

Trabajo Fin de Grado Contabilidad y Finanzas



**Autora: López Hernández, Elena
42417203M**

Curso 2013/2014
Convocatoria de junio

ANÁLISIS Y TENDENCIAS DEL MERCADO DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA [ANALYSIS AND TENDENCIES OF ORGANIC FARMING MARKET]

ÍNDICE:

RESUMEN	2
1. ESTADO DEL SECTOR AGRARIO.	
1.1. Introducción	3
1.2. Antecedentes y comparación con la agricultura convencional	5
1.3. Legislación	7
<i>1.3.1.Subvenciones</i>	<i>10</i>
1.4. Control y certificaciones	11
2. ESTUDIO EMPÍRICO.	
2.1. Comercialización	12
2.2. Problemática con la que se encuentra	13
2.3. DAFO	15
2.4. Evolución del sector	16
2.5. Tendencias en el caso de la producción del plátano	16
2.6. Análisis de empresas	18
<i>2.6.1.Muestra de empresas de 2005 a 2007</i>	<i>18</i>
<i>2.6.2.Muestra de empresas de 2008 a 2012</i>	<i>19</i>
<i>2.6.3.Ratios</i>	<i>23</i>
3. POSIBLE ACCIONES DE MARKETING EN CANARIAS	24
4. CONVERSIÓN	27
5. CONCLUSIÓN	28
6. BIBLIOGRAFÍA	29

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es realizar un análisis cuantitativo y cualitativo de una muestra de empresas del sector ecológico, además de un estudio legislativo de todo lo que conlleva el cultivo de la agricultura ecológica y comentar la tendencia de éste, ya que, las investigaciones de los últimos años muestran como este sector cuenta cada vez con más clientela, por lo tanto, también con más tierras cultivadas, diferenciándose claramente lo que es considerado biológico de lo convencional. A pesar de que la propaganda juega un papel importante en los individuos a la hora de consumir, de igual forma se debe tener en cuenta la creciente preocupación de la ciudadanía por llevar un estilo de vida saludable. El trabajo pone en evidencia como la actual situación económica en determinados años se ha dejado notar con más incidencia que otros, pero aun así podemos hablar de un sector con buenos datos económicos hasta el periodo analizado y a pesar de las decadencias que presenta, continua en crecimiento.

Palabras clave: Cultivo, agricultura ecológica, agricultura convencional, empresas, sector.

ABSTRACT

The aim of this work is to perform a quantitative and qualitative analysis of a sample of companies in the organic sector and a legislative study of everything that goes with growing organic farming, and to comment its tendency since studies made in recent years show how this sector every time counts with more costumers and more cultivated land and it clearly differentiates what is considered biological from the conventional. Although propaganda plays an important role in individuals when they consume, in the same way we must take into account the growing concern of citizens to carry a healthy lifestyle. The work shows how the current economic situation in certain years has been noticeable with more influence than others, but still we can speak of a sector with good economic data to the reporting period, in spite of its decadency, it still keeps growing.

Key words: farming, organic farming, conventional farming enterprises sector.

1. ESTADO DEL SECTOR AGRARIO.

1.1. Introducción.

A pesar de la actual recesión económica, hay sectores en Europa que están alcanzando cifras significativas de crecimiento en los últimos años. Un ejemplo es el mercado de alimentación de productos ecológicos, que está evolucionando por encima del mercado alimentario tradicional. Es conveniente precisar que son sinónimos de “agricultura ecológica” los términos “biológica”, “orgánica” o “biodinámica”.

La Agricultura Ecológica es una forma diferente de enfocar la producción agraria, basada en el respeto al entorno y en la obtención de alimentos sanos, de máxima calidad y en cantidad suficiente, para atender a los demandantes, utilizando como modelo a la propia naturaleza, extrayendo de ella toda la información posible, aunada con los actuales conocimientos técnicos y científicos, sin necesidad del uso de productos químicos síntesis ni organismos modificados genéticamente.

Este tipo de agricultura permite obtener alimentos de la máxima calidad, tanto en su presentación y sabor, como en su contenido alimenticio, mediante técnicas y productos que:

- Estén integradas en el agroecosistema, de forma que no produzcan impactos ambientales.
- Potencien la fertilidad natural de los suelos y la capacidad productiva del agrosistema, garantizando la continuidad de la producción agraria en la zona.
- No incorporen a los alimentos sustancias o residuos que resulten perjudiciales para la salud o mermen su capacidad alimenticia.
- Respeten los ciclos naturales de los cultivos y aporten a los animales unas condiciones de vida adecuadas.

La agricultura ecológica es una inversión para el futuro, pues procura un desarrollo sostenible, ya que, se considera que el uso abusivo de los recursos agrícolas y naturales, habitual en los actuales sistemas de agricultura industrializada, lleva al agotamiento del medio, arriesgando nuestras vidas y la de las futuras generaciones. Se degradan los suelos cultivables, haciéndolos improductivos, se contamina el agua con nitratos y venenos, se simplifica la diversidad genética, se pierde la calidad de los alimentos y se consumen grandes cantidades de combustibles fósiles.

Existe a nivel general una preocupación creciente sobre la salud, de ello se han ocupado en gran parte los medios de comunicación, hasta convertirla en ocasiones en una realidad y otras en una moda o una excusa comercial. La moda de los alimentos biológicos ha hecho que muchas marcas comerciales ofrezcan este tipo de productos, cuando realmente no lo son. En España, se ha regulado finalmente el uso del término “bio” en los alimentos para evitar confusiones y fraudes. Sin embargo, su identificación, certificado y etiquetado lleva años regulado para que el consumidor identifique los productos realmente biológicos. Comer sano va más allá de la propia salud, en términos económicos. El sector ecológico en nuestro país es uno de los pocos que, en lugar de estar en crisis, está en pleno auge.

La toma de conciencia social sobre las consecuencias negativas del desarrollo industrial a toda costa, en general, y de la agricultura química en particular, ha hecho plantearse la agricultura ecológica como una necesidad, hablando de sostenibilidad (considera el medio ambiente y la economía).

Este trabajo consistirá en un análisis del mercado de productos ecológicos, centrándonos en especial en la agricultura en Canarias.

En primer lugar haremos una mención sobre lo que se considera ecológico, además de una comparación entre lo convencional y lo orgánico para la cual tuvimos que ir a diferentes establecimientos y hacer observaciones, también consultar material bibliográfico, por otra parte, haremos una mención a la legislación que hay que tener en cuenta para ser productor y comerciante de este tipo de productos, para ello nos pusimos en contacto con peritos expertos en agricultura, al igual que con organismos de agricultura Canarias y la lectura de los diferentes boletines, seguido del estudio empírico de una muestra de empresas que se encuentran en el sector, el cual ocupó gran parte del tiempo dedicado a éste trabajo, pues nos desplazamos a los diferentes establecimientos sumado a la visita a sus asesores, para así posteriormente hacer los correspondientes cálculos y reflexiones tras la experiencia de haber tratado con las diferentes personas que componen el sector, continuando con la realización de una matriz DAFO y finalizando con la proposición de una serie de recomendaciones estratégicas para fomentar la venta en Canarias y una conclusión de todo lo recogido en el proyecto.

La Principal problemática detectada es que en Canarias se cuenta con un mercado interno escaso, a pesar de tener suficiente producción. Entonces a partir de conocer un poco más en profundidad el sector y la manera en la que se comercializa a través de los datos recabados, intentamos dar una serie de recomendaciones para pretender aumentar el consumo sobre todo interno. Ya que, el sector está creciendo en mayor medida gracias a las exportaciones, entonces si se consigue aumentar también el consumo interno los resultados serán doblemente satisfactorios.

Planificación de la investigación:

UNIVERSO	Empresas Canarias
TAMAÑO DE LA MUESTRA	Selección del universo
CENSO MUESTRAL	Datos de las empresas
UNIDAD MUESTRAL	Propietarios de las empresas
MÉTODO	Entrevistas y recolección de datos personalmente o por e-mail.
TRABAJO DE CAMPO	Aproximadamente 4 meses

1.2. Antecedentes y Comparación.

Desde las Grandes Guerras mundiales donde los países asumieron su situación de penuria el principal objetivo ha sido el desarrollo económico sobre todo con la agricultura química (convencional), que es modelo predominante incluso hoy en día.

Se trata de una agricultura mecanizada, con mejoras genéticas, tratamientos fitosanitarios y herbicidas, que busca obtener mayor cantidad de producción y, en menor medida la calidad. Como objetivo casi exclusivo maximizar el beneficio económico, sin considerar al menos no suficientemente, costes diversos como los ambientales y sociales.

En la década de los 70 surge un movimiento ecológico, una corriente contraria al desarrollo indiscriminado, en el terreno de la política agraria, a partir de 1992 se crea una reforma PAC¹. De esta forma, a la hora de evaluar la “eficiencia” o “calidad” no se trataría exclusivamente de valorar un criterio económico financiero, como hasta el momento se venía haciendo, sino que se deduce que esta evaluación debería ser multicriterio, en relación directa con el papel multifuncional de la agricultura.

La producción ecológica nace desde el consumo como alternativa a la producción industrializada de alimentos y persigue una alimentación más natural y la producción de alimentos a partir de técnicas respetuosas con el medioambiente, adquiriendo cada vez mayor importancia y reconocimiento a nivel mundial.

En España se comenzó a introducir la producción ecológica a la vez que el resto de Europa, a partir de este momento se comenzó a crear un control y certificación para esta clase de alimentos, hasta la puesta en marcha del Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica (CRAE), pero no fue hasta finales de los 90 cuando se produce un gran desarrollo en este sector, comenzando en 2001 a crearse la primera asociación de Empresas y Productos Ecológicos de Andalucía, continuando en las diferentes comunidades autónomas los sucesivos años hasta hacer que actualmente existan asociaciones en cada comunidad autónoma.

La principal diferencia entre ambos tipos de agricultura, como se ha dicho radica en la búsqueda de la calidad y la obtención de un determinado margen de maniobra, ya que, hasta hoy la producción convencional ha venido provocando importantes excedentes de productos agroalimentarios, pérdida de fertilidad y erosión del suelo, que lleva a la pérdida de calidad de los productos.

¹ PAC trata de restablecer el equilibrio y la armonía entre la agricultura y el medio ambiente, aunque los mecanismos que emplea para ello no son los más eficientes. No utiliza impuestos ambientales para penalizar las externalidades negativas, al contrario utiliza subvenciones para la corrección de daños ambientales. Si se consiguiera valorar monetariamente todas las externalidades de una actividad económica y se agregaran junto con los flujos económicos generados por la misma, se obtendría el valor económico total (VET).

$VET = \sum \text{valores económicos o de mercado} \pm \sum \text{valores de las externalidades o de no mercado}$

Esto es lo que lleva a hablar de precios superiores en los productos de procedencia ecológica como podemos comprobar a continuación:

	Precios productos ecológicos	Precios productos convencionales
Producto	PVP €/Kg	PVP €/Kg
Zanahoria	1,5	0,73
Calabacín	1,95	0,87
Cebolla	2,3	1,22
kiwi	3,5	1,93
Plátano	1,93	1,38
Col	2,77	1,4
Manzana roja	3,49	2,26
Tomate ensalada	3,03	1,68
Ajo	12	3,98
Naranja	2,5	1,73
Lechuga	3,5	2,48

Tabla 1. Comparación de precios entre productos convencionales y ecológicos²

En el caso de Canarias, en particular no se cuenta con un plan para la gestión de la agricultura ecológica hasta 2010-2011, pues hasta el momento no se había estudiado la demanda, aunque este tipo de agricultura llevaba existiendo desde cuando mismo la agricultura convencional, pero no se había detectado la necesidad de crear con firmeza un encuentro entre demandantes, administradores y agentes del sector, así fortalecer este negocio. Encontrándose el mayor número de productores localizados desde 2001, que fue cuando se empezó a gestionar hasta ahora en las mismas islas; Tenerife, La Palma y Gran Canaria. Llegando a ocupar un 16% de la totalidad de la superficie cultivada en Canarias. Con un total de 5210 hectáreas de viñedo como más destacado según el Registro de Operadores de Producción Ecológica de Canarias (ROPE), seguido por el plátano.

² Elaboración propia, encuesta: Supermercado El Corte Inglés, Hiperdino, Mercadona, Carrefour, Día y Mercado de La Laguna

Los productos más cultivados en este tipo de agricultura, en Canarias son los siguientes en relación a la superficie cultivada:

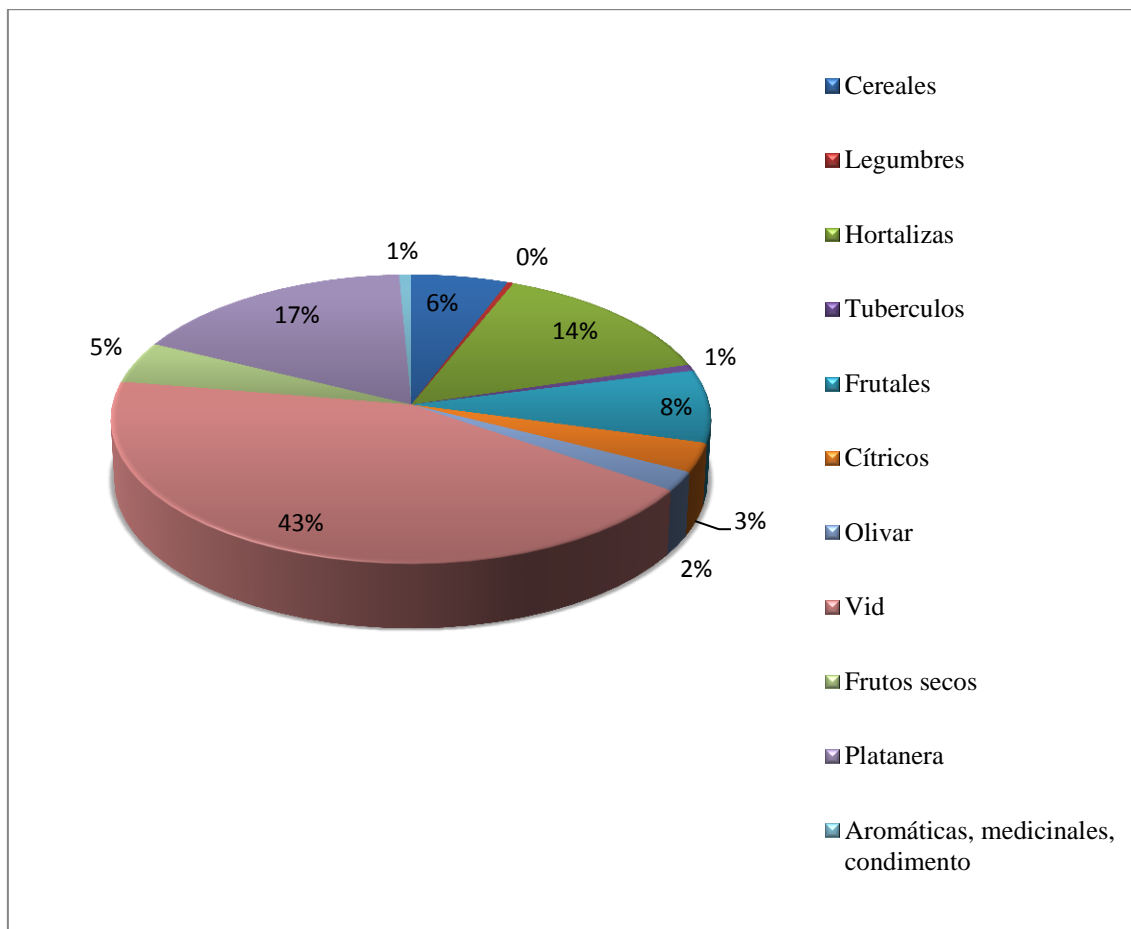


Gráfico 1. Superficie cultivada por tipo de cultivo³

1.3. Legislación.

Como hemos venido viendo según el desarrollo, para poder hablar de la agricultura ecológica, hay una división en varios rangos atendiendo a lo que nos indica la normativa.

Reglamento (CE) n° 834/2007 del Consejo, de 28 de junio de 2007, sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos y por el que se deroga el Reglamento (CEE) n° 2092/91, a nivel europeo.

El presente Reglamento establece un nuevo marco jurídico para los productos ecológicos. Fija los objetivos y principios aplicables a ese tipo de producción y especifica las normas relativas a la producción, etiquetado, control e intercambios con terceros países.

³ *Elaboración propia: informe nacional de agricultura ecológica Gobierno de España*

Su ámbito de aplicación es el siguiente:

- Los productos agrícolas (incluida la acuicultura) no transformados o transformados y destinados a la alimentación humana.
- Los piensos.
- El material de reproducción vegetativa y las semillas para cultivo.
- Las levaduras destinadas al consumo humano o animal.

Este Reglamento fija los objetivos y principios generales que son la base de la agricultura ecológica. Los objetivos son la agricultura sostenible y la calidad de la producción, que debe responder a las necesidades de los consumidores. Los principios generales se refieren, entre otras cosas, a métodos de producción específicos, la utilización de recursos naturales y la estricta limitación del uso de medios de síntesis. Además, los principios específicos aplicables a la agricultura y a la transformación de productos alimenticios y piensos ecológicos.

Producción

Según las normas generales de producción ecológica, los organismos modificados genéticamente (OMG) están prohibidos en todas sus formas. Las normas que regulan el etiquetado de los alimentos permiten a los operadores asegurarse de que respetan esa prohibición. Está prohibido, además, el tratamiento por radiaciones ionizantes.

Los agentes que quieran hacer coexistir ambos tipos de producción agraria (ecológica y no ecológica) deben mantener una separación entre terrenos.

La producción vegetal ecológica debe cumplir ciertas normas sobre:

- los tratamientos del suelo, que deben respetar la vida y la fertilidad natural del suelo.
- la prevención de daños, que debe basarse en métodos naturales pero para lo cual se permite utilizar un número limitado de productos Fito farmacéuticos autorizados por la Comisión.
- las semillas y los materiales de reproducción vegetativa, han de producirse ecológicamente.
- los productos de limpieza, que deben haber sido autorizados por la Comisión.

Los productos vegetales silvestres que se recolectan en algunas zonas se clasifican también como productos ecológicos en la medida en que cumplan una serie de condiciones respecto a su recolección y su zona de procedencia. Las algas marinas pueden considerarse productos ecológicos si su zona de producción y su recolección cumplen una serie de condiciones.

Etiquetado

En el etiquetado, la publicidad o los documentos comerciales pueden figurar los términos «eco» y «bio» para caracterizar a un producto ecológico, sus ingredientes o las materias primas.

El etiquetado de un producto ecológico debe estar fácilmente visible en el envase y contener una referencia al organismo de control que certifica ese producto.

A partir del 1 de julio de 2010, es obligatoria la utilización del logotipo comunitario en los productos alimenticios producidos mediante agricultura ecológica, así como la indicación del lugar de procedencia de las materias primas que componen el producto.

Esta indicación deberá figurar en el mismo campo visual que el logotipo comunitario.

Controles

El cumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento se controla mediante un sistema basado en el Reglamento (CE) nº 882/2004 y en medidas precautorias y de control establecidas por la Comisión. Este sistema garantiza la trazabilidad de los alimentos de acuerdo con el Reglamento (CE) nº 178/2002.

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

Siendo en el caso de Canarias el Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria (ICCA).

TENERIFE:
EDF. TRES DE MAYO, PLANTA 4ª
AVDA. BUENOS AIRES Nº 5. 38320 - La Laguna-
Faxes 922 592 854, 922 592 876 y 922 592 877

GRAN CANARIA:
C/ LEÓN Y CASTILLO Nº 89 - 1º
35004-LAS PALMAS DE GRAN CANARIA - Fax 928 458 397

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

Intercambios comerciales con terceros países

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

Comercialización y seguimiento

Las autoridades de un Estado miembro que no sea el de la autoridad que ha controlado un producto ecológico no pueden en modo alguno obstaculizar la comercialización de ese producto.

La Comisión realiza un seguimiento estadístico basándose en los datos proporcionados por los Estados miembros. El Comité Permanente de Agricultura Ecológica (EN) asiste a la Comisión en la elaboración de políticas relativas a la agricultura ecológica.

Según la legislación vigente, los alimentos ecológicos deben haber sido certificados como tales por cualquiera de las entidades de control y certificación autorizadas a operar en el territorio que se considere. Esto quiere decir, que de cara al consumidor, está prohibido hacer referencia al término producción ecológica, biológica y orgánica, si el proceso de producción no va asociado a un proceso de certificación que lo garantice.

En el mercado existen más normas (públicas y privadas) que introducen el concepto de respeto al medio ambiente, como en la producción integrada o las buenas prácticas agrícolas. La diferencia principal es que la norma de producción ecológica contempla o valora, entre otros aspectos, algunas de las inquietudes mostradas por el consumidor, mientras que la producción integrada tiene su origen en las técnicas de control integrado de las plagas que pretenden una racionalidad en el uso de productos químicos de síntesis.

Orden de 25 de abril de 1996, sobre protección y control de las indicaciones de producción agraria ecológica. (BOC N° 055, de 6.5.1996)

Orden de 30 de noviembre de 1998, por la que se regulan los Registros de operadores y el establecimiento de las normas de producción agraria ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios. (BOC N° 160, de 23.12.1998), a nivel autonómico.

1.3.1. Subvenciones.

Programa comunitario de apoyo a las producciones agrarias de canarias (reglamento (ce) n° 247/2006 del consejo, de 30 de enero).

Subvenciones para 2014 como Resolución de 28 de noviembre de 2013, del Director, por la que se convocan, anticipadamente para el ejercicio 2014, las subvenciones previstas en el marco del Programa de Desarrollo Rural de Canarias FEADER para el periodo de programación 2007-2013, gestionadas por este Instituto, en materia de la calidad de los alimentos.

1.4. Control y Certificación.

Según lo hablado, la agricultura ecológica forma parte de un conjunto de procedimientos relacionados con la calidad, para obtener la certificación que así lo garantice debe pasar por una serie de procedimientos privados o público, en su caso, para obtener la homologación.

En España, el control y la certificación de la producción agraria ecológica es competencia de las Comunidades Autónomas y se lleva a cabo mayoritariamente por autoridades de control públicas, a través de Consejos o Comités de Agricultura Ecológica territoriales que son organismos dependientes de las correspondientes Consejerías o Departamentos de Agricultura, o directamente por Direcciones Generales adscritas a las mismas. Aunque algunas autoridades de control público se lo han autorizado a su vez a organismos públicos, como es el caso de Andalucía y Castilla La Mancha.

Como elemento diferenciador para que el consumidor pueda distinguir en el mercado los productos de la agricultura ecológica, todas las unidades envasadas, además de su propia marca y alguna de las menciones específicas de la agricultura ecológica, llevan impreso el código de la autoridad y organismo de control o un logo específico, con el nombre y el código de la entidad de control. También deberá ir impreso el logo comunitario de la AE, que es obligatorio desde el 1 de julio de 2010, en las condiciones establecidas en la normativa.



Imágenes del logotipo identificativo en la Comunidad Autónoma de Canarias.

Todo ello significa que la finca o industria donde se ha producido o elaborado el producto, está sometida a los controles e inspecciones correspondientes de la Autoridad o del Organismo establecido al efecto en la respectiva Comunidad Autónoma. Constituye, a su vez, la única garantía oficial de que el producto responde a la calidad supuesta por el consumidor y cumple las normas establecidas en el Reglamento (CE) 834/2007 y el Reglamento (CE) 889/2008.

Todos los productos envasados, que hayan sido obtenidos de acuerdo a la normativa de producción agraria ecológica llevan en su etiquetado o publicidad los términos “ecológico”, “biológico” y “orgánico”, o sus diminutivos “eco”, “bio” y “org”, el código numérico de la autoridad u organismo de control que haya controlado la última manipulación antes de su venta al consumidor final (ES-ECO-014-IC en el caso de los controlados por el ICCA), el logotipo de la UE y, si así lo establece la autoridad u organismo de control, el logotipo de dicha autoridad u organismo (como en el caso de los productos controlados por el ICCA). Según la procedencia de las materias primas con que

se elaboró, llevará las indicaciones “Agricultura UE” (de la unión Europea), “Agricultura no UE” (de países terceros) o “Agricultura UE/no UE” (de ambas procedencias); “UE” y “no UE” podrán ser sustituidas por el nombre del país correspondiente si todas las materias primas proceden de ahí.

También corresponde al ICCA la gestión del Registro de Operadores de Producción Ecológica de Canarias (ROPE), en el que deben solicitar su inscripción aquellos operadores, personas físicas o jurídicas, que vayan a producir, elaborar, importar o exportar para comercializar, alimentos de origen agrario, haciendo uso de las indicaciones protegidas.

2. ESTUDIO EMPÍRICO.

2.1. Comercialización.

A la hora de comercializar este tipo de productos “bio”, se diferencian del resto, pues deberá llevarse a cabo en una unidad cuyos locales de producción, parcelas y, en este caso que estamos tratando, locales para almacenamiento y venta, deben estar claramente separados de cualquier otra unidad que no se produzca en conformidad con las normas contempladas en el Reglamento estudiado. La mínima separación que se exige, no solo es para los locales también para regadíos, almacenes de fitosanitarios, fertilizantes y cosechas, evidentemente tampoco se puede compartir.

Agricultores: se entiende como tal a aquél operador de producción primaria, cuya actividad consiste en la producción vegetal, sin incluir la distribución, transformación o comercialización de los productos obtenidos.

Colaboradores: operador cuya actividad consiste en la transformación de productos agrarios, entendiéndose como transformación cualquier operación para la conservación o la transformación de productos ecológicos, así como el envasado, el etiquetado o las alteraciones del etiquetado (por ejemplo, el re-etiquetado de productos) relativas al método de producción ecológico.

Comercializadores: operador cuya actividad consiste en la venta de productos ecológicos al consumidor final, siempre y cuando estos productos se encuentren envasados y etiquetados.

Muchos agricultores se quejan del problema que surge cuando se llega a la comercialización de la producción, como se depende bastante de la estacionalidad no se tendrán todos los productos durante todas épocas del año, frente a los productos convencionales que si lo están en su mayoría los cuales pueden tener un lugar fijo en el local de venta, como estas producciones no son grandes explotaciones cuentan con menos locales o más pequeños, entonces los comerciales deben desplazarse hasta lugares más lejos, por ello que existan más formas de asociacionismo, para así llegar a ser más competitivos.

Debido a que hasta el momento el mercado se encuentra desarrollándose, la mayoría tanto de productores como comercializadores optan por tratar con ambos productos de forma paralela que se permite en caso de cultivos perennes.

La contabilidad que lleve la industria debe:

- permitir localizar al suministrador de los productos

- permitir determinar la naturaleza, cantidades, y utilización que se haya hecho, de las materias primas agrarias destinadas a la elaboración de productos objeto de certificación por esta autoridad de control, que hayan sido entregados a la industria

- permitir localizar a los destinatarios, y si fueran diferentes a los compradores, de cualquiera de los productos objeto de certificación por esta autoridad de control que hayan salido de la industria

- Los datos estarán documentados, para las entradas, con los documentos de circulación emitidos por los suministradores y con la declaración trimestral, y para las salidas, con los documentos de circulación

- demostrar el equilibrio entre las entradas y las salidas.

2.2. Problemática con la que se encuentra.

Tras haber tratado con diferentes personas que se encuentran inmersas en este sector, ya sea, desde el ámbito de la producción, de la comercialización o simples colaboradores, podemos hacer una breve síntesis de los principales problemas con los que se cuenta.

- El producto es percibido como alimento de lujo y se considera caro, haciendo que haya escaso consumo interno.

- Depende de factores no controlables como los atmosféricos, mayores plagas y enfermedades, al no poder utilizar gran cantidad de productos para combatirlos ya que son creados por la industria química, como es el caso de la agricultura convencional. Los modelos predominantes de agricultura ecológica poco alternativos en cuanto al manejo del agro ecosistema, imponiéndose modelos de sustitución de insumos que no terminan de eliminar las enfermedades eco sistémicas.

- Surge como solución a los problemas que plantea la agricultura convencional, por lo que se espera más de ésta.

- Se exige un alimento perfecto pero mínimamente tratado.

- Hay un porcentaje reducido de agricultores ecológicos del total de la actividad agraria, que origina una situación de desventaja.

- Localización de la agricultura ecológica en zonas desfavorecidas o de baja productividad.

- Falta de información y formación del agricultor para afrontar la reconversión ecológica de su plantación incluso algunas producciones cuentan con numerosos limitantes o pocos incentivos para su reconversión, dificultando el abastecimiento íntegro de alimentos al consumidor

- Carestía de materias para el desarrollo de la agricultura ecológicas: escasez de materia orgánica en algunas regiones, dificultad para acceder a material vegetal reproductivo, etc.

- Escasa estructuración del sector, que lleva a falta de políticas comerciales adecuadas.

- Asociacionismo escaso en el mismo.
- Mercado opaco por falta de datos oficiales de precios y producciones
- Algunas producciones tienen condicionada su rentabilidad a la concesión de subvenciones por parte de la Administración. Dependencia de la voluntad de las Consejerías de Agricultura autonómicas para la concesión de ayudas.
- Falta de regulación de la certificación de productos agroalimentarios que posibilita la competencia desleal de productos no ecológicos en el mercado.
- Pérdida de control por parte del agricultor sobre el material vegetal que emplea y que le exige el mercado, también existen largos canales de distribución que alejan al productor del consumidor.
- Presencia de explotaciones de cultivos transgénicos que contaminan el medioambiente y pueden contaminar explotaciones ecológicas.

Algunos de estos problemas se han ido mejorando a lo largo de los años, una vez el mercado y las instituciones se han ido especializando, los agricultores que se van integrando cada vez están más preparados pues necesitan conocer técnicas específicas para llegar a contar con una producción fructífera, por tanto pasa a ya no ser solo cosa de zonas aisladas, llegando cada vez a haber más asociacionismo⁴ que crea sobre todo puntos de encuentro entre puntos de venta y agricultores para así evitar las prácticas abusivas por parte de los vendedores, la población cada vez exige mayor oferta por mayor conocimiento de los productos.

⁴ *Tenerife agricultura ecológica en Tenerife, Canarias tierra fértil, Tierra y vida, Vida sana, entre otras en Canarias.*

2.3. DAFO.

	DEBILIDADES	FORTALEZAS
AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta y demanda escasa y aislada, dificulta un ritmo regular. • Percepción de precio caro e identidad difusa del producto frente a otros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dependencia de ayudas estatales. • Escaso desarrollo en los sectores complementarios del mercado.
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa penetración del producto en el mercado convencional. • Mercado en consonancia con las principales tendencias del consumo actual. 	<ul style="list-style-type: none"> • España es uno de los países que lidera las exportaciones de productos ecológicos. • Sector de mercado en crecimiento continuo. • Buena calidad del producto contrastada, tanto en el mercado interno como externo.

Tabla 2. DAFO de la situación del mercado ecológico.

2.4. Evolución del sector.

La manera más clara de ver cómo ha evolucionado este tipo de producción es con la representación mediante un gráfico que como se puede observar ha sido muy destacado el aumento de la superficie cultivada en hectáreas del primer año que tomamos como referencia hasta el último.

No solo se puede hablar de superficie cultivada, ya que junto a esta también se han incrementado las ventas, a pesar del poco desarrollo del mercado en este ámbito.

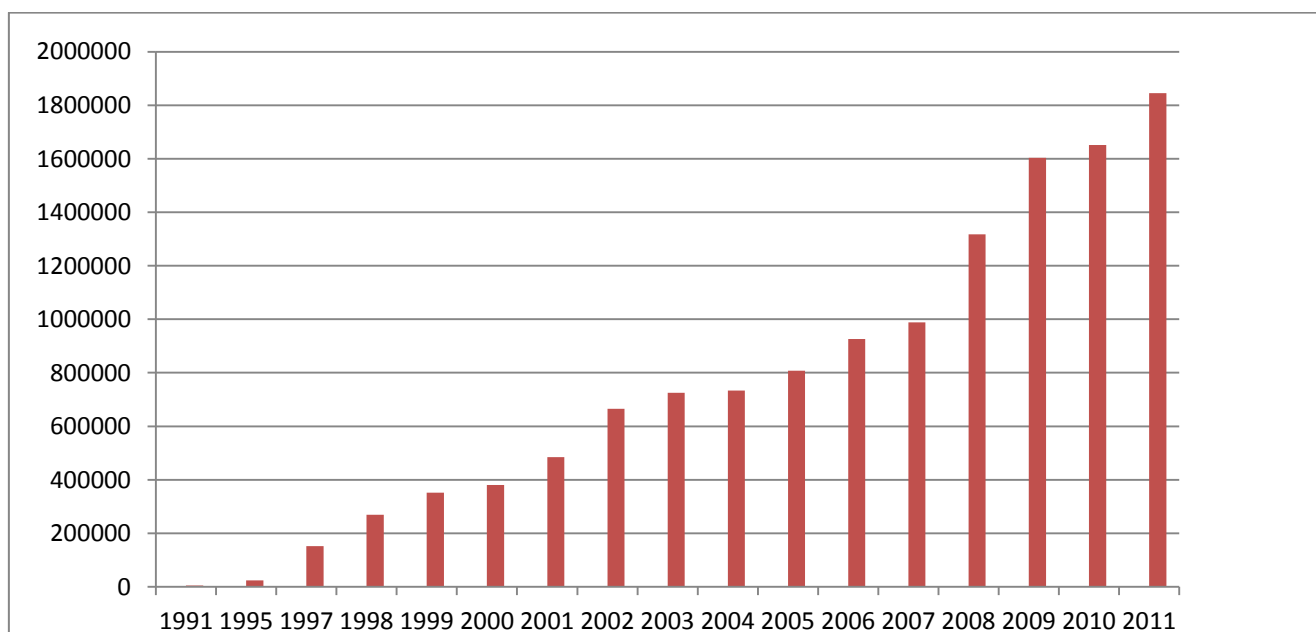


Gráfico 2 Evolución de la producción ecológica en España desde 1991 a 2011.⁵

El mercado ecológico español podría multiplicarse en los últimos años como ha venido haciendo hasta ahora, pero para ello los canales de distribución deben modernizarse como son los establecimientos virtuales, logística integral o comercio electrónico, fijándonos en los de los países del Norte de Europa, ya que son los líderes en este tipo de productos, pues España cuenta con la producción adecuada que nos coloca como punteros en la producción, según comenta Olatz Ruiz en un artículo en el periódico el mundo publicado (03/02/13). Pero no en consumo interno, pues la mayoría de esta producción es exportada.

2.5. Tendencias en el caso de la producción del plátano ecológico.

Una vez realizado el trabajo de campo en el que nos pusimos en contacto con diferentes sociedades que tratan con plátanos ecológicos, ya que, nos pareció interesante, pues es uno de los productos de mayor importancia en Canarias, podemos sacar una serie de conclusiones, que también algunas de ellas podrían hacerse extensibles a los demás productos:

⁵ Elaboración propia: informe nacional de agricultura ecológica Gobierno de España

1. Al haber más gama de productos ecológicos con los que fertilizar y controlar las plagas el número de agricultores ha aumentado.
2. Antiguamente entraba en la agricultura ecológica personas alternativas. Actualmente son más los que se acercan por el atractivo y salidas comerciales. Mucha gente joven no quiere seguir haciendo una agricultura convencional y se plantea la agricultura ecológica como un reto y una alternativa tanto comercial como personal.
3. Las producciones en el cultivo bio de plátano se ha visto que tienden a bajar en algunos casos por; pérdidas por plagas, menos peso medio en los racimos, cierto retraso en las plantas, pero esto es debido a la ausencia de materiales químicos.
4. Hay que ser mejor agricultor, más trabajador, con más conocimiento de las técnicas si quieres sacar satisfactoriamente el cultivo ecológico de forma comercial frente a la agricultura convencional.

Diferente es para aquellas personas que tiene una parcela de cultivo y se conforman con lo que el medio ponga en sus manos, en estos casos se termina abandonando la finca, por lo menos con el fin comercial, por falta de rentabilidad. Eso es debido a que se necesitan ciertos Kg/ha y cierta calidad para cubrir costes y tener ingresos.

5. El Precio para el agricultor de la producción ecológica es mejor que para el de la convencional, ya que mientras unos se mantienen fijos entorno a una cifra de 80 céntimos/Kg, los otros oscilan más dependiendo de múltiples factores a lo largo del año en torno a 30 – 50 céntimos/Kg .

€/Kg	Ecológica	Ex. Natur. V.	Pr. Blanca	Pr. Azul	Pr. Verde
Precio medio anual	0,87	0,69	0,59	0,39	0,24
Máximo	1,11	1,2	1,08	0,83	0,67
Mínimo	0,66	0,39	0,31	0,11	0,01

Tabla 3. Precios medios de las diferentes categorías de plátanos en 2013.⁶

6. Finalmente la diferencia entre una producción y otra no son tan grandes en cuanto a términos económicos se refiere, las mermas que se generan con la fruta ecológica son superiores que la convencional, por lo que aunque siempre se paga mejor, las diferencias finales no son tan grandes.

⁶ Elaboración propia: a partir de los datos recopilados de las cooperativas de plátanos, Volcán de San Juan y S.A.T. Europlatano

2.6. Análisis de empresas.

Los datos presentados a continuación son la media de una muestra de empresas que comercializan los productos de agricultura ecológica (toda clase de frutas, hortalizas y verduras que se produzcan en cada temporada) en Canarias, pues trabajar con el total de empresas nos resultaría imposible, no mostrándose diferencias significativas entre los establecimientos ubicados en las diferentes islas, durante un periodo temporal que abarca desde 2005 a 2012 dividiéndolo en dos apartados, ya que consideramos que era importante analizar con anterioridad a la recesión económica hasta los datos más actuales que se pueden obtener, para así poder comentar la evolución, y además tuvimos que hacer coincidir las diferentes empresas, pues contábamos con los datos de algunas desde 2005 hasta 2012 y otras desde 2008 hasta 2012, por ello hicimos una agrupación desde 2005 hasta 2007 con solo dos de las empresas y otra agrupación desde 2008 hasta 2012 con cinco empresas, siendo esta con la más que trabajamos porque es una muestra mayor y así tener menor margen de error. Estas empresas seleccionadas cuentan con una media de tres trabajadores siendo de reducida dimensión.

Una vez obtuvimos los datos de las cuentas anuales y tras haber hecho las medias correspondientes, seleccionamos una serie de apartados significativos que serán con los que realizaremos los cálculos.

Hemos realizado un análisis concluyendo con una serie de ratios que nos indican la evolución y tendencias del sector año tras año.

2.6.1. Muestra de empresas de 2005 a 2007.

	2007	2006	2005
ACTIVO			
A) ACTIVO NO CORRIENTE	41.157,00 €	23.267,00 €	11.074,00 €
INMOVILIZADO	41.157,00 €	23.267,00 €	11.074,00 €
B) ACTIVO CORRIENTE	45.214,00 €	28.309,00 €	28.956,00 €
EXISTENCIAS	16.401,00 €	10.765,00 €	5.151,00 €
DEUDORES COMERCIALES	25.727,00 €	16.854,00 €	23.396,00 €
EFFECTIVO Y OTROS ACTIVOS LÍQUIDOS	3.086,00 €	690,00 €	409,00 €
TOTAL ACTIVO	86.371,00 €	51.576,00 €	40.030,00 €
PATRIMONIO NETO Y PASIVO			
A) PATRIMONIO NETO	11.187,00 €	2.029,00 €	2.091,00 €
FONDOS PROPIOS	6.190,00 €	1.193,00 €	357,00 €
CAPITAL	3.006,00 €	3.006,00 €	3.006,00 €
RESERVAS	3.184,00 €	- 1.813,00 €	- 2.649,00 €
RESULTADO DEL EJERCICIO	4.997,00 €	836,00 €	1.734,00 €
B) PASIVO NO CORRIENTE	19.827,00 €	8.795,00 €	7.745,00 €
DEUDAS A L/P	19.827,00 €	8.795,00 €	7.745,00 €
C) PASIVO CORRIENTE	55.357,00 €	40.752,00 €	30.194,00 €
DEUDAS A C/P	55.357,00 €	40.752,00 €	30.194,00 €
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	86.371,00 €	51.576,00 €	40.030,00 €

Balance media del sector (2005-2007)

	2007	2006	2005
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS	236.315,00 €	162.139,00 €	180.541,00 €
APROVISIONAMIENTO	- 203.500,00 €	- 147.213,83 €	- 158.421,20 €
GASTO PERSONAL	- 10.907,00 €	- 9.856,14 €	9.857,22 €
OTROS GASTOS DE EXPLOTACION	- 9.054,17 €		- 4.882,57 €
AMORTIZACION	- 9.009,83 €	- 3.053,03 €	3.000,01 €
RESULTADO DE EXPLOTACION	3.844,00 €	2.016,00 €	4.380,00 €
INGRESOS FINANCIEROS	2,00 €	2,00 €	11,00 €
GASTOS FINANCIEROS	- 1.409,00 €	- 1.182,00 €	- 1.913,00 €
RESULTADO FINANCIERO	- 1.407,00 €	- 1.179,00 €	- 1.902,00 €
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	2.437,00 €	836,00 €	2.478,00 €
IMPUESTO SOBRE BENEFICIOS	- 2.560,00 €	- €	743,00 €
RESULTADO DEL EJERCICIO	4.997,00 €	836,00 €	1.734,00 €

Pérdidas y Ganancias media del sector (2005-2007)

Esta primera agrupación, aunque no es la muestra completa, la utilizaremos para comparar periodos, los resultados de las empresas antes y durante los años de recesión. En primer lugar, teniendo en cuenta el balance destacamos como las empresas se encuentran en expansión aumentando cada año su inmovilizado, en cuanto a los deudores vemos como descienden en 2006 aumentando el año siguiente significativamente, las políticas de cobro a clientes varían de un año a otro, estando en positivo los activos líquidos a lo largo de estos tres años. Deteniéndonos en otro bloque se ve como las reservas pasan de ser negativas dos años a ser positivas en 2007 aumentando considerablemente, de igual forma el resultado este año se vio aumentado de manera sorprendente, pero también se aprecia como las empresas se endeudan cada año más tanto a largo como a corto plazo, esto es positivo mientras las entidades den créditos, estas proporcionaban fondos para poder crecer, pero una vez se restringieron las empresas debían buscar otra forma de financiación.

Por otro lado en cuanto a la cuenta de resultados los ingresos de explotación están al alza el último año de este periodo, lo que permite el incremento del resultado. Como vemos también aumenta los gastos financieros reflejo de ese aumento de financiación externa.

Después de haber hecho las medias pudimos hacer las variaciones interanuales de las grandes masas patrimoniales, se puede extraer que, el activo no corriente cuando más aumentó fue en 2006 (110%), sin embargo ese mismo año disminuye el activo corriente (-2%) aumentando al año siguiente. En 2007 aumentaron los fondos propios con diferencia de los años anteriores, además del aumento del resultado las reservas pasaron a ser positivas, ya que se pudieron compensar las negativas anteriores. El pasivo no corriente aumentó en 2007 (125%) consecuencia del incremento financiación para poder crecer.

En cuanto al resultado vemos como 2006 disminuyó con respecto al año anterior (-202%) aunque no llegó a ser negativo, aumentando en 2007 siendo el mejor año de este periodo.

2.6.2. *Muestra de empresas de 2008 hasta 2012.*

	2012	2011	2010	2009	2008
ACTIVO					
A) ACTIVO NO CORRIENTE	51.250,81 €	40.371,11 €	36.779,32 €	43.919,64 €	47.554,56 €
INMOVILIZADO	22.649,80 €	28.062,83 €	34.207,03 €	40.188,17 €	44.113,86 €
INVERSIONES FINANCIERAS L/P	28.601,01 €	10.601,01 €	601,01 €	601,01 €	601,01 €
ACTIVOS POR IMPUESTO DIFERIDO		1.707,27 €	1.971,28 €	3.130,46 €	2.839,69 €
B) ACTIVO CORRIENTE	58.924,30 €	95.923,92 €	121.313,27 €	72.461,70 €	64.084,50 €
EXISTENCIAS	45.654,00 €	58.159,54 €	42.615,29 €	75.360,00 €	53.505,50 €
DEUDORES COMERCIALES	9,53 €	223,17 €	214,20 €	13,43 €	0,59 €
EFFECTIVO Y OTROS ACTIVOS LÍQUIDOS	13.260,77 €	37.541,21 €	78.483,78 €	- 2.911,73 €	10.578,41 €
TOTAL ACTIVO	110.175,11 €	136.295,03 €	158.092,59 €	116.381,34 €	111.639,06 €
PATRIMONIO NETO Y PASIVO					
A) PATRIMONIO NETO	6.189,53 €	- 2.300,93 €	- 3.092,96 €	- 14.114,14 €	- 13.241,80 €
FONDOS PROPIOS	6.189,53 €	- 2.300,93 €	- 3.092,96 €	- 14.114,14 €	- 13.241,80 €
CAPITAL	3.009,00 €	3.009,00 €	3.009,00 €	3.009,00 €	3.009,00 €
RESERVAS	- 188,08 €	- 188,08 €	- 188,08 €	- 188,08 €	- 188,08 €
RESULTADO EJERCICIOS ANTERIORES	- 5.121,85 €	- 5.913,88 €	- 16.935,06 €	- 16.062,72 €	- 8.893,66 €
RESULTADO DEL EJERCICIO	8.490,46 €	792,03 €	11.021,18 €	- 872,34 €	- 7.169,06 €
B) PASIVO NO CORRIENTE	23.374,95 €	36.957,39 €	40.496,33 €	43.733,38 €	46.985,76 €
DEUDAS A L/P	23.374,95 €	36.957,39 €	40.496,33 €	43.733,38 €	46.985,76 €
C) PASIVO CORRIENTE	80.610,63 €	101.638,57 €	120.689,22 €	86.762,10 €	77.895,10 €
DEUDAS A C/P	46.369,96 €		13.542,54 €	15.811,29 €	16.312,60 €
ACREEDORES COMERCIALES Y OTRAS CTAS A PAGAR	34.240,67 €	101.638,57 €	107.146,68 €	70.950,81 €	61.582,50 €
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	110.175,11 €	136.295,03 €	158.092,59 €	116.381,34 €	111.639,06 €

Balance media del sector (2008-2012)

	2012	2011	2010	2009	2008
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS	329.348,43 €	332.311,53 €	358.155,74 €	262,751,64€	176.316,48 €
APROVISIONAMIENTO	- 253.421,33 €	- 273.206,12 €	- 296.239,72 €	- 219.495,25 €	- 148.316,08 €
GASTO PERSONAL	- 33.613,77 €	- 29.242,64 €	- 19.080,19 €	- 13.836,70 €	- 4.588,22 €
OTROS GASTOS DE EXPLOTACION	- 22.215,57 €	20.819,27 €	21.946,79 €	- 21.993,86 €	25.226,48 €
AMORTIZACION	- 6.108,03 €	- 6.144,20 €	- 5.981,14 €	- 5.981,14 €	4.925,16 €
OTROS RESULTADOS				- 151,00 €	
RESULTADO DE EXPLOTACION	13.989,73 €	2.899,30 €	14.907,90 €	1.293,69 €	- 6.739,46 €
INGRESOS FINANCIEROS	14,27 €	2,14 €			94,06 €
GASTOS FINANCIEROS	- 2.076,15 €	- 1.845,40 €	- 2.727,54 €	- 2.456,80 €	- 2.913,35 €
RESULTADO FINANCIERO	- 2.061,88 €	- 1.843,26 €	- 2.727,54 €	- 2.456,80 €	- 2.819,29 €
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	11.927,85 €	1.056,04 €	12.180,36 €	- 1.163,11 €	- 9.558,75 €
IMPUESTO SOBRE BENEFICIOS	- 3.437,39 €	- 264,01 €	- 1.159,18 €	290,77 €	2.389,69 €
RESULTADO DEL EJERCICIO	8.490,46 €	792,03 €	11.021,18 €	- 872,34 €	- 7.169,06 €

Pérdidas y Ganancias media del sector (2008-2012)

En esta segunda agrupación, comenzamos con el análisis del balance fijándonos en la evolución anual, se puede destacar como; en el activo a grandes rasgos los valores son significativamente muy bajo, por ejemplo en el apartado de deudores en todos los años, dado que las ventas se cobran en el instante en que se realizan esto permitiría contar con gran cantidad de activos líquidos, pero sin embargo se observa como los activos líquidos en el año 2009 llegaron incluso a ser negativos entonces este año tuvieron poco margen para maniobrar, sería por hacer frente a los resultados negativos, siendo sorprendentemente al año siguiente este el valor el más elevado en ese apartado, estará relacionado al fijarnos en el patrimonio neto y pasivo la coincidencia con el aumento de los pasivos a corto plazo el mismo año. Por otra parte del patrimonio neto se aprecia como 2008 y 2009 el resultado obtenido en el ejercicio fue negativo, a partir de aquí comenzó a ser positivo siendo el valor más elevado 2010 disminuyendo en 2011.

Una vez calculadas de las variaciones interanuales de las grandes masas patrimoniales se puede comentar que, el activo no corriente cuando más aumentó fue en 2012 (27%) una parte se debe a que las tiendas se están ampliando tras el periodo de inestabilidad, disminuyendo ese mismo año el activo corriente, siendo en 2010 cuando más aumentó, este año fue cuando tuvieron mayores ventas. En 2012 también disminuyeron los fondos propios con gran diferencia en comparación con lo anterior, al contrario del resultado del ejercicio que aunque no fue el año más alto, si el que más aumento con referencia al anterior (972%), estando el mayor descenso localizado en 2010 que se recuperaba de las grandes pérdidas del año anterior, debido a la fuerte presencia de la crisis económica.

El pasivo no corriente disminuye notablemente en 2012 señal de la recuperación después de un periodo no muy bueno y en cuanto al pasivo corriente lo más que destaca es el aumento en 2010 (39%) aumentando como consecuencia el gasto financiero. el escaso interés que había por parte de la administración pública, se veía reflejado en la escasez de puntos de venta directa imposibilitando poner precios competitivos frente a la agricultura convencional. Haciendo esto que las empresas tuviesen que asistir a la financiación externa, por tanto endeudarse cada año colocándolo como un punto claro que destaca en la variación interanual, pues los fondos propios disminuyen.

Ahora bien se puede decir como el efecto de la crisis tubo influencia en las empresas de comercialización de los productos de agricultura ecológica, ya que como veíamos estaban en expansión cada año las empresas hasta el 2008 que hubo un ligero descenso comenzando a recuperarse nuevamente en 2011, pero a pesar de esto el sector siempre ha estado en auge teniendo en cuenta datos de otra clase de empresas. Otro factor a destacar es como entre un periodo y otro se ve claramente el cambio de políticas con la clientela pasando de tener grandes cifras en deudores y escasez en los activos líquidos en el periodo de 2005 a 2007 a tener pocos clientes por cobrar y mayores activos líquidos en el siguiente periodo, mejorando la liquidez, contando cada año con mayores ventas.

El balance en general se pasa de una situación inestable a contar en el año 2012 con estabilidad financiera donde el pasivo corriente financia más que al activo corriente.

2.6.3. Ratios.

Así pues, nos hemos centrado en la evolución de los ingresos de explotación, el resultado antes de impuestos porque después de impuestos será diferente en el caso de que haya empresas que apliquen tipos de gravámenes especiales, total activo y fondos propios. De los cuales calcularemos y comentaremos los ratios.

Ahora bien los ratios seleccionadas han sido:

$$\text{Rentabilidad Económica} = \frac{\text{Rdo antes de impuestos}}{\text{Activo Total}}$$

En primer lugar la Rentabilidad Económica (ROI), pues se sabrá la eficiencia del activo independientemente de cómo se haya financiado, es decir el simple hecho de la actividad a la que está dedicada la empresa.

$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\text{Rdo antes de impuestos}}{\text{Fondos Propios}}$$

En segundo lugar la Rentabilidad Financiera (ROE), permite saber la rentabilidad que obtendrán quienes han invertido en esa empresa.

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

Por último Endeudamiento, indica el grado de apalancamiento, por medio de capitales ajenos, con el que se encuentra la empresa y dependiendo de este sabremos cuanto de dependiente de estos es.

	2012	2011	2010	2009	2008
ROE	11%	1%	8%	-1%	-9%
ROI	193%	-46%	-394%	8%	72%
END	94%	102%	102%	112%	112%

Tabla 4. Ratios de las empresas del sector (2008-2012)

En los ratios apreciamos como lo comentado en las variaciones se pone de manifiesto, empezando por la rentabilidad económica, se ve como en 2012 fue el año en

el que estas empresas tuvieron más rotación de activos y por lo tanto pudieron financiarse o seguir adelante con su propia actividad, que venía aumentando cada año desde 2008 a pesar del descenso que hubo en 2011, llegando en algunas empresas a tener pérdida, siendo esto el detonante para que tuviesen que pedir mayor capital externo que lleva a las empresas a mayor dependencia, en el caso de no estar en crisis el apalancamiento sería positivo para seguir creciendo, pero en este caso resulta negativo porque es para sobrevivir, por ello todas las empresas intentan evitarlo hoy en día y como muestra este ratio de endeudamiento las empresas del sector ecológico venían disminuyéndolo hasta llegado el año 2012.

Finalmente como consecuencia de estos la rentabilidad del accionista se ve mermada, pues si la empresa solicita préstamos exteriores y su resultado decrece no obtendrán gran rentabilidad.

3. POSIBLES OPCIONES DE MARKETING EN CANARIAS.

Después de indagar y analizar el mercado de los productos ecológicos nos hemos encontrado con que cuenta con una serie de carencias en la sección de marketing siendo según nuestra observación esto lo que hace que el consumo interno sea más bajo, sobre todo al comparar Canarias con el resto de España o Europa. Para hacer el sector más atractivo y que con ello más personas lo conozcan sería conveniente introducir una serie de actualizaciones para que se haga presente también en este sector la evolución del mercado. Pues en lo mencionado hasta el momento, vemos como en tema de resultados son empresas que van avanzando, lo único que les faltaría incluir es este aspecto para que el ciclo de evolución sea más rápido y con mayores resultados.

Para poder hablar de acciones de marketing primero debe plantearse una *estrategia*, a partir de la situación del mercado y del cliente al que se pretende acceder (tendencias y necesidades), cual es el estado de la competencia y de los productos sustitutivos, que en este caso son los que más afectan. Y establecer unos objetivos, plazos de actuación.



Imagen de los pasos a seguir en las estrategias

En el caso de Canarias como no hay gran superficie de tiendas, creemos que no sería recomendable que cada empresa tenga su propio plan debido a que generaría mayores costes para las empresas, sino que se cree uno como actuación general y a partir de aquí cada empresa lo adapte de la manera que crea más conveniente.

Los elementos clave que se tienen que redefinirse son:

Producto→ El producto ecológico es percibido de manera diferente al convencional, ya no solo en el sentido de que es más saludable, sino que la sociedad piensa que solo lo van a consumir aquellas personas que son más selectas con la comida.

Debemos hacer ver a la gente lo beneficioso que son esta clase de alimentos y que no sean percibidos como un lujo, sino que pasen a ser parte de su dieta habitual, llegando a ser sustitutos de la agricultura convencional, por todo lo positivo que genera.

Para llegar a ello se debe tener en cuenta que el producto es una serie de atributos (calidad, precio, envase, diseño, marca...), por tanto estos deben estar en consonancia con lo que se pretende transmitir.

Precio→ De igual forma el precio influye en una estrategia de marketing a una empresa, es lógico que el precio y el producto estén relacionados, en el caso de los productos de producciones ecológicas el precio suele ser más elevado comparando con el producto convencional y este es uno de los principales rechazos para los consumidores (véase en la tabla 1).

Debe meditararse la idea poner precios ajustados, así se atraerían más clientes, pero este es un tema que es un poco complicado de establecer, debido a que hay empresas que no estarían dispuestas a bajarlos, pero sin embargo si se bajan los precios y se consigue afianzar a más clientela también esto se verá traducido en el aumento de beneficios. Así que el beneficio por producto sería inferior pero el total seguiría siendo aproximadamente superior.

Aunar los precios entre establecimientos de acuerdo a la calidad percibida, pensamos que sería más conveniente, que la bajada de los mismos.

Distribución→ Es la manera de hacer llegar el producto al consumidor final, se intenta que sea en el menor tiempo posible, de manera más eficaz y abarcar a la mayor parte de la demanda, en este caso que estamos tratando, para hacer accesible el producto a la mayoría de la población debe estar presente en diferentes establecimientos y no se encuentra así, además de otro tipo de distribución que sería innovadora como la venta online de estos productos.

Pues en Canarias la mayoría de locales que venden este tipo de alimentos es en establecimientos especializados y en mercados tradicionales, estando casi ausentes en las grandes superficies y supermercados, colocando así el producto en una situación de desventaja.

Presentación→ Como se comenta en los estudios de marketing “*lo que no se ve, no existe*” el producto se debe presentar visible tanto en formato como en la ubicación, pues todo esto será decisivo en el proceso de compra del consumidor.



Imagen proceso de compra de un consumidor

Que personas nos asesoren y sepan de lo que vamos a comprar y las propiedades que nos aporta, origen, principios y métodos de producción ecológica, es un punto a favor que lleva a los consumidor a la adquisición del producto.

A nuestro modo de verlo aportaríamos como experiencia personal en este apartado, además de lo anterior, que no se puede presentar algo como diferente si a simple vista lo mostramos igual, por ejemplo ofrecer los productos agrícolas biológicos ya pesados en las mismas bandejas con el mismo papel que los convencionales, resulta confuso a los compradores, ya que no todos se irán fijando en el etiquetado, luego entendemos que es conveniente que se coloque aleatoriamente con el resto de productos y no en masa todo lo ecológico, pues así, incluso quien no tenga como hábito consumir ecológico lo hará, porque producción suficiente si existe para que crezca más la demanda. Respecto a los precios es que la agricultura convencional produce grandes masas y quizás esto es lo que hace que puedan bajar mucho los precios, pero siguiendo el principio de la agricultura ecológica que produce lo necesario esto no se puede dar, así que se debe tener claro que ambos precios no llegarán a ser similares a no ser que los convencionales se ajusten en función de lo ecológico, pero como hemos dicho anteriormente lo primero que hay que cambiar es la mentalidad de los consumidores.

4. CONVERSIÓN.

Para el paso de un tipo de agricultura a otra, deberán haberse aplicado unos parámetros específicos en un periodo de tiempo en las parcelas que se pretenden reconvertir hacia la ecología son los siguientes; durante un período de al menos dos años, o en el caso de los cultivos perennes, de al menos tres años antes de la primera cosecha con derecho a ser comercializada con la indicación "agricultura ecológica". El plazo se cuenta a partir de la fecha comprobada de último tratamiento o abonado con productos no autorizados, o si no hay constancia, a partir de la fecha de la solicitud de inscripción. Si hay pruebas o garantías suficientes de que en un periodo de tres años antes de la solicitud la finca estuvo libre de tratamientos o abonados no autorizados, el plazo puede reducirse.

El primer año, conocido como "Año cero", el producto del cultivo de la parcela se ha comercializar como si fuera convencional. Durante el segundo año (o segundo y tercer año en el caso de cultivos perennes) se permite la indicación "reconversión a la agricultura ecológica", hasta el siguiente año que ya se comercializa como ecológico.

Para finalizar decir que la mayoría de agricultores que empiezan a producir en esta modalidad no empiezan desde cero sino que optan por esta opción, la reconversión de sus tierras en las que cultivaban de manera convencional a la ecológica.

Contando con un caso real de una Cooperativa de plátanos en Canarias podemos comprobar como cada año las fincas en reconversión son más abundantes, para finalmente poder tratar su producto como ecológico:

Al analizar los datos de la Cooperativa, en cuanto al tema de la producción ecológica, se puede ver que cada año se ha ido aumentando llegando a tener en 2013, 19 fincas inscritas como ecológicas al finalizar el año, siendo este último año el de mayor actividad con este tipo de producción.

- Antes de 2005 estaban inscritas 2 (16.48 Ha)
- En 2005 1 (4.6 Ha)
- Hasta de 2009 no se volvió a inscribir más este año contó con 1 más (7.87Ha)
- En 2010 2 (5.87Ha)
- En 2012 6 (2.36 Ha)
- En 2013 7 (6.14Ha)

Finalmente podemos decir que claramente ha habido una tendencia al alza muy pronunciada tan solo en 8 años, llegando a una variación positiva del 43%, pasando de contar tan solo con 16.48 hectáreas a 43.32 hectáreas.⁷

⁷ Datos obtenidos de entrevista directa con el gerente de S.A.T Europlatano

5. CONCLUSIÓN.

En este trabajo hemos estudiado la evolución de la agricultura ecológica y su correspondiente comercialización a lo largo de un periodo seleccionado de siete años, seguido de un análisis de la situación de éste mercado.

La evidencia mostrada indica que, como hemos venido exponiendo hasta ahora es un mercado que cuenta con un gran potencial de futuro, aunque en la actualidad presenta una serie de carencias, pues se tiene suficiente superficie para cultivar y atender a la demanda, pero a la hora de comercializar deben cambiarse algunos aspectos, como concreté en el apartado de marketing.

Debido a que estamos tratando la región específica de Canarias, una gran oportunidad para éste es promocionar la agricultura por medio del turismo, ya sea mediante los hoteles, que pongan en el menú alimentos ecológicos, promocionarlo en los aviones, que como bienvenida se ofrezcan productos de este tipo, etc. Además de promocionarlo para los propios isleños.

A modo de conclusión este trabajo nos ha servido para poner en práctica un poco de cada uno de los conocimientos adquiridos a lo largo de estos cuatro años de estudios universitarios, además de una importante labor de campo para poder obtener suficiente información de las empresas contando con datos suficientes para trabajar.

El tema expuesto causó ciertas indiferencias y complicaciones a la hora de obtener masa con la que tratar, ya que las empresas de agricultura ecológica se encuentran en minoría, unida a la negativa de las mismas a ceder datos.

La investigación relacionada con el mundo agrícola y el consumo de sus productos, suscitó especial interés en nosotros y por ello decidimos no abandonar la idea inicial de tratar este tema a pesar de las limitaciones encontradas. Así pues el proyecto que hemos realizado ha contribuido de manera importante para identificar y resaltar los puntos que hay que cubrir y considerar, para llevar a cabo un mayor desarrollo del mercado, este análisis e investigación nos deja muchas cosas importantes que reflexionar y muchas otras se ven reforzadas.

Dentro de los apartados considerados que tienen más importancia, en el desarrollo de un proyecto de esta naturaleza, han sido; el estudio empírico, tendencias del sector, análisis de las empresas y acciones de marketing, entre otras.

Existen muchas cosas que se podrían decir de lo aprendido a lo largo de este proyecto, pero las más importante ya han sido mencionadas, sin embargo añadir que es imprescindible hacer una buena planificación de a donde se quiere llegar antes de empezar y poder solucionar posibles eventualidades que puedan ir surgiendo a lo largo del desarrollo del mismo, para finalmente culminar con lo deseado.

“La agricultura es la madre fecunda que proporciona todas las materias primeras que dan movimiento a las artes y al comercio.”

Manuel Belgrano

6. BIBLIOGRAFÍA.

Páginas Webs consultadas de 28/01/14 a 08/05/14.

- <http://enpositivo.com/2014/02/agricultura-ecologica-el-mercado-crece-en-tiempos-de-crisis/>
- http://ec.europa.eu/agriculture/organic/organic-farming/index_es.htm
- <http://www.gobcan.es/noticias/index.jsp?module=1&page=nota.htm&id=155314>
- <http://www.gobiernodecanarias.org/agricultura/icca/agriculturaEServicios.htm>
- <http://www.volcandesanjuan.es/>
- <http://www.agrocabildo.org/>
- <http://fci.uib.es/Servicios/libros/conferencias/seae/Estudio-comparativo-de-costes-de-produccion-en.cid221650>
- http://www.gobiernodecanarias.org/istac/temas_estadisticos/sectorprimario/agricultura/agricultura/
- <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/02/02/andalucia/1359834687.html>
- <http://www.everis.com/spain/es-ES/sala-de-prensa/noticias/Paginas/everis-mercado-ecologico.aspx>
- http://www.magrama.gob.es/imagenes/es/Informe%20P%20y%20M%20Ecologico%20-%202012-WEB%201-_tcm7-310968.pdf
- Parra López Carlos, Calatrava Requena Javier, De Haro Giménez Tomás (2004). *Análisis multifuncional de sistemas agrarios: aplicación del método del proceso analítico jerárquico al olivar de producción convencional, ecológica e integrada en Andalucía*. Unicaja Fundación. Andalucía.
- Martínez Alier Joan, Schlüpmann Klaus (1992). *La economía y la ecología*. Fondo de cultura económica. México.
- SABI (Base de datos en línea). Universidad de La Laguna, Biblioteca Universidad de La Laguna, Departamentos de economía y empresa. Balances de empresas.
- Reglamento (CE) nº [834/2007](#) del Consejo, de 28 de junio de 2007, sobre producción y etiquetado de los productos.
- [Orden de 25 de abril de 1996](#), sobre protección y control de las indicaciones de producción agraria ecológica. (BOC N° 055, de 6.5.1996).
- [Orden de 30 de noviembre de 1998](#), por la que se regulan los Registros de operadores y el establecimiento de las normas de producción agraria ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios. (BOC N° 160, de 23.12.1998), a nivel autonómico.