

Los alimentos ecológicos: Un mercado en continua expansión / Tiziana de-Magistris

[Opiniones y Experiencias](#) - 15 Nov, 2018



Unidad de Economía Agroalimentaria y de los Recursos Naturales

[Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón \(CITA\)](#)

Instituto Agroalimentario de Aragón (IA2)

Los últimos estudios sobre la demanda de productos ecológicos confirman que el mercado interior presenta un pronóstico de crecimiento más que positivo. Tanto es así que se mantiene la tendencia de los últimos años de incrementos porcentuales de dos dígitos. Por ejemplo, según los últimos datos proporcionados por el MAPAMA, la ratio de crecimiento interanual ha aumentado hasta casi el 13 % respecto al año 2015. Actualmente, se rozan los casi 1.7 millones de euros de volumen total de consumo y se alcanza una cuota del 1.69 % del mercado total de la alimentación. Estos datos son una clara evidencia de que la demanda de productos ecológicos por parte de los españoles es cada vez mayor. Uno de los motivos de este incremento es que la población percibe este tipo de productos como de mejor calidad nutricional. Los últimos estudios llevados a cabo estiman que 8 de cada 10 españoles adquieren comida saludable y 5 de ellos compran alimentos ecológicos. Por tanto, la salud es la principal motivación a la hora de decantarse por este tipo de alimentos. Otros de los motivos más importantes de los clientes para consumir estos productos son la ausencia de sustancias químicas y el sabor más intenso, así como la mejor calidad que se les atribuye. Atendiendo a todos estos datos, no supone una sorpresa que, a nivel mundial, este año España haya entrado en la lista de los 10 países con mayor crecimiento en la venta de alimentos ecológicos.

En lo relativo al futuro de los productos ecológicos, existen tres claras señales a tener en cuenta y que nos señalan que la evolución de los productos ecológicos seguirá siendo positiva durante los próximos años.

La primera de ellas se refiere al perfil del consumidor de estos alimentos. Los estudios más recientes destacan que los principales consumidores de esta gama de productos (que suponen el 30 % del total de consumidores de alimentos ecológicos) son los jóvenes denominados *Millenials*. Con esta popular etiqueta se denomina a la generación nacida entre el año 1980 y el 2000, con una edad inferior a los 35 años. Estas personas presentan mayor concienciación en sus hábitos de compra y de consumo saludable. Además, el 25 % de estos *Millenials* ya tienen hijos. Esto es de vital importancia, porque consideran que los productos ecológicos son "la mejor opción para sus hijos" de cara a combatir el incremento de alergias o intolerancias relacionadas con los alimentos, tal como afirma claramente el último informe de *Eco|logical* del 2018. Por otra parte, se prevé que, en el futuro, los *Millenials* tendrán un mayor nivel de renta, por lo que se considera que su mayor disponibilidad económica influirá de modo positivo en los datos nacionales de consumo de esta gama de alimentos.



Las imágenes son propiedad del autor y su uso o distribución no está autorizado sin su expreso consentimiento

La segunda señal a destacar concierne a la comercialización, concretamente a los canales de venta de productos ecológicos. Una investigación realizada en el 2018 sobre el consumo de alimentos ecológicos en Aragón (específicamente sobre conservas de tomates ecológicos) indica que el 73 % de los aragoneses conocen el significado de la etiqueta "alimentos ecológicos" y afirman que suelen comprarlos en establecimientos no especializados (supermercados e hipermercados), frente al 27 % que dice comprarlos en las tiendas especializadas y/o tradicionales. En los últimos años ha habido cambios tanto en la distribución especializada como en la convencional o dedicada al gran consumo. Por ejemplo, los formatos de tiendas de distribución especializada han evolucionado a superficies más grandes, con estructuras similares a supermercados ecológicos y surtidos más amplios, pasando de 1500 referencias a incluso 4000. Este aumento se ha dado sobre todo en las áreas de productos frescos, frutas y verduras. Asimismo, la gran distribución convencional también ha incrementado su oferta de productos en sus lineales. Por tanto, los productos ecológicos están cada vez más presentes en los establecimientos de la gran distribución organizada y no solo en tiendas especializadas. Si antes la distribución organizada actuaba como un cuello de botella para facilitar el acceso, hoy en día, en sus establecimientos se están ampliando las referencias de productos ecológicos, mejorando con ello su disponibilidad y accesibilidad. En consecuencia, la existencia de mayor amplitud de oferta en el canal de la gran distribución organizada crea un círculo virtuoso: la mayor disponibilidad de estos productos mejora el conocimiento que el consumidor tiene de ellos, lo que aumenta su probabilidad de adquisición. La compra sucederá cuando los consumidores valoren positivamente los productos ecológicos y estén dispuestos a adquirirlos pagando un sobreprecio para ellos.



Las imágenes son propiedad del autor y su uso o distribución no está autorizado sin su expreso consentimiento

Finalmente, el sector está desarrollando varias estrategias para hacer más accesible el consumo de productos biológicos a precios competitivos, acortando así las diferencias entre alimentos

convencionales y alimentos *bio*. Por ejemplo, la creación de marcas blancas, la reducción de la distancia con los productores y la creación de tarjetas de descuento son algunas estrategias adoptadas por varias cadenas de distribución especializada.

De mantenerse la tendencia de consumo y la evolución del sector, se puede esperar que en los próximos 10 años los productos ecológicos van tener una gran importancia en términos de volumen y valor en la cesta de la compra de los consumidores españoles.