

## 6. PRODUCTOS ECOLÓXICOS: ASPECTOS LEGAIS E COMERCIALIZACIÓN

*Yann POULIQUEN*

### 6.1. INTRODUCCIÓN

Os textos anteriores mostraron o que son os produtos ecolóxicos e a súa particular forma de produción. Neste capítulo, imos deternos nalgúns aspectos legais e económicos dos mesmos, nun intento de formular unha explicación do que está pasando entorno á comercialización dos produtos ecolóxicos. Neste sentido tense que entender este texto, coma un intento de estrutura-lo debate, polo que nalgúns aspectos colleremos descripcións voluntariamente caricaturizadas. Pero antes de empezar, pode ser interesante precisar mellor de que tipo de produtos imos falar. En efecto, no mercado actual atópanse varios calificativos que teñen para o consumidor un significado parecido, pero que na realidade responden a formas de producir moi distintas, é dicir, grado de protección do medio ambiente distintos. O Cuadro 6.1 recolle e diferencia estas denominacións. O “produto ecolóxico” é o único que realmente pretende protexe-lo medio ambiente, tal e como vimos na descripción anterior do que é a agricultura ecolóxica. A “agricultura integrada” non rexeita os produtos químicos, aínda que trata de limita-lo seu uso. Neste cuadro aparece o termo de “aval”, que indica o organismo que garantiza que o produto foi realmente producido como se anuncia na súa etiqueta. A continuación, deterémonos na presentación do “aval” da agricultura ecolóxica.

**Cuadro 6.1. Oferta de produtos diferenciados no mercado, e as súas características.**

Denominación	Forma produción	Aval oficial
Produto da Agricultura Ecolóxica, Produto biolóxico, orgánico, ecolóxico, biodinámico	Agricultura ecolóxica	CRAE
Produto da Agricultura Integrada	Agricultura integrada	en creación
Produto Integral	Produto sen refinar	ningún
Produto dietético	Agricultura industrial	ningún
Produto artesanal, natural	Sen definir	ningún

### 6.2. A DENOMINACIÓN DE “AGRICULTURA ECOLÓXICA”

Cando se empezou a falar de agricultura ecolóxica, e sobre todo cando se empezaron a vender no mercado produtos elaborados sen emprego de produtos químicos de síntese (a definición do produto ecolóxico), apareceu a necesidade de garantir ao consumidor a veracidade desta publicidade que aparecía nos produtos, tanto a nivel internacional como estatal. Creou-se entón un “aval”, todo un aparato legal destinado a tal tarefa, no estado español a figura xurídica adoptada foi, e segue sendo, a de “denominación xenérica”. Vexamos como funciona este sistema.



Da mesma maneira que algúns produtos reciben unha “denominación de orixe”, por proceder dun sitio concreto e seguir unhas normas de produción concretas, os produtos ecolóxicos están amparados por unha “denominación xenérica” que certifica que no seu proceso de produción respetaron-se unha serie de normas. A responsable de otorga-la denominación, e vixia-lo cumprimento das normas establecidas é a chamada Comisión Reguladora de Agricultura Ecolóxica (CRAE), que ten delegadas as súas competencias ós organismos autonómicos coñecidos como “consellos” ou “comités” territoriais. Na realidade, os que fan realmente a labor son estes organismos autonómicos, sendo a CRAE unha especie de coordinadora. A consecuencia máis fundamental da creación destes organismos radica en que os únicos produtos alimenticios que se poden vender co nome de “ecolóxico” (ou biodinámico, ou orgánico ou similar) son aqueles producidos por produtores rexistrados nos comités, que respetan as normas dictadas. No produto, aparte de que o produtor estea autorizado a escribir “**ecolóxico**” na etiqueta do produto, esta certificación aparece cunha contraetiqueta. En definitiva, é o mesmo esquema de funcionamento que as denominacións de orixe, coma as de “terneira galega” ou “Ribeiro”.

O punto de partida das normas que deben respetar os produtores é a definición inicial da agricultura ecolóxica: “Un sistema agrario do que o obxectivo fundamental é a obtención de alimentos de máxima calidade respetando o medio ambiente e conservando a fertilidade da terra, mediante a utilización óptima dos recursos e sen emprego de produtos químicos de síntese”. As normas fan referencia: á produción agrícola, á colleita de plantas e frutos silvestres, á produción gandeira, á apicultura, ó almacenamento e á conservación de produtos non elaborados, á elaboración e ó envasado, e á utilización de produtos importados. Aparte da prohibición do uso de produtos químicos de síntese (pesticidas, medicinas...), as normas obrigan a que unha unidade de produción pase por un período de transición, que se asemella a un período de descontaminación, antes de poder vender coa denominación “ecolóxico”; neste caso, a contraetiqueta pon a palabra “**en reconversión**”.

O control do respecto das normas é unha operación moi costosa, xa que implica a realización de análises moi caras, que se deben de completar por visitas regulares ás unidades de produción e transformación. Aínda que se pode esperar que a maioría dos produtores non traten de defraudar, é de temer que en non poucos casos o consumidor leva un produto con contraetiqueta que non cumpra con todos os requisitos garantizados. A razón é bastante evidente: un produto diferenciado no mercado sempre é máis caro que outro, e polo tanto interesa ter esta diferenciación. O caso da agricultura ecolóxica é bastante paradigmático, debido a que presenta numerosas xustificacións do aumento de prezo, que tratan de explicalo por “tópicos” de veracidade discutible.

### 6.3. SOBRE ALGÚNS TÓPICOS DA AGRICULTURA ECOLÓXICA

A modo de exemplo, citemolo prezo de venda ó público dalgúns produtos, topados en diversos sitios do Estado: laranxa 100 pts/unidade; pataca 310 pts/kg; cabaciña 550 pts/kg. Para explicar estes prezos, os produtores, a veces, e os intermediarios especializados, sobre todo, utilizan unha serie de argumentos que os consumidores asumen perfectamente. Desde a agroecoloxía, pode ser interesante matizar os máis comúns:

“*A agricultura ecolóxica produce menos*”. Para ser exacto na discusión deste tópico, deberíamos dicir “pode que sí, pode que non, depende”. En efecto, os resultados prácticos mostran que con un manexo adecuado da materia orgánica, das rotacións, do espazo etc., o rendimento a veces é menor, a veces é o mesmo e incluso maior, dependendo dos agroecosistemas, das variedades e razas, do cultivo consi-



derado, etc. Entón, non se pode utilizar este argumento de forma xenérica, e é preciso estudar con seriedade os rendimentos reais; nalgún caso, a produción será menor e o prezo do produto ecolóxico deberá ser maior (por exemplo no caso dos produtos animais), e noutros casos pasará o contrario (caso dalgunhas hortas). En calquera caso, debería quedar claro que a diminución do rendimento polas prácticas ecolóxicas nunca poderá xustificar o aumento do prezo nun 200, 300 e até o 500% respecto dos produtos convencionais, que é o que podemos ver na actualidade.

*“Costa máis producir en ecolóxico que en convencional”*. Mesmo que anteriormente, é unha afirmación categórica que necesita ser matizada, no sentido de que non sempre ocorre así. De feito, algúns produtores pasaron á agricultura ecolóxica xustamente porque lles resultaba máis barata a produción. Todo depende do agroecosistema no que se desenrola a produción, e do sistema de explotación dos recursos. O aproveitamento correcto das características do agroecosistema reduce os costes de produción, ata niveis comparables e mesmo inferiores ó manexo industrial.

*“No cultivo ecolóxico, a calidade é menor e hai máis perda de produtos”*. Esta afirmación é bastante acertada vista desde o produtor/comerciante/consumidor convencional. Polo xeral, efectivamente pode haber máis perda de produtos nun mercado que non acepte para nada unha folla con un pulgón. Nembargantes, enquisas realizadas con consumidores de produtos ecolóxicos mostran que ata un 60% deles non notan tanta diferenza entre o aspecto dos produtos ecolóxicos e o dos convencionais. Agora ben, está claro que os criterios de calidade dos produtos convencionais non serven para os produtos ecolóxicos: o importante non é o de fora, senon o de dentro, polo que aos consumidores non lle produce rexeitamento a pequena diferenza de aspecto, cando a hai. En moitos casos, a diferenza de calidade organoléptica é evidente (ovos), mesmo que as propiedades físicas (pataca), e a conservación do produto fresco é moito máis larga no produto ecolóxico (mazá, tomate). Os criterios de calidade citados polos consumidores destes produtos soen ser xustamente estes: alimentos máis sans, que non danan ó medio ambiente, máis nutritivos e máis sabrosos. Dado que estes criterios teñen pouco valor no mercado convencional, tíranse os produtos que non teñen presenza, cando na realidade poderían-se vender. O problema da calidade é ante todo un problema de marketing, de imaxe, e en ningún caso se pode utilizar para xustificar aumentos de prezo tales coma os presentados anteriormente.

Estes tópicos completanse desde o punto de vista mercantil por outro máis: *“o que merca os produtos ecolóxicos é o consumidor concienciado; a conciencia da degradación ambiental e da degradación da saúde chega a partir dun certo nivel*



*de ingresos*". Con esta regra, non interesa baixa-los prezos dos produtos ecolóxicos até niveles razoables (para o produtor e o consumidor), porque as capas medio-baixas da sociedade non mercarán estes produtos, por non ter "conciencia". Polo tanto, o mercado ten que ser un mercado de elite, ónde o prezo se regula pola suposta lei de oferta e demanda. Xa son moitos os investigadores de economía ecolóxica os que mostran claramente que este argumento é unha falacia, e que o consumidor da periferia (o Sur), por un lado ten tanta "conciencia" coma o do centro (o Norte), e incluso máis, aínda que non se exprese nos mesmos términos, e polo outro lado, contamina globalmente bastante menos que o consumidor do centro "concienciado". ¿Quén é o máis ecolóxico, o holandés que consume tomates ecolóxicos dun invernadoiro de Andalucía que viaxaron en camiión, envasados en plástico, conservados en cámara, ou o galego que cría a galiña para o veciño con millo ao que lle bota un pouco de abono? É moi significativo a este respecto que as normas da agricultura ecolóxica non poñan restricción ningunha ó transporte dos produtos, que sí ten un coste ecolóxico moi alto.

En definitiva, ao consumidor se lle engana dalgunha forma con estes tópicos, cando realmente o que está detrás é unha estratexia de mercado idéntica a calquera dentro do marco capitalista (anti-ecolóxico por esencia). Obviamente, con este tipo de estratexia centrada nos mercados de elite, o consumo e a produción de produtos ecolóxicos non se van desenrolar, e tanto a saúde das persoas coma a saúde do noso medio ambiente non van mellorar, nin siquiera parar a súa degradación. En cambio, o nivel económico dos primeiros produtores e sobre todo dos intermediarios establecidos no mercado poderá seguir aumentando.

Xa mencionamos a influencia da lei da demanda e oferta anteriormente, como factor de explicación dos prezos dos produtos. No apartado seguinte, estudiamos brevemente esta demanda e oferta.

## 6.4. OS MERCADOS DE PRODUCTOS ECOLÓXICOS

### 6.4.1 Oferta

Non dispoñemos de datos actualizados, polo que traballamos cos datos de 1995. Según a CRAE, habería no Estado en 1995, 1.024 explotacións rexistadas, con un total de superficie de 24.079 hectáreas, pouco máis que nada. Andalucía, Aragón e Cataluña son os grandes da agricultura ecolóxica no estado (Figura 6.2), xa que entre elas tres, estas comunidades ocupan o 70% da superficie declarada como ecolóxica. Segundo a normativa, Galiza non ten produción ecolóxica (!). Andalucía produce sobre todo aceituna e pastos, mentras que Cataluña dedícase sobre todo a pastos e froitas, e Aragón a cultivos extensivos e hortas (Figura 6.1). En canto ó destino destes produtos, non existen estadísticas claras, polo que non é fácil caracteriza-lo mercado. Nembargantes, é visible que o mercado interior non é o destino principal dos produtos, senon que se destinan á exportación a Alemania, Francia e Holanda básicamente, que teñen unha demanda aparentemente importante, e sobre todo, que pagan prezos altos por estes produtos. A título de exemplo, segundo datos da Red Andaluza de Experimentación Agraria, Andalucía exportaba ó extranxeiro en 1994 máis do 80% da súa produción (segundo información da Federación Andaluza de Asociaciones de Consumidores y Productores de Productos Ecológicos y Artesanales, sen publicar, a porcentaxe alcanzaría hoxe o 94%). O dato é claro: coma sempre, vendemo-lo mellor que temos e gardamo-lo peor para nós. En calquera caso, dícese corrientemente que non hai consumo interior, o que obriga a exportar: miremo-lo estado da cuestión.



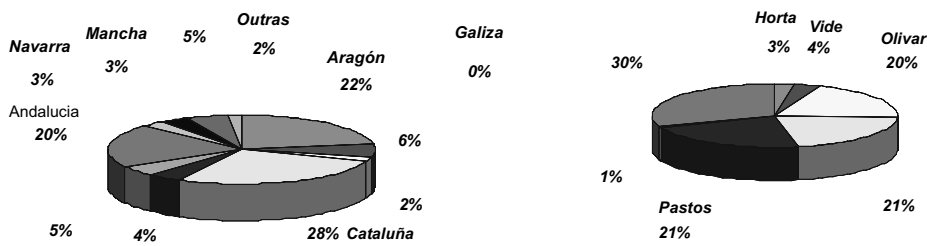


Figura 6.1. Distribución da AE por comunidades autónomas e por cultivos en 1995. (Fonte: CRAE, según José Uranga, II congreso de la Sociedad Española de Agricultura Ecológica).

### 6.4.2 Demanda

No estado español aínda se realizaron poucos estudos científicos sobre os consumidores de produtos ecolóxicos, aínda que sí existen estudos parciais que poden ter interese. Segundo as poboacións sometidas a enquisa, son moi variables os resultados: a pregunta do tipo “¿coñece Vd. os produtos ecolóxicos?” dá unha porcentaxe de respostas afirmativas que oscila entre o 20 e o 70%. Polo xeral, entre os que contestan que sí, o coñecemento real do que é o produto ecolóxico é reducido. Con estes datos, o sector de produción/distribución conclúe que non hai consumo nin potencial de consumo no Estado, polo que a produción débese orientar cara a exportación. Ao noso entender, trátase dunha simplificación da realidade, fronte a un mercado interior sen explotar por falla de vontade real de desenrolo por parte do sector, e das institucións correspondentes, dado que é obviamente máis fácil e lucrativo traballar con un mercado xa creado, como é o da exportación.

### 6.4.3 Distribución

Aínda que fora caricaturesco e simplificado, pódense identificar básicamente tres tipos de mercados dos produtos ecolóxicos: o convencional ocasional, o de luxo e o ecoloxista político. O Cuadro 2 recolle as súas principais características.

**CUADRO 6.2: Tipoloxía simplificada dos mercados de produtos ecolóxicos**

	convencional ocasional	de luxo	ecoloxista político
<b>Lugar de venda</b>	supermercado grande	tendas especializadas	asociacións e cooperativas
<b>Tipo de produto</b>	envasado	envasado (fresco)	fresco e envasado
<b>Orixe do produto</b>	internacional	internacional	local (internacional)
<b>Relación consumidor-productor</b>	vía intermediario	vía intermediario	directa
<b>Prezo pagado ao produtor</b>	medio-baixo	medio-baixo	alto
<b>Prezo venda ó público</b>	medio-alto	alto	medio-baixo
<b>Frecuencia de consumo</b>	ocasional en función do prezo e da oferta	regular	regular
<b>Motivo da compra</b>	saúde, protección do medio	saúde	saúde, protección do medio, compromiso cos labregos
<b>Nível económico do consumidor</b>	medio-alto	alto	medio-baixo



Na actualidade, tanto na Galiza como no resto do Estado, o mercado ocasional non está nada desenrolado. En cambio, o mercado de luxo está desenrolando en certa medida, basicamente polo impulso dos “empresarios agrarios” e dos intermediarios especializados que ven o seu interese económico, como mostramos anteriormente.

Frente a isto, desenrolase tamén o mercado alternativo, de consumidores preocupados pola saúde da terra e das xeracións vindeiras, mesmo do futuro do medio rural e dos labregos, ademais da súa propia saúde. Neste mercado que constitúen as asociacións e cooperativas de consumidores, trátase de favorecer a supresión de intermediarios entre o produtor e o consumidor, como forma de asegurar ao primeiro un prezo xusto que non signifique un prezo alto ó consumo. Esta decisión responde á observación de que o intermediario son na maioría dos casos os que incrementan o prezo de forma desmesurada. Trátase asimismo de promover os produtos locais, para diminuí-lo transporte. Nembargantes, este tipo de comercialización atópase cos problemas comúns a todas as redes de comercio alternativo, xusto e solidario (abastecemento, sistema organizativo, etc.), que poñen bastantes freos ó seu desenrolo.

## 6.5. A PROPOSTA DESDE A AGROECOLOXIA

### 6.5.1 Unha visión do problema

O problema do desenrolo da produción ecolóxica, como medio necesario para protexer-lo medio ambiente mesmo que a saúde das persoas resúmese no círculo vicioso seguinte: non hai produción porque non hai consumo, e non hai consumo porque non hai produción.

A nivel de actuación práctica, pódense sacar as seguintes conclusións:

- O incremento do consumo interno pasa pola redución do prezo dos produtos, así como pola mellora do abastecemento. O primeiro ten moito que ver coa labor dos intermediarios, mentras o segundo está vinculado ó nivel de oferta. Noutras palabras, é necesario crear-la relación entre oferta e demanda interna, basicamente a través do fomento das formas de comercio directo ou con poucos intermediarios, por un lado. Polo outro lado, é necesario incrementar a coordinación entre produtores e consumidores, de tal xeito que os primeiros respondan cada vez mellor ás necesidades dos segundos, en termos de épocas de produción e tipo de produtos, e que os segundos se adapten cada vez mellor as posibilidades dos agroecosistemas manexados polos primeiros.

- O incremento da produción obriga á resolución de problemas técnicos, o que significa que debemos incrementar a investigación práctica e a difusión dos coñecementos xa adquiridos. A loita contra os tópicos sinalados é outra forma de incrementar a produción. Nembargantes, o máis importante parece ser o incremento do prezo de compra ao produtor. Se non se quere reducir o consumo interno, isto implica, como se dixo anteriormente, o fomento da relación máis directa posible co produtor.

- A actuación cos organismos oficiais debe encarrilarse cara a colaboración na discusión dos “tópicos” por un lado, e polo outro lado, cara o fomento da produción para o mercado interno, aínda que se enfrente aos grandes intermediarios dos produtos ecolóxicos.

Para non quedar na teorización, desenrolemos estes conceptos collendo o exemplo de Galiza.



### 6.5.2 O caso galego

Na Galiza, a agricultura ecolóxica é aínda unha excepción e unha novidade, polo menos no seu aspecto “legalizado”. O comité galego responsable da agricultura ecolóxica, o Consello Regulador da Agricultura Ecolóxica de Galicia (CRAEGA) creou-se moi recentemente (maio de 1997), e só está empezando a súa labor. Por iso, non existen agora axudas para este tipo de agricultura, como noutras comunidades autónomas. En consecuencia, a oferta límitase aos produtos de moi poucos labregos, é dicir, practicamente nada. Nembargantes, co desenrolo paulatino do sistema legal, son cada vez máis as organizacións que se interesan polo tema. Desgraciadamente, está claro que na maioría dos casos o único que interesa é o diferencial de prezo que significa te-la contraetiqueta “ecolóxica” nos mercados exteriores.

En canto á demanda, débese recoñecer tamén que é moi limitada, polo menos no que se refere a produtos oficialmente recoñecidos coma ecolóxicos (con contraetiqueta). Os únicos que venden produtos ecolóxicos son algunhas tendas especializadas, herboristerías situadas nas urbes (Santiago, Coruña, Vigo, Ourense, segundo noso coñecemento), mesmo que algunhas asociacións e cooperativas de consumidores que se están desenrolando. Lóxicamente, hoxe en día, a maioría destes sitios teñen que importa-los produtos de fora da Galiza, co correspondente incremento de prezo polo transporte, e coa inseguridade do control que se leva sobre estes produtos. Ademais, neste proceso de introducción no mercado, débese recurrir en moitos casos aos intermediarios especializados, polo que os prezos de venda ó público son totalmente exorbitantes, o que non favorece para nada o consumo, como explicamos antes.

Fora da oficialidade da denominación de “producto ecolóxico”, existe un mercado que ó noso entender entra bastante no molde da agricultura ecolóxica. Por unha banda, existe aínda moita agricultura tradicional que usa moi poucos produtos químicos, aínda que os seus días están contados. Pola outro banda, existe claramente unha alta demanda de produtos ecolóxicos, que non se chama así, senon coma “productos da terra”, “productos do veciño”. Moitos consumidores prefiren estes produtos porque pensan (moitas veces con equivocación), que levan pouca química e son realmente da terra. Estas características débense utilizar para desenrolar un consumo e unha produción máis respetuosos co medio ambiente.



Desde a agroecoloxía, no ámbito estritamente comercial, pódense propoñer catro liñas de traballo para o ecoloxista interesado en favorece-la protección do seu medio ambiente, do seu medio rural:

#### FAVORECELA PRODUCCIÓN.

Esto contempla tarefas moi específicas, coma a divulgación entre as asociacións de produtores, cooperativas, sindicatos etc.; a formación dos labregos na recuperación, avaliación e lexitimación do seu coñecemento e das posibilidades de adaptación ás condicións agronómicas, socio-políticas e económicas de hoxe.

#### FAVORECELO CONSUMO.

Básicamente, trátase de realizar unha divulgación e publicidade do que son os produtos ecolóxicos, e de informar ao consumidor sobre os produtos convencionais e os seus riscos. Ó mesmo tempo, é preciso que o consumidor non colabore no desenvolvemento da produción ecolóxica de élite, e prefira produtos locais ós produtos ecolóxicos importados e carísimos.

#### ESTRUCTURA-LO SECTOR DA AGRICULTURA ECOLÓXICA

Esta é sen dúbida a tarefa máis importante na actualidade para favorecer produción e consumo. É necesario articular oferta e demanda, para crear unha certa estabilidade do mercado interno, que favoreza aos consumidores, aos labregos, e ao medio ambiente. Tócalle aos produtores ofrecela maior diversidade posible de produtos ecolóxicos que permitan os ecosistemas galegos, na presentación que lle guste ao consumidor, a un prezo asequible; tócalle ás herboristerías e ás asociacións e cooperativas de consumidores absorber estes produtos e difundir-lo seu consumo, pagando un prezo xusto e sen establecer marxes comerciais desorbitadas. Tócalle a ambos dous buscar xuntos as fórmulas para abastecelo seu mercado e buscar fórmulas de transporte interno que non incrementen os prezos. Nada fácil, obviamente, pero se non empezamos non progresaremos...

#### LOITAR POLA SUPERVIVENCIA DOS LABREGOS.

Segundo o exposto nos artigos anteriores, a defensa do mundo labrego é unha tarefa básica para limitar a degradación do ambiente, e para reconstruír formas de agricultura ecolóxica que se poidan adaptar ás novas condicións actuais. Neste sentido, o consumo de proximidade é fundamental, e cada un debe plantearse as súas pautas de consumo ó respecto. Unha labora moi destacable nesta liña radica na defensa de tódalas tendas de proximidade, e das feiras. O corolario destas prácticas ven a dicernos que o consumo dos produtos locais será máis ecolóxico (no sentido de protección do medio rural, e do medio ambiente) que o consumo de produtos caros de importación que veñan coa contraetiqueta de “ecolóxico”.

A modo de conclusión, hai que insistir no feito de que nin a produción nin o consumo están desenvolvidos na Galiza, polo que nos tempos vindeiros, tanto os consumidores como os produtores van ter que soportar os azares dun mercado en proceso de nacemento (falta de regularidade e de diversidade, tanto na produción, como no consumo, basicamente). O ecoloxista que pretende protexelo medio ambiente debe ser consciente de que consumir/producir produtos ecolóxicos non pasa de ser de momento unha batalla que só se gañará co esforzo continuo. ■