte de Europa, como el Reino Unido, Alemania, Bélgica y Francia, que son importadores netos de productos ecológicos. Su demanda se satisface con las producciones de los países del sur de Europa con mercados internos poco desarrollados como el Estado español, Grecia, Portugal e Italia. Sin embargo, este último, además de ser un exportador neto, tiene un mercado interno bastante desarrollado y en crecimiento. El resto de países se encuentran en una situación intermedia. Por otro lado, el caso de Suiza es considerado un referente, ya que cuenta con un mercado interno muy maduro y consolidado y una trayectoria muy importante en materia de investigación.

Referencias bibliográficas

Para ampliar todos estos datos, podéis consultar:

A. M. Alonso (2002). "Desarrollo y situación actual de la agricultura ecológica: elementos de análisis para entender el caso español". *Estudios Agrosociales y Pesqueros* (n.º 192, págs. 123-159).

MAPA (2006). *Plan integral de actuaciones para el fomento de la agricultura ecológica 2007-2010*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación..

IFOAM (2008). *Construyendo sectores orgánicos sustentables*.

El caso de Italia: un país pionero en el contexto europeo

Italia fue uno de los países pioneros en el desarrollo de la agricultura ecológica en el contexto europeo. A principios de la década de 1980, la producción estaba destinada principalmente a la exportación hacia países del norte de Europa, bajo estándares y certificación extranjeros. El mundo de la exportación estaba poco conectado con el pequeño y pionero movimiento agroecológico que se desarrolló en alianza con los consumidores y los movimientos ambientalistas sin el apoyo del Gobierno. En 1983, en el marco de las jornadas "¿Qué es ecológico?", se detectó la necesidad de un estándar común y en 1986, con la publicación de la primera norma de regulación de la agricultura ecológica, empezó la expansión del mercado interno. En aquel momento, se estableció un sistema nacional de supervisión integrado por organizaciones regionales de certificación. En 1993, se implementó la regulación comunitaria 2092/91 de la Unión Europea.

En el 2000, se fijó el objetivo nacional de convertir en ecológico un 10% de la superficie agraria convencional para el año 2005 y se puso en marcha una campaña de promoción que fue financiada por medio de un impuesto de un 2% sobre los plaguicidas sintéticos. Actualmente, más de un millón de hectáreas están siendo cultivadas de forma ecológica. Esta superficie representa un 7% de la superficie agrícola y un 2% de las fincas. Los cultivos ecológicos principales son cereales, olivos, frutales (viña y cítricos) y hortalizas.

Dado que los países del este y el sur de Europa destinan la mayor parte de su producción ecológica a la exportación, cualquier incremento en la demanda registrada en los mercados de los países del norte de Europa supone nuevas oportunidades de comercialización por los primeros. Desde esta visión integradora, promovida por la Comisión Europea, en el 2010 entrará en vigor un

sello específico para identificar los productos ecológicos de la Unión Europea. Sus objetivos son facilitar el comercio entre países, equilibrar las asimetrías entre oferta y demanda y aumentar la transparencia.

La credibilidad de las estructuras y las bases teóricas sobre las que se basa la producción ecológica se pueden ver afectadas por el crecimiento del mercado asociado a las concentraciones de poder de grandes empresas, una competencia centrada en los precios y la orientación del mercado hacia las importaciones y exportaciones, según datos de la IFOAM y de A. M. Alonso.

Paradójicamente, este tipo de crecimiento del mercado a menudo reproduce los patrones del sistema deslocalizado de producción intensiva que, más allá de los impactos ambientales, sociales y sobre la salud que comporta, ha sido la causa principal de la crisis en la que está inmersa la agricultura mundial desde hace décadas. En el apartado dedicado a los canales de comercialización de la agricultura ecológica se recupera este debate con la intención de aportar nuevos elementos.

El comercio internacional con terceros países está limitado por el reducido número de países con normas de producción ecológica reconocidas y consideradas equivalentes a las de la Unión Europea. Por ejemplo, los productos importados por la Unión Europea procedentes de los Estados Unidos y Japón, debido a las incompatibilidades entre su sistema de certificación y el europeo, hasta ahora han tenido que pasar por un complicado proceso de autorizaciones. Los mecanismos que regulan este tipo de importaciones se encuentran actualmente en proceso de modificación, desarrollo e implementación, según los datos del MAPA.

Referencia bibliográfica

MAPA (2006). *Plan integral de actuaciones para el fomento de la agricultura ecológica 2007-2010*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

2.1.6. El Estado español: producción y mercado de productos ecológicos

En el año 2008, en el Estado español había un total de 1.317.752 hectáreas certificadas, 21.291 explotaciones agrarias y ganaderas (con un valor estimado de producción de 250 millones de euros) y 2.168 industrias de transformación.

Número de operadores por comunidades autónomas en el Estado español en el 2008

Comunidades autónomas	Superficie agricultura ecológica (ha)	Productores	Elaboradores	Importadores	Otros	Total operadores
Andalucía	784.067	7.777	393	11	79	8.125
Aragón	70.494	746	101	–	16	863
Asturias	11.823	270	33	–	25	328
Baleares	23.008	428	135	–	–	563
Canarias	5.009	555	61	–	69	685

Fuente: elaboración propia a partir de MARM (2008). *Estadísticas 2008. Agricultura ecológica*. Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino.

Comunidades autónomas	Superficie agricultura ecológica (ha)	Productores	Elaboradores	Importadores	Otros	Total operadores
Cantabria	5.561	125	27	1	-	144
Castilla-La Mancha	119.668	2.184	136	1	1	2.322
Castilla y León	18.913	284	99	-	1	384
Cataluña	62.331	909	441	36	120	1.251
Extremadura	85.806	3.745	65	1	6	3.817
Galicia	12.895	445	64	1	-	510
Madrid	5.116	125	48	5	7	172
Murcia	37.600	1.528	164	4	10	1.683
Navarra	29.368	564	80	4	12	660
La Rioja	8.627	233	74	-	-	307
País Vasco	1.351	171	57	7	2	237
Comunidad Valenciana	36.116	1.202	190	10	32	1.422
TOTAL	1.317.752	21.291	2.168	81	380	23.473

Fuente: elaboración propia a partir de MARM (2008). *Estadísticas 2008. Agricultura ecológica*. Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino.

Cataluña y Andalucía son las comunidades autónomas con más actividad en producción agroalimentaria ecológica. Mientras Andalucía es muy importante en cuanto al número de productores y de hectáreas certificadas, Cataluña es la comunidad autónoma con más industria agroalimentaria dedicada a la elaboración de alimentos ecológicos.

A pesar del crecimiento de la demanda de productos ecológicos, el incremento de la producción ha sido superior. La demanda interna de productos ecológicos en el Estado español aumentó un 13,25% en el 2004, mientras que el aumento de la producción se situaba en el entorno del 30%, incentivada por el mercado exterior y por las ayudas agroambientales. La producción que no encuentra salida tiene que ser comercializada como convencional, sin ser por lo tanto valorada como ecológica (DARP, 2006).

Con todo, a causa de una deficiente estructura comercial, a menudo no se alcanza la totalidad de la demanda de productos ecológicos, sobre todo en venta directa de producto fresco, en productos cárnicos y en determinados productos elaborados.

A la vez, paradójicamente, tanto el sector de la elaboración como el de la distribución minorista se apoyan cada vez más en las importaciones para satisfacer las demandas del mercado interior. Se estima que aproximadamente un 50% del consumo interior se satisface, principalmente, gracias a las importaciones provenientes de Italia, los Países Bajos, Bélgica, Alemania y Francia. También

se empieza a detectar la entrada de productos ecológicos procedentes de otros mercados emergentes o de los nuevos socios de la Unión Europea, según datos del MAPA, en el 2007.

En parte, este fenómeno puede ser debido a una carencia de adaptación de las producciones locales a la demanda existente. La importación de productos, además de limitar la posible salida de la producción local y de consumir elevadas cantidades de recursos energéticos, también supone mucha burocracia, que dificulta y atrasa el proceso e incrementa el coste final de los productos.

El bajo consumo interno de alimentos ecológicos (representa menos del 1% del gasto total en alimentación) y el aumento de la producción explican, en parte, que en torno al **70-80% de la producción ecológica española se destine a la exportación**, principalmente a Europa (en especial a Alemania, los Países Bajos, Francia, el Reino Unido y Suiza), donde llegan sobre todo productos frescos y materias primas.

Tomando como valor representativo del consumo estatal de alimentos ecológicos 500 millones de euros, podemos establecer una estimación orientativa de cuál podría ser el balance de autoabastecimiento:

Balance del autoabastecimiento de productos ecológicos

Valor de comercialización en origen	340 M €
Exportación	238 M €
Valor en origen del producto destinado al mercado interior	102 M €
Valor del mercado de producto destinado al mercado interior (x 2,20 en punto de venta)	220 M €
Valor del consumo	500 M €
Necesidades de importación ³	280 M €

⁽³⁾Puede incluir cantidades significativas de reimportaciones.

Fuente: elaboración propia a partir de MAPA (2007). *Productos ecológicos. Monográfico*. Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Tal como se ha indicado, el Estado español exporta en su mayor parte materias primas sin procesar. En muchos casos, la materia prima de los productos que el sector ecológico español importa para satisfacer la demanda interna es producto de origen español que ha sido previamente exportado, transformado y finalmente reimportado con un sobreprecio considerable. Un buen ejemplo es el conocido pan alemán ecológico elaborado con cereales producidos en el Estado español.

A pesar de contar con escaso apoyo institucional, la producción ecológica en el Estado español tiene actualmente un gran peso específico en el ámbito europeo. Sin embargo, el mercado interno español se encuentra en una situación inestable. A las causas que ya se han indicado –orientación a la exportación y dependencia del mercado internacional para satisfacer el consumo interno–,

hay que añadir el hecho de que, como explica A. M. Alonso, cada vez más productos de países emergentes, que cuentan con un fuerte apoyo institucional, están entrando en competencia con los productos españoles.

El asentamiento del mercado español de productos ecológicos requiere fomentar el desarrollo del mercado interno y conseguir una articulación más directa y eficaz entre la producción y el consumo para satisfacer las necesidades domésticas y reducir, a la vez, las importaciones. Es necesario establecer líneas de apoyo a un sector ecológico que puede convertirse en motor de desarrollo rural sostenible siempre y cuando se tengan en cuenta tanto los aspectos económicos como los ecológicos y sociales.

2.1.7. Cataluña: producción y mercado de productos ecológicos

Del mismo modo que pasa en el conjunto del Estado, la situación en Cataluña también está siguiendo una evolución positiva. Entre 1997 y el 2007, el número de operadores ecológicos catalanes se multiplicó por más de tres (de 341 operadores en 1997 se pasó a 1.070 en el 2007). En el mismo periodo, la superficie certificada se multiplicó por más de ocho (de 7.187 hectáreas en 1997 a 60.095 hectáreas en el 2007).

Una gran parte de esta superficie (el 60% en el 2005) son pastos y forrajes destinados a la ganadería ecológica. En el 2001, la superficie inscrita se multiplicó por cinco debido a las casi 40.000 hectáreas de pastos y prados que se inscribieron en las comarcas occidentales de los Pirineos como consecuencia de la publicación y promoción de la ayuda agroambiental a la ganadería ecológica. Para los dos años siguientes, el crecimiento fue constante e igual al crecimiento anterior a la entrada de las ayudas, después se detuvo y, a partir del 2005, incluso disminuyó (DARP, 2006).

En general, el sector de la ganadería ecológica es el que ha experimentado un crecimiento más importante en los últimos años: el número de explotaciones ganaderas ecológicas ha pasado de 23 en 1997 a 331 en el 2007.

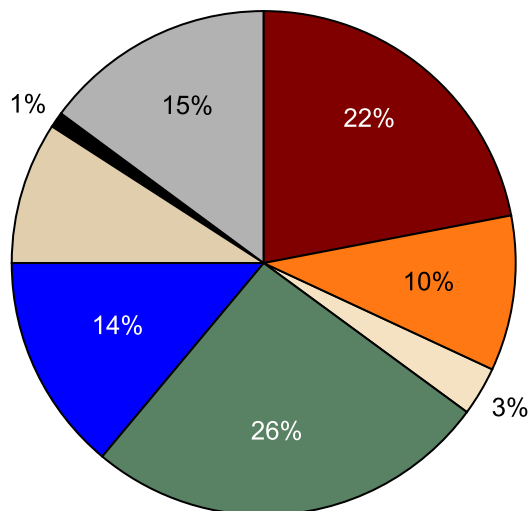
En Cataluña, en el 2008 los principales cultivos ecológicos en cuanto a la superficie certificada fueron, por orden de importancia, el subgrupo "pastos, prados y forrajes" (37.260 hectáreas), el subgrupo "bosque, matorrales y recolección silvestre" (13.038 hectáreas), el subgrupo "cereales y leguminosas para grano" (2.811 hectáreas), el olivo (2.705 hectáreas), el subgrupo "barbecho, adobo en verde y erial" (2.572 hectáreas), la viña (2.241 hectáreas) y los frutos secos (925 hectáreas) (CCPAE, 2008).

Referencia bibliográfica

Podéis encontrar toda esta información en:

DAR (2009). "La transició a la producció agrària ecològica". *Dossier Tècnic. Formació i Assessorament al Sector Agroalimentari* (n.º 34).

Distribución por cultivos de la producción ecológica en Cataluña



Cultivos herbáceos		Cultivos leñosos	
	Extensivos		Olivos
	Forrajes		Viña
	Hortalizas		Fruta seca
			Fruta dulce
			Barbechos, eriales, adobos verdes y otros cultivos

Fuente: CCPagricultura ecológica, 2005. Extraído de DARP (2006). *Llibre blanc de la producció agroalimentària ecològica a Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

El sector productivo ecológico presenta un déficit de materias primas, tanto en la ganadería como en la agricultura, sobre todo en cuanto a semillas y semilleros, piensos y ganado de reposición.

Podemos considerar que el sector ecológico catalán es todavía un sector joven que sigue siendo atractivo para los productores. La mayor parte de los productores ecológicos ya eran agricultores o ganaderos antes de iniciar la conversión. Los factores de conciencia ambiental han sido tradicionalmente más importantes que los factores mercantiles, así como el principal motivo a la hora de iniciar la conversión hacia el modelo de producción ecológica.

Con todo, estos productores en principio más concienciados en cuanto al cuidado del medio ambiente conviven con cada vez más productores que llegan a la producción ecológica desde una óptica más profesional, buscando una alternativa a la crisis constante del sector agrario convencional. A estos últimos, hay que añadir también cada vez más empresarios que ven en el sector ecológico una oportunidad de negocio y diferenciación dentro de un mundo cada vez más competitivo y globalizado.

Por otro lado, la evolución de la industria alimentaria y las actividades de transformación han experimentado un crecimiento mucho más regular y acusado que el de la producción: en el periodo 1992-2005 experimentaron una tasa de crecimiento anual medio superior al 20%.

La industria agroalimentaria ecológica en Cataluña tiene un peso muy importante en el conjunto de las actividades ecológicas, no tanto en número de operadores sino sobre todo en volumen económico. Territorialmente, la mayoría de empresas elaboradoras y transformadoras se encuentran en las comarcas de Barcelona (en el 2006 representaban casi la mitad del total). Las principales actividades a las que se dedican son, por orden de importancia, la manipulación y el envasado hortofrutícola, la elaboración y embotellado de vinos, cava y espumosos, la comercialización o distribución de productos y la fabricación y envasado de aceites y grasas. Si bien su número es todavía pequeño, actualmente encontramos empresas de elaboración de todo tipo de productos. A la vez, también hay que tener en cuenta que un gran número de operadores elaboran la propia producción, por ejemplo es el caso de los productores hortofrutícolas.

El modelo de distribución y comercialización de los productos ecológicos en Cataluña viene condicionado por las características del sector productivo: estacionalidad de los productos frescos, dispersión y aislamiento de los productores y pequeños volúmenes de producción. Este contexto dificulta el abastecimiento del mercado y encarece los costes de la distribución.

En cuanto al volumen de negocio, contando sólo los productos producidos y elaborados en Cataluña, en el 2005 las empresas catalanas facturaron cerca de 42,5 millones de euros. De esta cantidad, un 82,8% correspondió a la actividad de elaboración y transformación dentro de la cual destaca especialmente la manipulación, el envasado y la transformación de grano.

En relación con el destino final de los productos ecológicos certificados en Cataluña, en el 2008 el 43% de las ventas tuvieron lugar dentro del mercado interior catalán, el 31% se vendió al resto de España, un 20% se exportó a la Unión Europea y el 5% restante se exportó a terceros países. En el caso de los productos frescos, se estima que hasta un 80% del total certificado fue vendido dentro del mercado catalán.

Referencias bibliográficas

Podéis encontrar toda esta información en:

DARP (2006). *Llibre blanc de la producció agroalimentària ecològica a Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

DAR (2009). "La transició a la producció agrària ecològica". *Dossier Tècnic. Formació i Assessorament al Sector Agroalimentari* (n.º 34).

DAR (2009). *Pla d'Acció per a l'alimentació i l'agricultura ecològiques 2008-2012*. Barcelona: Departament d'Agricultura, Alimentació i Acció Rural / Generalitat de Catalunya.

2.2. Canales de comercialización en la agricultura ecológica

A continuación, vamos a analizar los principales canales de comercialización en agricultura ecológica. Resulta difícil encontrar datos actuales fiables para evaluar, a escala cuantitativa, la importancia relativa de los diferentes canales

de comercialización en el Estado español. Por esta razón, en algunos fragmentos haremos un análisis cualitativo y usaremos como referencia el caso de algunos países europeos para evaluar los diferentes canales descritos.

2.2.1. Principales canales de comercialización en la distribución minorista de productos ecológicos

En muchos países europeos, la dispersión territorial y el reducido volumen de producción característico de los agricultores pioneros de la producción ecológica hizo que éstos tuvieran que realizar notables esfuerzos para crear lo que no existía: demanda para sus productos y canales comerciales para que éstos llegaran a su destino.

Los canales que se desarrollaron inicialmente buscaban, en armonía con la filosofía de producción ecológica dominante de la época, reducir al mínimo las externalidades negativas sobre los recursos naturales (al evitar envases innecesarios o transporte a grandes distancias, por ejemplo) y establecer vínculos entre la producción y el consumo que permitieran crear un alto grado de confianza y comunicación entre productores y consumidores. Por eso, en las estrategias de distribución se potenció sobre todo el contacto directo con los consumidores intermediando, por ejemplo, venta en finca, ferias o mercados locales. Tal y como indica A. M. Alonso, a medida que fue creciendo la producción, los canales primitivos crecieron y se fueron adaptando a los canales convencionales existentes para aprovechar la creciente demanda de productos ecológicos.

Los productos ecológicos pueden encontrarse en tres tipos básicos de establecimientos y formas de venta: supermercados e hipermercados, tiendas especializadas, venta directa y otros. La importancia relativa de estos canales dependerá de la organización de los productores y de la distribución, de la presencia de consumidores informados y del sobreprecio de los productos, entre otros.

Importancia relativa de los diferentes canales de distribución de productos ecológicos en el Estado español

Canal de comercialización	Porcentaje de importancia del canal
Gran distribución	25-30%
Minoristas convencionales independientes	5-10%
Supermercados y tiendas especializadas	28-32%
Otros establecimientos (como herbolarios y droguerías)	8-12%
Venta directa (mercados y ferias principalmente)	12-20%
Otros (como Horeca, gourmet, Internet)	5-8%

Fuente: MAPA, 2007

Referencia bibliográfica

J. Michelsen (2001). "Recent Development and Political Acceptance of Organic Farming in Europe". *Sociologia Ruralis* (vol. 1, n.º 41, págs., 3-20).

Supermercados e hipermercados

La presencia de productos ecológicos en **supermercados e hipermercados**, así como en supermercados dedicados exclusivamente a estos productos, es actualmente muy importante en numerosos países (como por ejemplo Portugal, Suecia, Dinamarca, Finlandia, el Reino Unido, Austria, Suiza y Noruega), donde los productos ecológicos vendidos a través de estos canales supera el 50% del total. Se caracterizan, aunque en los supermercados exclusivos en menor medida, por el trato despersonalizado al cliente. En este tipo de comercialización, el sobreprecio de los productos ecológicos es mayor que en otras formas de venta, especialmente respecto a la venta directa.

Supermercados ecológicos



El supermercado ecológico
Fuente: DARP, 2006

Referencias bibliográficas

Podéis ampliar este punto con las lecturas de:

F. Offermann; H. Nieberg (2000). "Economic Performance of Organic Farming in Europe". *Organic Farming in Europe. Economics and Policy* (n.º 5). Stuttgart: Universidad de Hohenheim.

A. M. Alonso; G. I. Guzmán (2001). "Producer and consumer associations of ecological produce in Andalucía. Working Paper for the research programme". *The Socio-economic Impact of Rural Development Policies: Realities & Potentials (FAIR CT 98-4288)*. Córdoba: Instituto de Sociología y Estudios Campesinos de la Universidad de Córdoba.

Supermercados exclusivamente ecológicos

Los **supermercados exclusivamente ecológicos** son un canal de comercialización creciente en Cataluña: cada vez hay más superficies comerciales de entre 150 m² y 800 m² destinadas sólo a este tipo de alimentos, que ofrecen una alternativa casi total a cualquier supermercado convencional. En estos establecimientos se encuentran productos locales y de importación y constituyen uno de los canales de comercialización con mayor potencial de crecimiento. Se establecen como franquicias a comerciantes autónomos mediante contrato y éstos se encargan del contacto con los consumidores. Un ejemplo es la cadena de supermercados Veritas.

Según datos del MAPA (2007), en el 30% de los supermercados e hipermercados del Estado español podemos encontrar productos ecológicos. Parece que la inclusión de alimentos ecológicos en las estrategias de venta de las grandes cadenas de distribución es uno de los objetivos centrales del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de cara a la promoción del consumo interno de este tipo de productos. Con esta y otras medidas se pretende igualar la cuota de consumo interno de los países europeos, que tienen índices más elevados.

Aun así, el aumento de la presencia de productos ecológicos en los supermercados probablemente no es condición suficiente para el desarrollo del mercado ecológico interno, tal y como señala A. M. Alonso. Podemos tomar a modo de ejemplo el caso de Portugal, donde el mercado de productos ecológicos está poco desarrollado a pesar de que el 91% de las ventas se realizan a través

de supermercados e hipermercados. En contraposición, en Alemania, donde el consumo de productos ecológicos es muy elevado, éstos se compran en su mayoría en tiendas especializadas y mediante la venta directa.

La estandarización del producto fresco que requiere el sector de la gran distribución y las grandes superficies favorece una industrialización del sector agrícola a imagen y semejanza del camino que ha seguido la agricultura intensiva industrial: invernaderos para producir fuera de temporada, mano de obra en condiciones precarias, monocultivos, –con el consecuente incremento del uso de *inputs* (como plaguicidas ecológicos) y de los costes de producción, que obligan a los productores a producir más para aumentar el margen de beneficio. Además, se puede decir que la comercialización a través de grandes superficies suele reportar pocos ingresos limpios para el agricultor y grandes ganancias para el sector de la distribución.

Tiendas especializadas

El término **tiendas especializadas** se refiere a las tiendas de dietética, herbolarios y tiendas exclusivas de productos ecológicos. Entre sus ventajas, destaca el trato directo y cordial con el consumidor y el alto grado de conocimiento sobre las características de los productos que se venden, lo que favorece la difusión de la cultura ecológica. Los precios de venta al público suelen ser relativamente elevados. En los casos en los que estos establecimientos compran directamente al productor, éstos pueden obtener buenos precios por los productos. Entre las desventajas, destaca la gran dispersión que presentan en algunas zonas, factor que encarece y dificulta la distribución, sobre todo de producto fresco.

Este tipo de establecimientos está muy extendido en los Países Bajos, donde dominan casi en exclusiva el mercado y acaparan el 96% de las ventas, Grecia (65%), los Estados Unidos (62%) e Italia (69%). En el Estado español, se calcula que hay unas 500 tiendas especializadas y unas 900 dietéticas y herbolarios. En conjunto, las ventas representan un 49% del volumen de negocio que genera el mercado interno de productos ecológicos.

Venta directa y otras

La venta **directa** generalmente engloba la venta de productos ecológicos en la propia finca, en mercados locales, a domicilio y en asociaciones y cooperativas de consumidores de las que a menudo forman parte varios productores. Aunque estas fórmulas son las que desarrollaron los agricultores ecológicos pioneros, actualmente siguen teniendo una gran importancia en numerosos países como Grecia, España, Alemania, Suiza, Noruega o Austria. En el caso de Noruega y Austria, se comercializa mayor cantidad de productos ecológicos por estos canales que a través de tiendas especializadas.

Referencia bibliográfica

A. M. Alonso (2002). "Desarrollo y situación actual de la agricultura ecológica: elementos de análisis para entender el caso español". *Estudios Agrosociales y Pesqueros* (n.º 192, págs. 123-159).

Productor ecológico del Ampurdán vendiendo en el mercado



Fuente: DARP, 2006

Entre sus virtudes, destacan la confianza que genera la proximidad productor-consumidor, la posibilidad de difusión de los beneficios de la agricultura ecológica, una mejor remuneración para el productor y mejores precios para el consumidor. En algunos casos, el precio final incluso puede ser inferior al de los productos convencionales, lo que permite el acceso al consumo de productos ecológicos a un abanico más amplio de población. Su principal desventaja recae en la inexistencia de una oferta amplia y variada. En la mayoría de los casos, este limitante se soluciona mediante la cooperación entre agricultores, operadores de venta directa y distribuidores para complementar la producción.

Referencia bibliográfica

A. M. Alonso; G. I. Guzmán; M. D. Domínguez; X. Simón (2002). "Influencias sociales en la evolución de la agricultura ecológica en España". En: *I Conferencia Mundial del Olivar Ecológico: Producciones y Culturas*. Ecoliva. Jaén: CAPA.

Tal como veremos más adelante, todo parece indicar que la venta directa tiene una importancia relativa más grande que la considerada habitualmente dado que existen numerosos productores que desempeñan esta actividad como complemento o que no aparecen en las estadísticas por no tener el sello de certificación (la venta directa a menudo se apoya en la confianza entre productores y consumidores). Además, desde el punto de vista del consumo, existen también grupos de consumidores autoorganizados que no están censados.

En el apartado de **otros** se incluyen las ventas en ferias, cooperativas agrarias, tiendas gourmet, compañías de aviación y clínicas de salud, entre otros. En el sector de la restauración, sólo un 4,5% de operadores utiliza productos ecológicos (MAPA, 2007).

2.3. Canales de distribución de productos agroecológicos: circuitos cortos de comercialización

Los **circuitos cortos de comercialización** viven hoy en día una fuerte eferescencia en muchos países. A pesar de que nunca han dejado de existir, en los últimos años han aparecido nuevos modelos de comercialización que permiten articular nuevas alianzas entre el ámbito del consumo y el de la producción, el mundo urbano y el rural. El hecho de que estas experiencias giren en torno a la agroecología como crítica al modelo agrario industrial ha permitido superar, en parte, un conflicto histórico –entre la agricultura intensiva y la ecológica o agroecológica– que ha enfrentado tradicionalmente a campesinos y ecologistas.

Bibliografía de referencia

Para ampliar este punto, podéis dirigiros a:

D. López García (2007). "Experiencias de gestión colectiva de lo agrario como alternativas a la privatización del territorio". *Archipiélago. Cuadernos de Crítica de la Cultura* (n.º 77/78, págs. 40-54).

K Hoggart; A. Paniagua (2001). "The restructuring of rural Spain". *Journal of Rural Studies* (n.º 17, págs. 63–80).

El concepto de circuitos largos o cortos de comercialización no se refiere a la distancia física entre productor y consumidor, sino al número de intermediarios entre la producción y el consumo, según el observatorio europeo Leader.

Los **circuitos cortos de comercialización** se caracterizan por la presencia de un solo intermediario como máximo entre el producto final y el consumidor, o también entre el productor y el elaborador. Si no hay ningún intermediario entre el productor o el elaborador y el consumidor, hablamos de venta directa dentro de los CCC.

G. Maréchal (2008). *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires*. Dijon: Educagri Editions.

E. Valls (2006). "El mercat local i els circuits curts de comercialització". *Llibre blanc de la producció agroalimentària ecològica de Catalunya*. Ponència.

Esta definición, aparentemente clara, no es tan sencilla de aplicar en la práctica. Así, no consideramos una empresa de transporte como intermediario, dado que no ofrece producto. En cambio, sí consideraríamos intermediarias las cooperativas de consumidores que, además de distribuir producto entre los socios, tienen venta al público, puesto que ejercen de comercializadores.

De modo frecuente, los circuitos cortos de comercialización se dan en el marco de los mercados locales, como es el caso de la venta directa en mercados en la calle. No obstante, otras veces es posible que la venta directa se realice a

Referencia bibliográfica

Observatorio europeo Leader (2000). "Comercialización de los productos locales. Circuitos cortos y circuitos largos". *Cuaderno de Innovación en el Medio Rural* (n.º 7).

centenares de kilómetros, como sería el caso de un campesino que reparte cajas de verduras a todo el territorio peninsular. Además, es difícil establecer unos límites claros espaciales sobre qué considerar local o no, puesto que la noción de proximidad variará en función del contexto.

Un sistema alimentario es más sostenible en cuanto la comida se produce, se cosecha, se procesa, se vende y se consume lo más próxima-mente posible.

L. Jarosz (2008). "The city in the country: Growing alternative food networks in Metropolitan areas". *Journal of Rural Studies* (n.º 24, págs. 231-244).

Entenderemos como local aquel mercado que se desarrolla íntegramente en el ámbito de la movilidad habitual de los diferentes agentes que intervienen. En Cataluña, y tal como afirma E. Valls, se ha estimado que podríamos considerar como locales aquellos circuitos que se dan en un radio de cincuenta o sesenta kilómetros.

Al mismo tiempo, ni los circuitos cortos de comercialización ni los mercados locales implican siempre dimensiones pequeñas. Sería el caso, por ejemplo, de un circuito de venta directa y mercado local entre una cooperativa de producción de carne y una cadena de supermercados que tengan las bases de operación dentro de una misma comarca.

Claramente, pueden existir muchos modelos de circuitos cortos de comercialización, pero en este apartado nos referiremos a aquellos que se han utilizado desde la óptica de la agroecología para vender y distribuir teniendo en cuenta diferentes criterios que incluyen aspectos ambientales, sociales y económicos. Los circuitos cortos de comercialización ofrecen potencialmente la capacidad de tener un mayor control sobre estos criterios y por lo tanto pueden ser aprovechados para la creación de nuevas formas de asociación política y de gobernanza encaminadas hacia la resiliencia y la sostenibilidad.

El objetivo de la construcción de circuitos cortos de comercialización por parte de las diferentes iniciativas que se encaminan hacia la agroecología es articular circuitos de venta y distribución que representen alternativas viables a los impactos y las injusticias generadas por el modelo de producción intensiva industrial. A la vez, pueden constituir un punto de partida para la educación y la formación hacia modelos agrícolas y alimentarios más justos y sostenibles.

Observando los datos del antiguo Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación obtenidos a partir de los promedios de diferentes fuentes consultadas, en el Estado español la venta directa representa entre un 12% y un 20% de la distribución de productos ecológicos. Según un proyecto de investigación financiado por la Comisión Europea (Fair Survey, 2001), vemos que los circuitos

cortos de comercialización (en este estudio desglosados en venta en la finca, mercados, cestas de verdura y cooperativas de consumo) representaban en el 2001 un porcentaje bastante elevado de la comercialización de la producción ecológica. Observando los datos disponibles para Alemania, el Estado español e Italia vemos que la distribución de productos ecológicos a través de estos circuitos representaba, respectivamente, un 20%, un 22% y un 17% del total. La importancia relativa de estos porcentajes en el caso de Italia y el Estado español parece estar relacionada con los mercados tradicionales y en el hecho de que los productores han mantenido relaciones de comunicación con los consumidores.

Referencias bibliográficas

Encontraréis estos datos en:

Fair Survey (2001). "Survey on Rural Development". *Produkt + Markt. FAIR-Project* (CT98-4288). Alemania.

A. Alonso; K. Knikel; N. Parrot (2002). "Influencia de los canales comerciales en el desarrollo de la agricultura ecológica en Europa". En: *V Congreso de la SEAE y I Congreso Iberoamericano de Agroecología: La agricultura y ganadería ecológicas en un marco de diversificación y desarrollo solidario* (vol. 2, págs. 1409-1418). Gijón: SEAE / SERIDA.

A pesar de que probablemente estas cifras hayan variado, resultan significativas y podemos tomarlas como referencia a la hora de determinar la posición de los canales de venta directa dentro del contexto global de comercialización. Debido a la dificultad intrínseca de cuantificar las ventas que se realizan a través de cooperativas de consumo y de productor a consumidor por estar a menudo fuera de los canales oficiales resulta difícil encontrar datos precisos.

A continuación, vamos a ver algunos ejemplos de venta directa.

2.3.1. Las cooperativas/asociaciones de productores y consumidores

Este modelo reúne a productores y consumidores bajo una misma estructura. Productores y consumidores establecen un contrato solidario que se rige según los principios de confianza y de responsabilidad del consumidor. En este contrato, el grupo de consumidores compra, por adelantado y a principios de cada estación, una proporción determinada de la producción que recibe periódicamente a un precio fijo que ha sido acordado en función de los costes de la actividad. En este modelo, se comparten los riesgos –y también los beneficios de las buenas cosechas– dado que la cantidad de producto recibida variará en función de las condiciones climáticas y sanitarias, pero no así el precio percibido. De este modo, los ingresos económicos se desligan de la producción en cuanto el precio no es el factor de intercambio. Es decir, los consumidores aportan unos ingresos que permiten a los trabajadores de la cooperativa dedicarse a cultivar y repartir los alimentos que producen.

Las AMAP francesas

Un ejemplo de asociación de productores y consumidores son las AMAP (Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne). En estas asociaciones, hay un solo productor hortícola (aunque pueden proveerse de otros tipos de productos estableciendo contratos con otros productores) y un número relativamente pequeño de consumidores. Éstos abonan una cuota fija por adelantado, acordada en función del salario y los gastos del productor, a cambio de la proporción correspondiente del total de la producción. Todos los productos tienen que venir directamente de la finca, ser ecológicos –y preferiblemente de variedades o razas tradicionales– y respetar criterios de cariz social como por ejemplo las condiciones de trabajo de los asalariados. Hay varias asambleas durante el año donde se establecen los detalles de estos contratos. Es frecuente la instauración de jornadas de puertas abiertas o de trabajo en la finca. Actualmente, se calcula que existen más de 750 AMAP constituidas en Francia, que suministran comida a unas 30.000 familias.

D. López García (2007). "Experiencias de gestión colectiva de lo agrario como alternativas a la privatización del territorio". *Archipiélago. Cuadernos de Crítica de la Cultura* (n.º 77/78, págs. 40-54).

Red de AMAP Alliance Midi-Pyrénées (2007). *Memoria sobre las AMAP "Asociaciones para el Mantenimiento de la Agricultura Payesa"*.

2.3.2. La venta directa mediante cestas de verdura de temporada

Un ejemplo de venta directa que muchos productores están desarrollando es la venta de cajas o cestas semanales de verdura de temporada. Los consumidores recogen las cestas en la finca o en puntos colectivos de recogida y abonan un precio fijo por cesta. Las cestas contienen siempre un número constante de productos o tienen un peso determinado. Este sistema permite al productor planificar mejor la producción, cultivar una gran diversidad de productos asegurándose su venta, reducir los excedentes y tener unos ingresos fijos. En los Países Bajos, donde este sistema se ha vuelto muy popular, en el 2001, 45.000 familias se abastecían de cestas de verdura de temporada. En Cataluña, también está creciendo este modelo, en su mayor parte entre consumidores agrupados en cooperativas/grupos de consumo.

Referencia bibliográfica

A. Alonso; K. Knikel; N. Parrot (2002). "Influencia de los canales comerciales en el desarrollo de la agricultura ecológica en Europa". En: *V Congreso de la SEAE y I Congreso Iberoamericano de Agroecología: La agricultura y ganadería ecológicas en un marco de diversificación y desarrollo solidario* (vol. 2, págs. 1409-1418). Gijón: SEAE / SERIDA.

Los comedores escolares ecológicos (CEE)

En Andalucía, el Comité Andaluz de Agricultura Ecológica (CAAE), junto con las consejerías de Agricultura, Medio Ambiente y Educación ha puesto en marcha el programa "Alimentos ecológicos para escolares de Andalucía", en el que participan 47 centros educativos (unos 6.500 estudiantes). El programa, además de incluir la introducción de menús ecológicos con productos comprados directamente a los productores, va asociado a una serie de actividades informativas y educativas sobre hábitos de alimentación y salud, agricultura ecológica y sostenibilidad. En Cataluña, destaca la Taula de Treball per a l'Alimentació Escolar Ecològica, que agrupa a una veintena de asociaciones del sector y que tiene como objetivo dinamizar la introducción de productos ecológicos locales y de temporada en los comedores escolares para ser cocinados en la propia escuela, siempre a través del contacto directo con los productores de la zona. Actualmente, 36 centros escolares han incorporado productos ecológicos en sus menús en Cataluña.

En paralelo, parece que la Administración catalana empieza a interesarse por este tipo de iniciativas dado que uno de los objetivos del Plan de Acción 2008-2012 para la Alimentación y Agricultura Ecológicas es la incorporación de productos ecológicos en las escuelas. En el 2010, la Generalitat ha destinado 145.000 € a este objetivo.

2.3.3. Cooperativas de consumo

Las cooperativas de consumo tienen por objetivo proveer de alimentos y otros productos a sus miembros de manera autogestionada y con criterios agroecológicos. Las cooperativas de consumo se basan en la cooperación entre consumidores para realizar compras colectivas, lo que permite la definición conjunta de criterios y acuerdos permanentes con los proveedores. Uno de los principales objetivos es la relación directa con los campesinos, ganaderos y elaboradores, basada en la confianza mutua. Al mismo tiempo, la organización colectiva permite beneficiarse de las ventajas de la economía de escala al llegar a ciertos volúmenes de compra que abaratan los costes económicos y ambientales. La organización colectiva también permite entender la cooperativa como una herramienta de transformación social, lo que constituye una práctica de economía alternativa y también un espacio de formación, reflexión y debate crítico en torno a la alimentación y la agricultura.

Las cooperativas de consumo ecológico en Cataluña

Una cooperativa de consumo



Fuente: DARP, 2006

Según la base de datos de cooperativas en Cataluña elaborada por La Repera, existen actualmente 85 cooperativas de consumo. De éstas, se dispone de datos concretos de 55, completadas a partir de la mencionada base de datos. Al analizar estos datos, vemos que el número de cooperativas ha aumentado de forma exponencial a partir del año 2000, como lo ha hecho también el número de cestas o unidades familiares (UF). El promedio de cestas por cooperativa se sitúa en torno a las 32. Si consideramos que la media por UF son tres miembros, la incidencia de este modelo de circuitos cortos de comercialización se podría situar en torno a las 8.200 personas. En cuanto a la distribución geográfica, encontramos que el 86% de las cooperativas de Cataluña se encuentran en la provincia de Barcelona (de ellas, el 46% están situadas en la ciudad de Barcelona), el 7% en Tarragona y el 3 y 5% en Gerona y Lérida, respectivamente. La gran mayoría están situadas en ciudades, mientras que son pocas las que se encuentran en municipios pequeños.

Las principales fortalezas de los circuitos cortos de comercialización y la venta directa, desde el punto de vista de la producción en el contexto agroecológico, son la posibilidad de los productores de acceder al mercado recibiendo una proporción alta o toda la cuantía del precio final del producto lo que aumenta así el margen de beneficio, según apuntan M. Miele y H. Tovey, y un mayor grado de autonomía y el favorecimiento del cultivo de un amplio abanico de variedades, lo que reduce el riesgo de pérdida y se avanza hacia una agricultura más sostenible (A. Alonso, K. Knikel y N. Parrot). Por el contrario, el compromiso con los circuitos cortos de comercialización también resta tiempo al productor para dirigir la finca y requiere mayores costes (habilitar el espacio, formación, contratar a personal adicional). Sin embargo, la expansión de este modelo sugiere que los beneficios deben ser mayores que los inconvenientes, tal como indica Michelsen.

Referencias bibliográficas

H. Tovey (1997). "Food, environmentalism and rural sociology: On the organic farming movement in Ireland". *Sociologia Ruralis* (n.º 37, págs. 21-37).

M. Miele (2001). *Creating Sustainability. The Social Construction of the Market for Organic Products*. Tesis doctoral presentada en el Circle for Rural European Studies de la Universidad de Wageningen (Países Bajos).

A. Alonso; K. Knikel; N. Parrot (2002). "Influencia de los canales comerciales en el desarrollo de la agricultura ecológica en Europa". En: *V Congreso de la SEAE y I Congreso Iberoamericano de Agroecología: La agricultura y ganadería ecológicas en un marco de diversificación y desarrollo solidario* (vol. 2, págs. 1409-1418). Gijón: SEAE / SERIDA.

Desde el punto de vista del consumo, estos modelos de comercialización responden a los planteamientos éticos y ambientales de los consumidores ecológicos comprometidos y, además, por el hecho de eliminar los intermediarios, el producto puede ser adquirido a precios comparativamente más bajos. El principal inconveniente para los consumidores es el desplazamiento hasta la finca o el lugar de recogida, además de acudir a los lugares habituales de compra convencional dado que este sistema no suele cubrir todas las necesidades del consumidor.

La descentralización que implica este sistema se traduce en una disminución de la distancia física y social entre consumo y producción, lo que reduce la contaminación por un lado y aumenta el conocimiento de la realidad de la producción ecológica por parte de los consumidores. Por otro lado, los circuitos cortos de comercialización suponen un mecanismo potente de desarrollo rural dado que generan empleo, incrementan los ingresos y dan más valor añadido a la producción agroecológica.

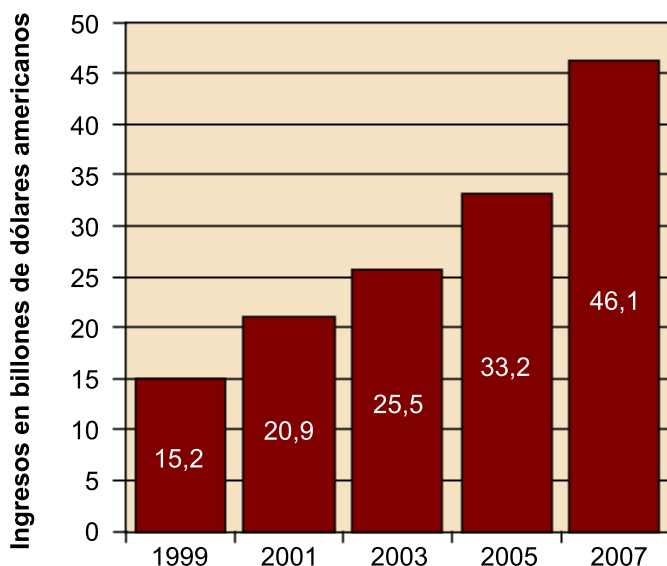
3. El consumo de productos ecológicos

En esta unidad, se presentan los datos generales de consumo de productos ecológicos, se analizan los principales factores que influyen en este consumo, el perfil social de los consumidores y las tendencias previsibles de evolución del mercado.

3.1. El consumo de productos ecológicos en el ámbito global

La demanda y el consumo de productos ecológicos ha experimentado un crecimiento considerable a partir de la segunda mitad de la década de 1990. El valor del mercado se ha triplicado en ocho años, al pasar de unas ventas globales de 15 billones de dólares estadounidenses en 1999 a 46 billones en el 2007:

El mercado global de alimentos ecológicos. Crecimiento del mercado 1999-2007



Fuente: H. Willer; L. Kilcher (eds.) (2009). *The world of organic agriculture. Statistics and emerging trends*. Bonn: IFOAM.

Desde el punto de vista del consumo mundial, es importante recordar que **la demanda de productos ecológicos está concentrada en América del Norte y Europa**. Estas dos regiones concentran el 97% de los ingresos globales. En concreto, el mercado europeo es el más desarrollado, con un valor de 25 billones de dólares estadounidenses en el 2007 representa el 54% de los ingresos mundiales.

En la tabla 3 se recogen datos de los principales países europeos en cuanto al consumo de productos ecológicos en términos totales y per cápita (las ventas excluyen las exportaciones), el porcentaje del consumo de productos ecológicos sobre el total del consumo alimentario, así como el crecimiento de las ventas 2006-2007.

El consumo de productos ecológicos en el mercado europeo 2007

País	Ven- tas⁴ (mi- llo- nes de €)	Gasto per cápita (€/persona)	Porcentaje sobre las ven- tas totales en alimentación	Porcentaje de crecimiento de las ventas 2006-2007
Alema- nia	5.300,0	64	3,1	15
Reino Unido	2.557,0	42	1,6	aprox. 10
Francia	1.900,0	30	1,2	12
Italia	1.870,0	32	-	aprox. 10
Suiza	789,0	105	4,6	aprox. 8
Austria	739,0	89	5,3	aprox. 10
España	600,0	13	0,7	-
Dina- marca	580,0	106	6,0	34
Países Bajos	495,5	30	2,0	13
Suecia	486,5	53	3,0	25
Norue- ga	80,0	17	1,0	24
Portu- gal	70,0	7	0,5	-
Grecia	58,0	5	-	-
Rep. Checa	51,6	5	0,6	70
Polonia	50,0	1	0,1	.
Luxem- burgo	40,9	86	3,3	-

Fuente: elaboración propia a partir de H. Willer y L. Kilcher (eds.) (2009). *The world of organic agriculture. Statistics and emerging trends*. Bonn: IFOAM

⁽⁴⁾Las ventas incluyen los principales minoristas y distribuidores especializados, así como la venta directa, con exclusión de la restauración y las exportaciones.

Destaca el volumen de ventas de Alemania, el Reino Unido, Francia e Italia. Estos cuatro países representan casi el 75% del total de ingresos. Ahora bien, el consumo relativo es mayor en Dinamarca, Austria o Suiza, al situarse entre 6 y 4,6 el porcentaje de consumo de productos ecológicos respecto al gasto total en alimentación. Los consumidores europeos más importantes, según los datos del 2007, han sido los daneses y suizos, con un gasto anual en productos

ecológicos de 106 y 105 € per cápita, respectivamente. Por otro lado, los consumidores del sur y el este de Europa son los que menos gastan en productos ecológicos, con cuotas de mercado inferiores al 1%.

La demanda de productos ecológicos se ve influida por múltiples factores pero, en general, estos datos se explican por el grado de sensibilización social ante los problemas medioambientales, el poder adquisitivo de los consumidores, así como la historia particular de cada territorio en cuanto al desarrollo de la producción y el mercado de productos ecológicos.

Los pronósticos de los expertos suponen una evolución positiva en términos de comportamiento de compra. En la mayoría de países europeos, se espera para los próximos años un crecimiento del 10% anual o superior en cuanto al gasto en productos ecológicos.

3.2. El consumo de productos ecológicos en el Estado español y en Cataluña

En el Estado español, el importante crecimiento de la producción ecológica no se ha visto acompañado por un desarrollo paralelo del mercado interno de estos productos, a pesar de que las previsiones apuntan hacia un crecimiento constante de la demanda. Actualmente, las ventas de productos ecológicos, y todavía según el estudio estadístico de la IFOAM, representan sólo un 1% del total del mercado alimentario debido principalmente a la baja demanda interna y a que la producción ha sido orientada desde sus inicios a la exportación. Tal como ya se ha comentado en apartados anteriores, entre el 70 y el 80% de la producción estatal de productos ecológicos se exporta, sobre todo a la Unión Europea (Alemania, Francia, Suiza e Italia).

La situación del conjunto del Estado contrasta fuertemente con los datos que encontramos de Cataluña, donde se calcula que el 43% de los productos ecológicos certificados se queda en el mercado interior, el 31% va hacia el resto del Estado, el 20% se vende en países de la Unión Europea y sólo el 5% se exporta a terceros países.

El bajo consumo interno en el Estado español viene motivado en cierta medida por la falta de conocimiento, información y motivación del consumidor, por los precios superiores respecto a los de los alimentos convencionales (en general, entre un 30 y un 50% más caros) y por la ausencia de estos productos en los puntos de venta habituales (MAPA, 2007).

Uno de los problemas que cabe destacar es que una parte importante de la población parece no tener claro qué es un producto ecológico y en qué se diferencia de los productos de la agricultura convencional. En el 2001, sólo un 43% de los consumidores respondían afirmativamente cuando se les preguntaba sobre la existencia de productos ecológicos (Fundación Entorno, 2001). Según un estudio llevado a cabo por el MAPA, en el 2005 el 72,5% de los en-

Referencia bibliográfica

Encontraréis estos datos en: DAR (2009). *Pla d'Acció per a l'alimentació i l'agricultura ecològiques 2008-2012*. Barcelona: Departament de Agricultura, Alimentació y Acció Rural de la Generalitat de Catalunya.

cuestados había oído hablar de productos ecológicos, lo que no implica que los conociera o los consumiera. Finalmente, los productos ecológicos se asocian mayoritariamente a alimentos naturales (44%), mientras que sólo un 16% considera que son producidos sin pesticidas químicos:

Estudio de mercado

Este estudio de mercado está basado en 2.000 entrevistas telefónicas a consumidores y fue publicado en MAPA (2007). *Productos ecológicos. Monográfico*. Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Características asociadas a los alimentos ecológicos

Características que asocia a los alimentos ecológicos	Total 2007	Total 2005
Alimentos naturales	44,3	41,0
Alimentos más sanos, sin aditivos ni colorantes	35,1	29,7
Alimentos más caros	28,4	19,7
Alimentos producidos sin pesticidas químicos	15,8	25,9
Alimentos con mejor sabor	15,5	11,2
Alimentos artesanales, poco elaborados, producidos a través de métodos tradicionales	7,3	7,6
Alimentos cultivados de manera tradicional	7,1	7,7
Alimentos integrales	5,9	4,8
Alimentos producidos respetando el medio ambiente	5,8	4,6
Alimentos difíciles de encontrar	5,5	4,8
Alimentos libres de transgénicos	5,3	4,7
Alimentos dietéticos	2,7	1,9
Alimentos certificados con controles adicionales que garantizan su método de obtención	2,4	1,9
Alimentos transgénicos	2,0	2,3
Alimentos de mal aspecto o baja calidad	1,0	1,0
Base	1.200	1.450

Fuente: MAPA (2008). *El consumo de productos ecológicos*. Dirección General de Industria y Mercados Alimentarios.

En algunos países europeos, hasta el 90% de los consumidores están comprando productos ecológicos (IFOAM, 2009). En el Estado español y en el 2007, seis de cada diez entrevistados manifiesta consumir o haber consumido productos ecológicos, según el estudio de mercado del MAPA. En Cataluña, encontramos datos similares que determinan que casi la mitad de la población ha consumido este tipo de productos (48,1%), si bien sólo un 33,7% lo hace como mínimo una vez al mes, un 18,7% con frecuencia semanal y un 3,7% de forma diaria, según el *Barómetro de percepción y consumo de alimentos ecológicos* del 2008.

Barómetro de percepción y consumo

Basado en 1.600 entrevistas telefónicas, lo podéis encontrar publicado en línea:
PAAE (2008). *Baròmetre de percepció i consum dels aliments ecològics. Pla d'Acció per a l'Alimentació i l'Agricultura Ecològiques 2008-2012. Informe de resultats 2008.*

Estas frecuencias de consumo reflejan que la mayoría de los consumidores lo hace de forma esporádica y que el consumo de productos ecológicos se considera un lujo o se asocia a un grupo minoritario de la población fuertemente concienciado. Ahora bien, la existencia de esta minoría social crítica favorable a la agricultura ecológica ha sido básica para la creación de redes alternativas de comercialización y para difundir los beneficios sociales y ambientales del consumo de productos ecológicos.

3.3. El consumo desde el punto de vista de los consumidores

3.3.1. Motivaciones de compra

La prevalencia en el mercado agroindustrial de comida empaquetada, fuertemente procesada y transformada industrialmente es vista a menudo como un fruto de las preferencias del consumidor. No obstante, algunos autores, como J. R. Mauleón, apuntan que la construcción social de los consumidores se ha arraigado en procesos de desinformación y reeducación de sus preferencias hacia estos productos, a través de la publicidad y el marketing. De hecho, se calcula que una cuarta parte de la publicidad televisiva en el Estado español hace referencia a productos alimentarios. Así pues, el procesamiento de los alimentos se vuelve opaco y es casi imposible para el consumidor trazar los circuitos por los que han pasado los productos. En este sentido, muchos consumidores han perdido el conocimiento y las habilidades necesarias (es lo que se ha denominado *consumer deskilling*) para tomar decisiones sobre las múltiples dimensiones de la calidad o sobre cómo una dieta equilibrada y de temporada contribuye a mejorar la salud, la sostenibilidad y el desarrollo económico comunitario.

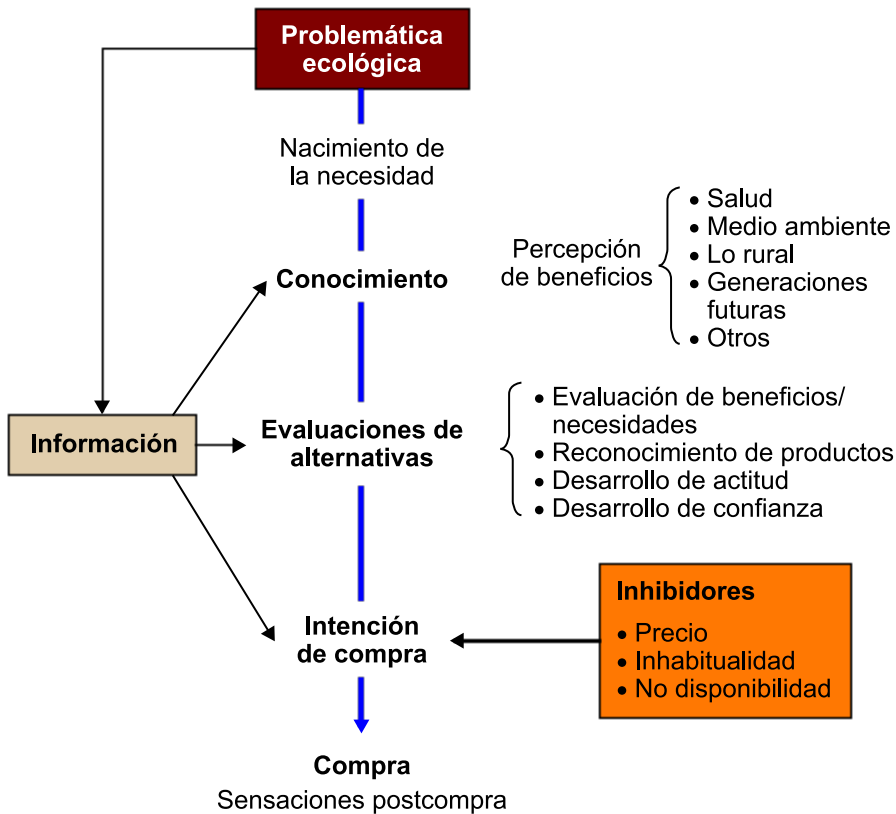
Referencias bibliográficas

J. R. Mauleón (2009, 29 de abril). "El sistema alimentario: funcionamiento y consecuencias". En: *La globalització i els seus efectes en l'agricultura i l'alimentació*. Ponencia. Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.

Jaffe; Gertler (2006). "Victual vicissitudes: Consumer deskilling and the (gendered) transformation of food systems". *Agriculture and Human Values* (n.º 23, págs. 143-162).

Así pues, partimos de la base de que, para consumir de forma sostenible, hay que superar el *handicap* de la desinformación. Además, la decisión de compra de un producto ecológico es un proceso complejo en el que intervienen numerosos factores que pueden estimularlo o inhibirlo, y está sometido a un alto grado de incertidumbre.

Proceso de decisión de compra de productos ecológicos



Fuente: Itziar Aguirre, adaptación de J. V. Calomarde (2000). *Marketing ecológico*. Madrid: Ed. Pirámide.

Independientemente de las fases de adquisición de los productos descritas en la gráfica, la mayoría de estudios definen cinco **motivaciones principales** que pueden influir en los consumidores en el momento de adquirir productos ecológicos:

- 1) la salud, entendida desde el punto de vista de la seguridad alimentaria,
- 2) la protección ambiental,
- 3) el sabor y la calidad de los productos,
- 4) el bienestar animal,
- 5) los beneficios por los productores agrícolas y el medio rural, entre otros.

Actualmente, **la salud se ha convertido en la principal fuerza motriz del consumo de productos ecológicos**, hecho especialmente motivado por el fracaso del sistema agrícola convencional que ha dado lugar a varios escándalos alimentarios. Las motivaciones del consumidor ecológico se están volviendo cada vez más difusas respecto a sus inquietudes iniciales. En una primera fase, la base social de consumidores era numéricamente pequeña y tenía una fuerte influencia de motivaciones ideológicas; así, la conciencia ambiental y la transformación del modelo agrícola y de consumo tenían una importancia relativa mayor.

3.3.2. Perfil de los consumidores

Las características sociodemográficas que encontramos en los consumidores de productos ecológicos son muy variables. Todos los grupos de edad están representados, si bien la franja de edad entre los 31 y los 49 años es más frecuente y el consumo disminuye a partir de los 65 años. El nivel de estudios o de ingresos tampoco son factores determinantes del consumo de productos ecológicos.

Así pues, más que por parámetros sociodemográficos, el comportamiento de los consumidores de productos ecológicos viene determinado, por un lado, por la importancia que cada vez más se da a la salud en las sociedades sobredesarrolladas y, por el otro lado, por factores éticos relacionados con la actitud del consumidor ante los impactos sociales, ecológicos y culturales, entre otros, de la agricultura industrial.

Analizando elementos como la frecuencia, las motivaciones y el lugar de compra, la procedencia y el grado de elaboración del producto, podemos caracterizar de una forma simplificada dos grandes grupos: consumidores ecológicos poco concienciados y consumidores ecológicos comprometidos.

Referencia bibliográfica

Encontraréis más información sobre esta distinción en:

A. Alonso; K. Knikel; N. Parrot (2002). "Influencia de los canales comerciales en el desarrollo de la agricultura ecológica en Europa". En: *V Congreso de la SEAE y I Congreso Iberoamericano de Agroecología: La agricultura y ganadería ecológicas en un marco de diversificación y desarrollo solidario* (vol. 2, págs. 1409-1418). Gijón: SEAE / SERIDA.

Consumidores ecológicos poco concienciados

Los consumidores poco concienciados son menos flexibles a la hora de cambiar sus hábitos de compra; así, cuando el producto ecológico está disponible en un supermercado, pueden inclinarse a comprarlo si el diferencial de precio no es demasiado grande. Por lo tanto, tenderán a realizar la compra en canales convencionales de comercialización: supermercados o tiendas especializadas.

Por lo general, este grupo tampoco está dispuesto a cambiar sus hábitos domésticos. Una característica habitual de las sociedades modernas occidentales es la poca disponibilidad de tiempo para cocinar. De este modo, si no hay un cambio en el compromiso en cuanto a la preparación regular de comida, estos consumidores requerirán productos ecológicos más procesados. Este hecho no sólo influye en la opción de uso de un determinado canal comercial, sino en el propio medio de producción ecológico, puesto que es más habitual encontrar estos productos elaborados de forma industrial.

Los productos ecológicos representan una proporción pequeña en la cesta de la compra de estos consumidores. Tienden a estar menos informados sobre la alimentación y la agricultura ecológica y sus argumentos principales son la salud y el sabor o la calidad de los alimentos. Tampoco muestran preferencias por los productos locales o valoran especialmente conocer el origen y las condiciones en las que ha sido elaborado el producto (más allá del sello certificador de la agricultura ecológica).

Consumidores ecológicos comprometidos

Los consumidores comprometidos son menos sensibles a las diferencias de precio y están más adaptados a la molestia que supone involucrarse en canales de comercialización directa. Tienen una clara preferencia por las tiendas especializadas, las cooperativas de consumo o la compra directa a productores.

Los productos ecológicos suponen una proporción mayor en la alimentación de este grupo de consumidores y, además, presentan frecuencias de consumo más estables. Por otro lado, a motivaciones como la salud o la calidad de los alimentos, se suman las motivaciones medioambientales o la conciencia de los impactos sociales del propio consumo. Estos factores determinan una mayor preferencia por los productos locales, frescos, al por mayor, de comercio justo... en función del caso y de la disponibilidad. La compra directa o la preferencia por productos menos elaborados permite consumir productos ecológicos comparativamente más económicos.

Debido a la conciencia sobre las implicaciones del propio consumo, una buena parte de estos consumidores cree en su poder para influir en las tendencias del mercado agroalimentario, ya sea por la elección de algunos productos o para boicotear otros. Ahora bien, otro subgrupo es consciente de las limitaciones de cambiar el modelo sólo a través de la modificación de los hábitos de compra individuales y trabaja por la construcción colectiva de alternativas, ya que participa en movimientos sociales, colectivos o asociaciones que de alguna manera pretenden transformar tanto el sistema agroalimentario como la sociedad.

Necesario pero no suficiente

"La falta de masa crítica, de inversión en el ámbito público, de control político a las corporaciones multinacionales... no parecen circunstancias que podamos cambiar únicamente desde el consumo personal. [...]"

El impacto del mero consumo individual está limitado. Incluso en el difícil supuesto de que cambiáramos todos nuestros consumos domésticos masivamente, los efectos globales que conseguiríamos serían insuficientes a la luz de los cambios que exige la crisis ecológica actual, puesto que buena parte del consumo de recursos y generación de residuos responde directamente al modelo de producción industrial y agrícola y al gasto público, todo esto consistente en estructuras complejas y apenas modificables desde el consumo individual. [...]"

En definitiva, el cambio estructural es necesario y tiene que ser activado también desde otros canales más allá del consumo individual. No se trata de sentirnos ajenos o impotentes ante la situación y mucho menos insinuar que el consumo consciente y transformador no sirve para nada: nuestras formas de vida son parte del problema y por lo tanto de la solución. Precisamente en el día a día es donde empezamos a experimentar, a construir

alternativas, a tomar más conciencia, claridad y motivación para luchar y transformar las estructuras que limitan o impiden los cambios necesarios."

A. Porro (2009). "Necessari però no suficient". *Revista Opcions* (n.º 31).

3.3.3. El consumo de productos agroecológicos

Las redes de actores que componen los movimientos agroecológicos comparten el objetivo de transformar radicalmente el modelo agroalimentario dominante, al entender que la transformación engloba todo el sistema de producción, distribución y consumo.

Debido a esta visión, se hace difícil hablar de consumidores agroecológicos, puesto que en muchos casos los propios consumidores asumen tareas de distribución (algunas cooperativas de consumo) y, en algunos proyectos, las barreras entre la producción y el consumo también se difuminan (huertos comunitarios, cooperativas unitarias de productores y consumidores). De este modo, el consumidor agroecológico supera el papel convencional del consumidor entendido como mero comprador y asume la responsabilidad del propio consumo, al participar de forma directa en la gestión del sistema agroalimentario que cubrirá parte de sus necesidades de subsistencia.

La mayoría de personas que participan en redes alternativas de consumo comparten ciertas motivaciones descritas en el perfil de consumidores comprometidos, tales como la conciencia sobre la protección medioambiental y también los beneficios sobre la salud de los productos ecológicos. Comparten igualmente la certeza de que hay que modificar los hábitos de consumo individual, pero creen que estos cambios tienen que ir acompañados de proyectos colectivos que permitan crear alternativas y cambios en el ámbito estructural. Por eso, encontramos otros argumentos que son el motor de estas iniciativas.

Desarrollar modelos de producción y consumo sostenibles

Los circuitos cortos de comercialización y la relación con los productores son rasgos básicos en estos proyectos. Ya se ha descrito cómo la eliminación de los intermediarios permite la redistribución del valor de los productos y favorece a los productores. Los circuitos cortos de comercialización también favorecen los intereses de los consumidores, que podrán obtener productos ecológicos más económicos, pero, sobre todo, las relaciones directas entre productores y consumidores permiten el conocimiento mutuo y tomar conciencia de las necesidades de las dos partes.

Los consumidores deciden los criterios para escoger proveedores y productores, tales como la calidad, la distancia geográfica, el embalaje o los aspectos laborales y sociales de la producción. Igualmente, están más abiertos a adoptar compromisos que permitan la estabilidad del productor. Sería el caso del sistema de cajas semanales con verdura de temporada, los compromisos de

consumo mínimo o aquellas cooperativas donde los consumidores pagan directamente el sueldo de los productores y desvinculan los ingresos económicos de la producción.

Las relaciones de confianza que se establecen entre las dos partes permiten a menudo prescindir de la certificación ecológica.

Participación activa en un proyecto social

La participación activa en la gestión de la alimentación es uno de los objetivos de los proyectos agroecológicos. Asumir las responsabilidades y las decisiones permite democratizar el sistema alimentario. Así, por ejemplo, en la mayoría de cooperativas de consumo, las tareas se reparten entre los socios (contacto con los proveedores, limpieza local, facturación) y las decisiones se toman colectivamente en asamblea.

Las necesidades relacionadas con la alimentación no son las únicas que se cubren en estos proyectos. A menudo, es tan importante obtener la caja de verduras semanal como encontrarse con las personas y compartir información y preocupaciones. Así pues, se generan espacios de reflexión colectiva, donde se intercambia información, ya sea en torno a temas de consumo o sostenibilidad u otras temáticas que aportan los socios o miembros del proyecto. Por lo tanto, se cubren necesidades del tipo identitario (pertenecer a un grupo), afectivas (se construyen espacios para compartir) o incluso de ocio (visitas a productores los domingos).

Podemos concluir que los consumidores de productos agroecológicos buscan cubrir sus necesidades alimentarias a través de redes de consumo ecológico sostenibles y socialmente justas. A la vez, son personas activas que buscan cubrir sus necesidades de implicación y construcción de tejido social tratando de superar así las limitaciones transformadoras asociadas al cambio de hábitos de consumo a escala individual.

Personas activas

El 73% de los miembros del BAH! (Bajo el Asfalto está la Huerta!, red de cooperativas unitaria de productores y consumidores) participan en otras asociaciones o colectivos.

D. López; J. A. López (2003). *Con la comida no se juega*. Madrid: Traficantes de Sueños.

3.4. Tendencias futuras

Dada la tendencia creciente de la producción y la demanda de productos ecológicos en el Estado español, es muy probable que gran parte de la producción ecológica siga entrando al mercado por la vía de las cadenas comerciales de consumo masivo y que esta tendencia vaya en aumento. Teniendo en cuenta que aproximadamente el 80% de los alimentos producidos en la Unión Euro-

pea se comercializa a través de estos canales, es aceptable reconocer que una presencia elevada de productos ecológicos en el mercado total sólo se dará si los productos ecológicos entran en esta vía de comercialización.

Ahora bien, es improbable que este modelo impacte positivamente en el desarrollo rural y es muy probable que los beneficios potenciales de la agricultura ecológica queden minimizados tanto en el ámbito ecológico como en el ámbito social y económico. De hecho, ya hay evidencias de que los grandes centros de consumo están utilizando su fuerza en el mercado para reducir los precios que pagan a los productores del sector ecológico; a la vez, está creciendo el número de explotaciones con certificación ecológica con una lógica productiva y mercantil equivalente a la de la agricultura industrial (monocultivos, grandes explotaciones, exportación).

Parece, pues, que se está produciendo una bifurcación entre las soluciones propuestas desde los movimientos sociales agroecológicos y la agricultura ecológica certificada con apoyo institucional.

"La agricultura ecológica certificada, a pesar de sus menores impactos ambientales, parece seguir un proceso de inserción en lógicas mercantiles que excluyen a los productores y consumidores más desfavorecidos. Por otro lado, la aplicación de un enfoque más integral de la producción y distribución de alimentos ecológicos está dando lugar a un conjunto de experiencias de redes agroalimentarias alternativas que pretenden recuperar los valores originales del movimiento."

J. M. Alonso Moreno (2008). *Grupos de consumo ecológico: ¿una alternativa a la globalización de la agricultura ecológica?*. Tesina presentada en el doctorado en Economía Ecológica del Instituto de Ciencia y Tecnología Ambientales (ICTA) de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Desde el punto de vista agroecológico, la vía más beneficiosa a largo plazo es desarrollar nuevas formas de relación directa productor-consumidor que permitan la viabilidad de la producción agraria y el mantenimiento o la recuperación de la biodiversidad agrícola y ecológica, así como la estructura social de las zonas rurales. Para que estos circuitos cortos de comercialización se desarrollen, hay que potenciar la organización de redes entre pequeños productores y mejorar el acceso a la información sobre el modelo de comercialización. En paralelo, es imprescindible que se desarrollen estrategias por parte de los consumidores para empoderarse del propio consumo, creando alianzas entre producción y consumo y redes locales de comercialización directa.

Resumen

La crisis ecológica generada por las prácticas de la agricultura industrial ha provocado el surgimiento de una forma alternativa de producción agrícola que se fundamenta en parte en la agricultura tradicional –no industrial– pero incorpora nuevas propuestas y formas de relación con el medio: **la agricultura ecológica**.

En torno al concepto de agricultura ecológica, aparecen diferentes corrientes de pensamiento y práctica como la agricultura biológica, la biodinámica, la agricultura natural o la permacultura. Paralelamente, aparece el concepto de **agroecología** que, además de tener en cuenta aspectos ecológicos y agronómicos, integra también los aspectos sociales –contempla las identidades culturales, locales y tradicionales–, económicos y políticos de la agricultura para generar procesos locales, colectivos y participativos de transformación social.

Actualmente, la visión agroecológica es compartida por un gran número de organizaciones, grupos y movimientos sociales del Estado español que promueven, a través del consumo crítico y el acercamiento de las esferas productivas y del consumo, un modelo de desarrollo rural más justo y sostenible.

En el análisis de la situación de la **producción ecológica a escala mundial** observamos que en el 2007 había 32,2 millones de hectáreas cultivadas de forma ecológica en el mundo por más de 1,2 millones de productores. Esta producción se concentra mayoritariamente en Oceanía, Europa y América Latina, aunque la demanda de productos ecológicos se concentra en Europa y Norteamérica.

A pesar de la crisis financiera reciente, el mercado de productos ecológicos sigue creciendo, aunque a un ritmo menor. **En Europa, el crecimiento del mercado de productos ecológicos ha motivado un aumento de la producción**, que se concentra en los países del sur del continente, desde donde se exporta a los países del centro y norte de Europa, donde encontramos los mercados más desarrollados y con un mayor volumen de ventas.

A pesar de contar con un escaso apoyo institucional, **la producción ecológica en el Estado español tiene actualmente un gran peso específico en el ámbito europeo**. Se trata de un mercado poco maduro, exportador de materias primas, pero que también reimporta un importante volumen de producto transformado. A diferencia de lo que pasa en el Estado, en Cataluña se consume la mayor parte de la producción ecológica interna y es donde más empresas elaboradoras encontramos.

Los productos ecológicos pueden encontrarse en tres tipos básicos de establecimientos y formas de venta: supermercados e hipermercados, tiendas especializadas, venta directa y otros. En el Estado español, debido a la disparidad de datos, resulta difícil determinar la importancia relativa de los diferentes canales de comercialización, aunque parece que el mayor volumen de negocio se concentra en la venta a través de tiendas **especializadas**.

La tendencia institucional y del mercado parece ser la potenciación de la comercialización de productos ecológicos a través de circuitos convencionales y de masas: **los supermercados e hipermercados**. A pesar de acercar los productos ecológicos a una gran parte de la población, la estandarización del producto fresco y los mecanismos económicos característicos del sector de la gran distribución y las grandes superficies favorecen una industrialización del sector agrícola a imagen y semejanza del camino que ha seguido la agricultura intensiva industrial. Así pues, se da la paradoja de reproducir el modelo que los pioneros y los inicios de la agricultura ecológica pretendían modificar.

Por otro lado, hay que destacar la importancia de la **venta directa y los circuitos cortos de comercialización**, desarrollados sobre todo por los productores pioneros y actualmente fomentados por los proyectos productivos agroecológicos, que presentan importantes beneficios sociales y económicos tanto para los productores como para los consumidores.

Los circuitos cortos de comercialización ofrecen potencialmente la capacidad de tener mayor control sobre los aspectos ambientales, sociales y económicos de la producción y la distribución. Por lo tanto, pueden facilitar la creación de nuevas formas de asociación política y de gobernanza encaminadas hacia la resiliencia y la sostenibilidad.

En general, parece que **el consumo de productos ecológicos aumentará en Europa en los próximos años**. Actualmente, la salud se ha convertido en la principal fuerza motriz del consumo de productos ecológicos. Por otro lado, los factores éticos relacionados con los impactos sociales, ecológicos y culturales de la agricultura industrial caracterizan la motivación de compra de los consumidores más comprometidos. La existencia de esta minoría social comprometida y crítica ha sido básica para la creación de redes alternativas de comercialización, por ejemplo algunos modelos de CCC, y para difundir los beneficios sociales y ambientales del consumo de productos ecológicos.

Parece, pues, que se está produciendo una bifurcación entre las soluciones propuestas desde los movimientos sociales agroecológicos y la agricultura ecológica certificada con un apoyo institucional que propone aumentar la presencia de los productos ecológicos en las grandes superficies para aumentar el consumo interno e igualar las cuotas de mercado de los países del norte de Europa.

Desde el punto de vista de la agroecología, la mejor solución a largo plazo es desarrollar **nuevas formas de relación directa producción-consumo** que permitan la viabilidad de la producción agraria y el mantenimiento y la recuperación de la biodiversidad agrícola y ecológica, así como la estructura social de las zonas rurales.

Glosario

agricultura ecológica *f* Sistema de producción que no utiliza fertilizantes sintéticos ni plaguicidas u otros productos químicos de síntesis. Se basa en prácticas sostenibles que mantienen la biodiversidad y la salud de ecosistemas y personas, tales como rotación de cultivos, adobos verdes, fertilización orgánica y control biológico de plagas.

agricultura industrial *f* Sistema de producción intensivo extendido sobre todo a partir de la década de 1960 en todo el mundo (Revolución Verde). Utiliza maquinaria pesada, insumos químicos, organismos modificados genéticamente y se basa en un consumo ingente de combustibles fósiles.

agroecología *f* Disciplina que estudia los sistemas agrícolas desde una perspectiva ecológica y socioeconómica, que aporta los principios ecológicos y políticos necesarios para el manejo sostenible de los agrosistemas y el desarrollo endógeno de las comunidades.

circuitos cortos de comercialización *m* Canales de comercialización que se caracterizan por la presencia de un solo intermediario como máximo entre el productor final y el consumidor o también entre el productor y el elaborador.

Federación Internacional de Movimientos de la Agricultura Ecológica (IFOAM) *f* Federación de productores y entidades que trabajan por la agricultura ecológica con más de treinta años de historia. Es un referente internacional en la normativa de la producción ecológica, integración de conocimientos científicos y estadísticas relacionadas con la agricultura ecológica.

periodo de conversión *m* Es el periodo de tiempo transitorio entre la introducción de técnicas de cultivo ecológico en una finca y el momento en el que se pueden comercializar los productos obtenidos como ecológicos. En Cataluña, en general, este periodo dura de dos a tres años, en función del tipo de cultivo, entre otros factores.

producto ecológico *m* Producto producido o elaborado según los principios de la producción ecológica. Es decir, en su proceso de elaboración no han sido utilizados productos químicos de síntesis.

venta directa *f* Se refiere a la comercialización directa –sin intermediarios– entre el productor o el elaborador y el consumidor final.

Bibliografía

Alonso, A. M.; Guzmán, G. I. (2001). "Producer and consumer associations of ecological produce in Andalucía. Working Paper for the research programme". *The Socio-economic Impact of Rural Development Policies: Realities & Potentials (FAIR CT 98-4288)*. Córdoba: Instituto de Sociología y Estudios Campesinos de la Universidad de Córdoba.

Alonso, A. M.; Guzmán, G. I.; Domínguez, M. D.; Simón, X. (2002). "Influencias sociales en la evolución de la agricultura ecológica en España". En: *I Conferencia Mundial del Olivar Ecológico: Producciones y Culturas*. Ecoliva. Jaén: CAPA.

Alonso, A.; Knikel, K.; Parrot, N. (2002). "Influencia de los canales comerciales en el desarrollo de la agricultura ecológica en Europa". En: *V Congreso de la SEAE y I Congreso Iberoamericano de Agroecología: La agricultura y ganadería ecológicas en un marco de diversificación y desarrollo solidario* (vol. 2, págs. 1409-1418). Gijón: SEAE / SERIDA.

Alonso Moreno, J. M. (2008). *Grupos de consumo ecológico: ¿una alternativa a la globalización de la agricultura ecológica?*. Tesina presentada en el doctorado en Economía Ecológica del Instituto de Ciencia y Tecnología Ambientales (ICTA) de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Alonso, A. M. (2002). "Desarrollo y situación actual de la agricultura ecológica: elementos de análisis para entender el caso español". *Estudios Agrosociales y Pesqueros* (n.º 192, págs. 123-159).

Altieri, M. A. (1995). "El «estado del arte» de la agroecología y su contribución al desarrollo rural en América Latina". En: Alfredo Cadenas Marín (ed.). *Agricultura y desarrollo sostenible*. Madrid: MAPA.

Altieri, M. A. (1999). *Agroecología: bases científicas para una agricultura sustentable*. Uruguay: Nordan.

Binimelis, R. (2009). *Identificació i tipologia de possibilitats de comerç ecològic en circuits curts*. Documento inédito. Proyecto BIOTACC.

Calomarde, J. V. (2000). *Marketing ecológico*. Madrid: Ed. Pirámide.

CCPAE (2008). *Estadístiques*.

Cuéllar, M. C. (2008). *Hacia un sistema participativo de garantía para la producción ecológica en Andalucía*. Universidad de Córdoba.

DARP (2006). *Llibre blanc de la producció agroalimentària ecològica a Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

DAR (2009). "La transició a la producció agrària ecològica". *Dossier Tècnic. Formació i Assessorament al Sector Agroalimentari* (n.º 34).

DAR (2009). *Pla d'Acció per a l'alimentació i l'agricultura ecològiques 2008-2012*. Barcelona: Departamento de Agricultura, Alimentación y Acción Rural de la Generalitat de Catalunya.

Fair Survey (2001). "Survey on Rural Development". *Produkt + Markt. FAIR-Project (CT98-4288)*. Alemania.

Fundación Entorno (2001). *Hábitos de consumo y medio ambiente en España 2001*.

Galindo, Pilar (coord.) (2006). *Agroecología y consumo responsable. Teoría y práctica*. Madrid: Kehaceres.

García Trujillo, R. (2000). "La agroecología: ciencia, enfoque y plataforma para un desarrollo rural sostenible y humano". *Fruticultura, Horticultura, Floricultura* (n.º 222).

Garrido Peña, F. (1993). *Introducción a la ecología política*. Granada: Comares.

Guzmán Casado, G.; González Molina, M.; Sevilla Guzmán, E. (2000). *Introducción a la agroecología como desarrollo rural sostenible*. Madrid: Mundi-Prensa.

Hoggart, K.; Paniagua, A. (2001). "The restructuring of rural Spain". *Journal of Rural Studies* (n.º 17, págs. 63-80).

IFOAM (2008). *Construyendo sectores orgánicos sustentables*.

- Intermón Oxfam** (2002). *Pobreza en tu taza. La verdad sobre el negocio del café*.
- Jaffe; Gertler** (2006). "Victual vicissitudes: Consumer deskilling and the (gendered) transformation of food systems". *Agriculture and Human Values* (n.º 23, págs. 143-162).
- Jarosz, L.** (2008). "The city in the country: Growing alternative food networks in Metropolitan areas". *Journal of Rural Studies* (n.º 24, págs. 231-244).
- Joensen, M.** (2003). *Organic foods in Spain*.
- La Repera** (2009). *Base de dades de cooperatives de consum a Catalunya*.
- López, D.; López, J. A.** (2003). *Con la comida no se juega*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- López, D.; Badal, M.** (coord.) (2006). *Los pies en la tierra. Reflexiones y experiencias hacia un movimiento agroecológico*. Barcelona: Virus.
- López García, D.** (2007). "Experiencias de gestión colectiva de lo agrario como alternativas a la privatización del territorio". *Archipiélago. Cuadernos de Crítica de la Cultura* (n.º 77/78, págs. 40-54).
- MAPA** (2006). *Plan integral de actuaciones para el fomento de la agricultura ecológica 2007-2010*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación..
- MAPA** (2007). *Guía de buenas prácticas para la producción y comercialización de alimentos ecológicos*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- MAPA** (2007). *Productos ecológicos. Monográfico*. Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- MAPA** (2008). *El consumo de productos ecológicos*. Dirección General de Industria y Mercados Alimentarios.
- MARM** (2008). *Estadísticas 2008. Agricultura ecológica*. Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino.
- Maréchal, G.** (2008). *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires*. Dijon: Educagri Editions.
- Masanobu Fukoka** (2009). *The one-straw revolution. An introduction to natural farming*. Nueva York: New York Review Books.
- Mauleón, J. R.** (2009, 29 de abril). "El sistema alimentario: funcionamiento y consecuencias". En: *La globalització i els seus efectes en l'agricultura i l'alimentació*. Ponencia. Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Michelsen, J.** (2001). "Recent Development and Political Acceptance of Organic Farming in Europe". *Sociologia Ruralis* (vol. 1, n.º 41, págs., 3-20).
- Miele, M.** (2001). *Creating Sustainability. The Social Construction of the Market for Organic Products*. Tesis doctoral presentada en el Circle for Rural European Studies de la Universidad de Wageningen (Países Bajos).
- Miele, M.; Pinducciu, D.** (2001). "A market for nature: Linking the production and consumption of organics in Tuscany". *Journal of Environmental Policy and Planning* (vol. 2, n.º 3, págs. 149-162).
- Morán, E.** (1993). *La ecología humana de los pueblos de la Amazonía*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Observatorio europeo Leader** (2000). "Comercialización de los productos locales. Circuitos cortos y circuitos largos". *Cuaderno de Innovación en el Medio Rural* (n.º 7).
- Offermann, F.; Nieberg, H.** (2000). "Economic Performance of Organic Farming in Europe". *Organic Farming in Europe. Economics and Policy* (n.º 5). Stuttgart: Universidad de Hohenheim.
- PAAE** (2008). *Baròmetre de percepció i consum dels aliments ecològics. Pla d'Acció per a l'Alimentació i l'Agricultura Ecològiques 2008-2012. Informe de resultats 2008*.
- Porro, A.** (2009). "Necessari però no suficient". *Revista Opcions* (n.º 31).

Red de AMAP Alliance Midi-Pyrénées (2007). *Memoria sobre las AMAP "Asociaciones para el Mantenimiento de la Agricultura Payesa"*.

Riechmann, J. (2003). *Cuidar la T(tierra). Políticas agrarias y alimentarias sostenibles para entrar en el siglo XXI*. Barcelona: Icaria.

Semino, S. (2008). "Perspectivas futuras del agronegocio de la soja: biodiésel, el nuevo mercado". En: J. Rulli (coord). *Repúblicas unidas de la soja*. Grupo de Reflexión Rural.

Sevilla Guzmán, E. (2006). *De la sociología rural a la agroecología*. Barcelona: Icaria.

Sevilla Guzmán, E.; Martínez Alier, J. (2006). "Orígenes del Movimiento Social Agroecológico en el Estado español y sus conexiones con Latinoamérica en el contexto de los procesos antagonistas al neoliberalismo y la globalización". En: D. López; M. Badal (coord.). *Los pies en la tierra. Reflexiones y experiencias hacia un movimiento agroecológico*. Barcelona: Virus.

Shiva, V.; Barker, D.; Lockhart, C. (2009). "Manifest sobre el canvi climàtic i el futur de la seguretat alimentària". *Papers de Sostenibilitat* (n.º 24, págs. 3-23). Comissió Internacional per al Futur de l'Alimentació i l'Agricultura.

Toledo, V. M.; Barrera-Bassols, N. (2008). *La memoria biocultural. La importancia ecológica de las sabidurías tradicionales*. Barcelona: Icaria.

Tovey, H. (1997). "Food, environmentalism and rural sociology: On the organic farming movement in Ireland". *Sociologia Ruralis* (n.º 37, págs. 21-37).

Valls, E. (2006). "El mercat local i els circuits curts de comercialització". *Llibre blanc de la producció agroalimentària ecològica de Catalunya*. Ponència.

Varios autotes (2009). "La agricultura del siglo XXI". *Ecología Política* (n.º 38).

Vogl, C. R.; Kilcher, L.; Schmidt, H. (2005). "Are standards and regulations of organic farming moving away from small farmers' knowledge?". *Journal of Sustainable Agriculture* (vol. 1, n.º 26).

Willer, H.; Kilcher, L. (2009). *The World of Organic Agriculture. Statistics and emerging trends*. Bonn: IFOAM.