

Productos ecológicos por el mundo: un mercado en crecimiento

En lo concerniente a la superficie, si se comparan las cifras con el año anterior, 2006, se constata un crecimiento de 1,5 millones de hectáreas. Este crecimiento es mucho más marcado en América Latina sobre todo debido a una gran oferta de frutas tropicales, algodón, café y cacao. El 5,3% del café que se cultiva en el mundo es ecológico, en México este porcentaje se eleva al 30%.

La agricultura ecológica contribuye a un desarrollo socioeconómico sostenible y así lo demuestra su espectacular crecimiento en los países en vías de desarrollo. Al igual que el pasado año, el líder en superficie dedicada a la agricultura ecológica sigue siendo Australia con 12 millones de hectáreas certificadas, la mayor parte dedicada a pastos. Le sigue Argentina con 2,8 millones de hectáreas y Brasil con 1,8 millones. Analizando la relación superficie ecológica y superficie total, observamos que Oceanía sería líder con un porcentaje del 37,6% seguida por Europa con 24,1% y América Latina con 19,9%. Si analizamos la relación entre terreno certificado ecológico y terreno agrícola, son los países alpinos los que mejores resultados obtienen. Austria con un 13,4% sería líder, seguido de Suiza con un 11%.

Por primera vez aparece la Acuicultura con 0,4 millones de hectáreas certificadas. Una acuicultura a gran escala se encuentra en Ecuador y Bangladesh dedicada al cultivo de gambas. Además de la superficie ecológica certificada, el FIBL (Instituto de Investigación de la Agricultura Ecológica) suministra de igual modo las cifras de las “tierras salvajes” en las que se recogen plantas salvajes y en las que los apicultores pueden alimentar a sus abejas. Estas tierras representan 31 millones de hectáreas en el mundo entre las cuales un 31% se encuentran en Europa dedicadas a la recogida de bayas salvajes.

En cuanto a cifras del mercado, el crecimiento fue del 15% en comparación con 2006 y un crecimiento de un 203% respecto a 1999.

En el conjunto del sector alimentario, el crecimiento más rápido lo ostentó el segmento de la alimentación ecológica, a nivel mundial, la venta de productos ecológicos se lleva a cabo en un 54% en Europa y un 43% en América del Norte.

El abismo entre países productores y países consumidores se mantiene intacto, ello puede ser debido a dos causas principales: mayor conocimiento y mayor formación a la vez que un mayor poder adquisitivo en los países desarrollados.

Los mayores mercados se sitúan en América, Alemania, Reino Unido, Francia e Italia.

Si se realiza un análisis por continente se constatan las siguientes diferencias: con un crecimiento del 14%, Europa posee en mercado más grande con 25.000 millones de dólares con Alemania, Reino Unido, Francia, Suiza e Italia como principales consumidores. Los supermercados juegan un papel muy importante en la venta de productos ecológicos llegando a suponer hasta un 80% del mercado. Se detecta una tendencia a la baja en los precios y una generalización en la distribución. Ya no prima el comercio especializado, lo ecológico comienza a aparecer en muchos tipos de establecimientos.

En segundo lugar aparece América del Norte con 20.000 millones de dólares con un crecimiento del 15%. Los Estados Unidos a la cabeza donde, al igual que en Europa, los grandes centros comerciales están jugando un papel muy importante. En Asia, el crecimiento osciló entre un 10 y un 12% en 2007 y alcanzó un total de 900 millones de dólares. Los principales mercados se sitúan en Japón y en Corea del Sur, Taiwán, Singapur y Hong Kong. En Asia, los países consumidores producen muy poco. Se constata una mayor conciencia en el consumidor a raíz de los últimos escándalos alimentarios, así se buscan más alimentos puros y sanos, los alimentos ecológicos crecen en importancia en el mercado asiático.

A causa de la grave crisis económica que atraviesa el mundo, se prevé un crecimiento menor del deseado que,

en 2009, rondará el 0,5%. Se espera que el consumidor reticente se decante por consumir más productos ecológicos pese a su precio algo más elevado. Los consumidores convencidos seguirán consumiendo ecológico aunque seguramente buscarán aquellos productos que resulten más baratos y que mayoritariamente ostentan certificaciones privadas. Puede darse el caso que, a causa de la recesión, por primera vez se equilibre la oferta y la demanda. Los precios tenderán a bajar y se desarrollarán filiales alimentarias locales. A nivel mundial, la demanda seguirá concentrada en los países desarrollados.

En cuanto a los productos, el crecimiento será sustentado por un marketing inteligente. Los productos ecológicos ya no se promocionan solamente como tales, se comienzan a resaltar otras cualidades como el comercio justo, la condición ecológica y la producción local y sana.

Fuente

Saber más

Foto portada Treehugger

(fin del artículo)