

ACTA DE LA SESIÓN DE LA MESA PROVINCIAL DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

A las 10:30 horas del día 7 de mayo de 2019 tuvo lugar en el edificio de Olivicultura del IFAPA Alameda del Obispo de Córdoba la sesión de trabajo titulada “Retos del pequeño comercio/comercio especializado ante la entrada de las grandes superficies en el sector ecológico”.

La sesión se inició con la bienvenida de la Delegada Territorial de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de Córdoba, Araceli Cabello Cabrera, que aprovechó esta ocasión para presentarse ante la Mesa y mostrar su interés y apoyo por el sector ecológico -en el que ha trabajado durante más de diez años- y por continuar con la labor que se está haciendo desde este foro de servir de punto de encuentro para el sector en la provincia. A continuación tomó la palabra Juan Ramón Villegas Gómez, nuevo Jefe del Servicio de Agricultura, Ganadería, Industria y Calidad de la Delegación, dando igualmente la bienvenida y declarando su interés por que continúen los trabajos de la Mesa Provincial para beneficio de todo el sector.

La sesión se compuso de la presentación del proyecto BIOCOR, tres intervenciones de distintos miembros de la Mesa en relación con la temática propuesta y un debate final de las cuestiones abordadas.

Presentación del proyecto BIOCOR.

Corrió a cargo de Marián Martínez en representación de la Asociación Subbética Ecológica. La finalidad de BIOCOR es visibilizar el modelo de red alimentaria por el que apuestan: canales cortos de producción-distribución-consumo en los que prime que el valor añadido permanezca en el territorio. Cada territorio puede ser capaz de alimentar a su población si se vertebrada adecuadamente.

Se describió el modelo general de red alimentaria que se está desarrollando en las comarcas, poniendo de relieve que gran parte de los productos del territorio sale fuera (buscando rentabilizar la producción) a la vez que lo que se consume procede del exterior (la media de los productos consumidos en Andalucía recorren 4.000 km).

Si en 2017 el 60% del consumo de productos ecológicos se realizaba en tiendas especializadas, en 2019 este porcentaje ha bajado a poco más del 30%. El crecimiento del consumo se está dirigiendo a la gran distribución y ésta no tiene en cuenta la vinculación al territorio. El modelo de distribución a través de grandes superficies no es un modelo justo porque no dignifica ni al productor (al que no remunera suficientemente) ni al consumidor (al que le cobra precios altos).

Con el proyecto BIOCOR quieren difundir su modelo de canal corto, en que los agricultores pueden ser más libres en sus decisiones, el pequeño comercio es el encargado de canalizar el producto local y los consumidores pueden disponer de productos cercanos y con calidad diferencial. Este sistema permite dignificar la vida en el medio rural.



Visión de un proyecto producción-consumo con largo recorrido: ALMOCAFRE, S.C.A.

La presentación la realizó Miguel Navazo, en su calidad de presidente de la entidad. Hizo un repaso de los cuatro puntos fundamentales que han analizado internamente para valorar su propio modelo de futuro y marcó también las estrategias que se proponen.

Consumo ecológico. Se están produciendo crecimientos explosivos y se prevé que sigan en esa línea. Se están demandando productos nuevos y de moda; observan descensos en productos tradicionales. Hay que estar atentos a las novedades y a la presentación de los productos. A nivel de tienda, hasta 2017 crecían a ritmo de dos dígitos pero en 2018 y 2019 la ventas no crecen.

Competencia. Cada vez es mayor. El canal especialista acaparaba el 65-70% del mercado ecológico hasta 2017 pero la tendencia se ha invertido y ya en 2019 es la gran distribución la que controla el 60-65% del mercado. El sector del pequeño comercio tiene que reaccionar ya.

Diversificación. En el sector ecológico están entrando fondos de inversión (comprando empresas familiares) y la gran distribución (ofertando productos nuevos a partir de ingredientes ecológicos, con muy buena presentación y con gran inversión en publicidad).

Grupos de consumo. Se pueden identificar tres nuevos grupos de consumidores: millenials (realizan un consumo responsable pero no disponen de mucho tiempo para la compra), grupos movidos por pensamientos orientalistas (se mueven por tendencias alimentarias de moda guiadas por pensamientos filosóficos/religiosos), grupos preocupados por la salud (son conscientes del valor del producto ecológico pero pueden limitarse a la compra de ciertas categorías de alimentos).

Las estrategias que se han marcado después del análisis son: diversificar los productos, apostar por el producto local y marcas familiares de calidad para diferenciarse de la gran distribución, hay que invertir en educación ambiental y cultura alimentaria y promover el acercamiento del consumidor al productor para fidelizar clientes, es necesario poner en valor los productos de kilómetro cero y crear redes de apoyo con otros proyectos similares.

Perspectiva de los comercios especializados: ECOCÓRDOBA

Intervino Álvaro Fuentes-Guerra en representación de la Asociación Ecocórdoba. La asociación nació en 2015 y aglutina a 22 establecimientos, fundamentalmente comercios, que creyeron que el dedicarse al sector ecológico podría suponerles una mayor estabilidad porque el consumidor ecológico suele ser más fiel. Sin embargo el sector muestra actualmente inquietud por el futuro dada la competencia de la gran distribución, que ha absorbido los crecimientos del consumo.

Hay riesgo cierto de que se produzcan cierres de establecimientos de barrio. La tendencia en toda Andalucía es el estancamiento de las ventas en las tiendas especializadas. Estos comercios se abastecen de productores locales con producciones a veces escasas, lo que dificulta el aprovisionamiento.

El mercado interior en España tiene potencial de crecimiento. Sin embargo hay una gran amenaza con las grandes superficies y con la competencia del mercado on-line (de las 100 referencias de alimentación más vendidas por Amazon, 10 son de productos ecológicos). La gran fortaleza del sector minorista es la cercanía al cliente y que pueden ofrecer productos locales.

La articulación de los comercios en la asociación les ha permitido hacerse visibles y participar en iniciativas institucionales, puede permitirles implantar iniciativas como la “compra compartida” y acceder a licitaciones públicas. Habría que trabajar en modificar el modelo de consumo hacia los modelos francés y alemán que se caracterizan por un sector distribuidor basado en tiendas especializadas, que es un sistema alimentario más sostenible. Las Administraciones deberían introducir cláusulas específicas en los pliegos de contratación de alimentos que pongan en valor el producto local.

Punto de vista de la distribución mayorista: MERCACÓRDOBA

En este caso intervino Gonzalo Pérez. Comenzó con un análisis del sector ecológico: el 62% de los nuevos consumidores ecológicos se han incorporado en los últimos 5 años y el 53% de ellos eligen el establecimiento donde compran simplemente en función de la oferta de productos de que dispone. Ya en la distribución no se habla de consumidores sino de “estilos de vida”, que conllevan un patrón de consumo. Los consumidores ahora tienen otras demandas, se valora cada vez más el producto fresco, la variedad y la presentación.

La entrada de la gran distribución en el sector no tiene que ser “mala”. Para el productor puede suponer un cliente más al que abastecer, una oportunidad de venta; para los consumidores una mayor facilidad de acceso al consumo bio (socialización del consumo). El gran perjudicado ha sido el comercio especializado que ha venido realizando un gran esfuerzo de educación del consumidor que ahora han rentabilizado las grandes distribuidoras.

El sector debe basarse en el concepto de “sostenibilidad” para desmontar el artificio de lo eco en las grandes cadenas. Hay que seguir educando al consumidor para que no se quede sólo en el término ecológico de la etiqueta sino que valore si la distribución de los productos está siendo sostenible. Esta sostenibilidad pasa por la incorporación y valoración de los productos locales. El distribuidor local es una garantía para el productor local y el productor local es la clave para la pervivencia del comercio local.

Desde Mercacórdoba están trabajando en una central de acopio de producto local, haciendo campañas de comunicación y divulgación a los mayoristas y en los establecimientos locales y también en la calle al consumidor.

Después de estas intervenciones se dio la palabra a los asistentes para que hicieran sus aportaciones.

Carmen Casas de Almocafre. Reconoció que están viviendo una situación difícil y que se necesitaba el apoyo de las Administraciones tanto a los comercios locales como fomentando la educación de los consumidores de modo que sepan valorar el producto local. Los productores locales pueden estar en peligro ante la entrada de productos desde países con costes más baratos. Manifestó que era un contrasentido que la Administración por un lado esté declarando su apoyo al pequeño comercio y que por otro siente como interlocutor a grandes cadenas de distribución en determinados foros como Biocórdoba.

Antonio Terradillos en representación de CC.OO. Destacó que uno de los peligros de la gran distribución era la posible integración vertical de la producción. Hay que esforzarse por recoger en el mensaje de la producción ecológica el valor del trabajo por cuenta ajena e incluir los valores sociales que ofrece así como la responsabilidad social corporativa. Es necesario velar por la calidad del empleo y que la regulación no se vea influenciada por los lobbys de la gran distribución.

Gonzalo Pérez de Mercacórdoba. El consumidor actual es un consumidor que puede no ser coherente: no ajusta siempre su modo de consumo a lo que sería previsible según su estilo de vida. Hay que seguir con la labor de concienciación introduciendo el concepto de sostenibilidad de la distribución. En este punto la Administración tiene su parte de responsabilidad.

Miguel Navazo de Almocafre. Existen ya etiquetas que certifican la responsabilidad social de los productos pero no están siendo reconocidas por la Administración. Falta divulgación de este tipo de marcas de calidad.

María Jesús Arana del IFAPA. Lanzó la pregunta de si la formación del IFAPA podía ser útil para cubrir algunas de las carencias del sector.

Marián Martínez de Subbética Ecológica. Comentó que los productores ecológicos pueden verse perjudicados si acceden a la gran distribución ya que supone bajar precios y renunciar a tomar sus propias decisiones. En lo que se refiere a la formación a productores señaló que se necesitaría que se apostara por el sector de forma estratégica, ofreciendo formaciones más largas y con acompañamiento a los productores.

Rafael Gálvez de Luque Ecológico S.L. Reconoció que el modelo de Subbética Ecológica era un caso de éxito pero que en general los productores no conocen la forma de sacar sus productos al mercado. Hay problemas de articulación de la producción. Hay que aprovechar la divulgación que está haciendo la gran distribución y seguir con la labor de formación del consumidor.

Álvaro Fuentes-Guerra de Ecocórdoba. Informó que actualmente en la asociación sólo participan establecimientos de la capital, pero les gustaría que entraran también comercios del resto de la provincia.

Auxiliadora Vecina de Ecovalia. Comentó que como organización trabajan tanto con grandes como con pequeños productores. Actualmente están asesorando a Carrefour en la gestión de compras, haciéndoles ver que en el sector ecológico local las empresas que operan son pequeñas y tienen algún proyecto piloto para organizar el abastecimiento. Han constatado que las tiendas especializadas están cerrando y que hay que apostar por ellas trabajando en la formación a los consumidores.

Isabel Vara del ISEC y del Pacto de Milán. Informó que, dentro del Proyecto Alimentando Córdoba, están trabajando en la creación de un grupo motor de comercios minoristas y en formación. Quieren consolidar nuevas iniciativas en otras comarcas.

Después de esta intervención se dio por finalizada la reunión con el compromiso de devolver el acta de la misma, siendo las 13:45 horas.

Silvia Atenciano Núñez