



# El decálogo de la producción, distribución y consumo ecológico

Un plan de acción para llevar los productos ecológicos  
a la mesa y aumentar la competitividad  
del sector agroalimentario

## Resumen ejecutivo

### Debemos garantizar la competitividad y la sostenibilidad de nuestro sistema agroalimentario

El **sistema agroalimentario** está en plena **transformación**. La **producción y el consumo** de alimentos **se están adaptando a los retos económicos, la urgencia climática y las dinámicas sociales**.

El **sector agroalimentario español** es líder europeo. Representa el **9,2% del PIB**, el **11,4% del empleo** y casi un 20% de las exportaciones. Sin embargo, **el cambio climático y las nuevas dinámicas sociales ponen en riesgo** este liderazgo, si no nos adaptamos a tiempo.

Para continuar siendo sostenible, **el sector debe reducir su huella ecológica** de forma urgente. A día de hoy, es el **tercero que más**

**emisiones** de gases de efecto invernadero genera en España (un 12% del total), y el **principal consumidor de agua** (80% del total).

La **sociedad también exige mayores garantías** de sostenibilidad y calidad y las tiene en cuenta a la hora de comprar. En torno al **80% de los europeos** están más **dispuestos a consumir productos respetuosos** con el **medio ambiente**, con impacto en la **salud** y garantías de **bienestar animal**. Esta tendencia es exponencial.

**Si no transformamos nuestro sistema** de producción y consumo, **corremos el riesgo de perder nuestro liderazgo, limitar nuestro crecimiento y no alcanzar nuestros objetivos** climáticos.

### El sector de la producción, distribución y consumo es clave para alcanzar estos objetivos

La **producción, distribución y el consumo ecológico** son un **vector de lucha contra el cambio climático**, resiliencia y **competitividad económica**. La **mejor respuesta a la transformación** a la que se enfrenta el modelo agroalimentario español.

La acreditación ecológica europea, plasmada en la **Eurohoja, asegura los altos estándares** de sostenibilidad y de calidad **imprescindibles para responder a este reto**.

Los **productos ecológicos garantizan un impacto ambiental mínimo**, aseguran un **30% más de biodiversidad** en la superficie cultivada y **capturan hasta 10 toneladas de CO<sub>2</sub>** por

hectárea, contribuyendo a la regeneración y el aumento de rendimiento del suelo.

Además, la **minimización del uso de pesticidas**, químicos y organismos modificados genéticamente **contribuyen a** enfrentar algunos de los retos más urgentes en **salud pública**, como la **resistencia a antimicrobianos** o el alto consumo de ultraprocesados.

Se trata de un **sector innovador**, estrechamente **vinculado a la digitalización** y que prima la modernización de la actividad económica local y de proximidad. De hecho, el **87% de los operadores** ecológicos están en **municipios de menos de 50.000 habitantes**.

### Otros países están desarrollando políticas para impulsar el sector agroalimentario del futuro

La **producción, distribución y consumo ecológico** están **redefiniendo el sector agroalimentario europeo**. Ya hay más de **425.000 productores** y **17 millones de hectáreas** ecológicas y la **demanda ha crecido más de un 125%** en los últimos años.

La **Comisión Europea ha establecido objetivos ambiciosos y solicitado a los Estados miembros que desarrollen un plan de acción nacional** con incentivos al sector ecológico que complementen las políticas públicas de la UE.

**Algunos países han identificado** en esta transformación **una oportunidad para liderar** el sector agroalimentario europeo en el medio plazo **y han desarrollado este plan** de acción nacional.

**Se están desplegando incentivos** para **aumentar la producción ecológica**, como ayudas nacionales para complementar la PAC, **e impulsar la demanda de estos productos**, con reducciones fiscales u objetivos ecológicos mínimos en colegios y hospitales.

### España puede ser líder si maximiza sus fortalezas y desarrolla políticas e incentivos ambiciosos

España es uno de los tres países europeos que **aún no ha desarrollado un plan nacional del sector ecológico**. Si no lo hace pronto, corre el riesgo de perder su liderazgo en el medio plazo.

A día de hoy **somos líderes en producción ecológica** y hay **más de 4.000 tiendas especializadas**. El **consumo eco se ha más que duplicado** en los últimos 7 años, pero su **cuota es inferior al de otros mercados europeos** lo que hace **esencial aumentar el atractivo** de los productos eco.

La **falta de incentivos** para reducir el precio, la **disparidad de disponibilidad** en diferentes tipos de puntos de venta **y el aumento de las prácticas de greenwashing** están **dificultando equilibrar producción y demanda en todo tipo de puntos de venta**.

La **competitividad económica de España pasa por un plan** de sector con **políticas ambiciosas enfocadas en aumentar el reconocimiento** de los productos eco, **fortalecer el liderazgo en la producción y trasladar este liderazgo** al consumo con mayor ambición.



## Propuestas para un plan de acción de la producción, la distribución y el consumo ecológico

- 1 Reforzar el papel de la Eurohoja y combatir el greenwashing**, regulando conceptos como “sostenible” o “regenerativo” y evitando prácticas que pueden llevar a confusión a los ciudadanos.
- 2 Impulsar campañas de promoción de los productos certificados** que reivindiquen la Eurohoja como certificado de sostenibilidad y pongan en valor la calidad de los productos acreditados para aumentar su atractivo en canal especializado, online y supermercados.
- 3 Fomentar la formación en el sector ecológico**, tanto en **formación básica**, incluyendo en todos los planes de estudios contenidos sobre la producción ecológica y sus ventajas; como **para los profesionales del sector**, con FPs duales y programas de incorporación profesional.
- 4 Introducir Incentivos fiscales y económicos para los productores**, reforzando los fondos de la PAC con ayudas nacionales e incentivos fiscales para la conversión hacia modelos de producción sostenibles.
- 5 Favorecer la obtención de certificados ecológicos**, financiando los costes de inspección y certificación y avanzando hacia la armonización de los procedimientos y costes en todo el territorio.
- 6 Fortalecer la digitalización e innovación** mediante cuotas específicas para el sector ecológico en programas de digitalización existentes e iniciativas como *sandboxes* y espacios de experimentación.
- 7 Impulsar un programa nacional de asesoramiento técnico** para favorecer la conversión de nuevos profesionales y apoyar a productores ecológicos en la mejora de sus rendimientos y la aplicación de mejores prácticas.
- 8 Impulsar un IVA superreducido a los productos ecológicos**, con el objetivo de que el consumo de productos sostenibles sea también más asequible y estos se conviertan en habituales en la cesta de la compra como ya lo son algunos productos eco.
- 9 Establecer un objetivo de consumo de productos orgánicos en cocinas públicas** de al menos un 25%, acompañado de criterios y estándares mínimos en licitaciones públicas.
- 10 Incentivar una oferta básica de productos ecológicos en los puntos de venta**, planteando bonificaciones fiscales graduales en base a la oferta de productos eco o el peso de estos sobre la facturación total.

# 01

## La producción, distribución y consumo ecológico, claves ante nuestros retos climáticos y económicos

- 1.1 Los principales sectores económicos están en transformación
- 1.2 La producción, distribución y el consumo ecológico son vectores de lucha contra el cambio climático
- 1.3 El sector ecológico impulsa la competitividad y el desarrollo económico local
- 1.4 Los alimentos ecológicos fomentan una alimentación con mayores beneficios para la salud

# 02

## Un sector en auge en la Unión Europea

- 2.1 La producción, distribución y consumo ecológico redefinirán el sector agroalimentario europeo
- 2.2 La Unión Europea está apostando por el crecimiento del sector
- 2.3 Varios países de la UE ya tienen un plan nacional y medidas de apoyo ambiciosas

# 03

## España, ante la oportunidad de ser líder europeo

- 3.1 El mercado español crece, pero aún queda mucho potencial por explotar
- 3.2 España tiene grandes retos por delante
  - 3.2.1 Trasladar el liderazgo español en producción ecológica al consumo
  - 3.2.2 Aumentar la disponibilidad de productos ecológicos en los lineales
  - 3.2.3 Evitar que el precio sea una barrera
  - 3.2.4 Ofrecer garantías a la sociedad combatiendo el *greenwashing*
  - 3.2.5 Impulsar el relevo generacional en el sector agroalimentario
- 3.3 Las fortalezas del país son un factor diferencial
  - 3.3.1 El precio de los productos ecológicos es más resiliente a la inflación
  - 3.3.2 España es líder europeo en producción ecológica
  - 3.3.3 Algunos productos ecológicos ya son habituales en la cesta de la compra
  - 3.3.4 El sector ecológico está impulsando la innovación
  - 3.3.5 Las perspectivas de crecimiento son positivas

# 04

## Hacia un plan de acción nacional de la producción, distribución y el consumo ecológicos

- 4.1 España necesita una estrategia de país para un sector ecológico competitivo
  - 4.1.1 Aumentar el reconocimiento de los productos ecológicos
  - 4.1.2 Mantener el liderazgo español en producción ecológica
  - 4.1.3 Llevar los productos ecológicos a la mesa

# 01

La producción, distribución y consumo ecológico, claves ante nuestros retos climáticos y económicos



## 1.1. Los principales sectores económicos

### están en transformación

El **sistema alimentario** está en **plena transformación**. La producción y el consumo de alimentos se están adaptando a los retos económicos, la **urgencia climática** y las **dinámicas sociales**.

La sociedad cada vez está **más concienciada** con la protección del medioambiente, **tenemos más** y mejores **alternativas de consumo**, y surgen innovaciones que permiten **formas de producción sostenibles**.

Al mismo tiempo, **nos enfrentamos a grandes retos globales**. El Informe sobre Riesgos del Foro Económico Mundial<sup>1</sup> señala que **la sostenibilidad a largo plazo** de los principales sectores **de la economía depende** de que estos **se transformen** teniendo en cuenta la interacción entre la **emergencia climática** y el **crecimiento económico**.

La **producción y el consumo ecológico** es el modelo que **permite que el sector agroalimentario sea capaz de adaptarse** a estos retos, a las **dinámicas sociales** y a la **necesidad de proteger la biodiversidad** y el **bienestar animal**.

La **transformación del sistema agroalimentario** hacia un modelo ecológico **impulsa** a la vez la **lucha contra el cambio climático** y la búsqueda del **crecimiento económico** y a **protección de la biodiversidad** y el **bienestar animal**.

**En países como España** fomentar este modelo es **imprescindible para cumplir con nuestros objetivos climáticos** y para **seguir siendo competitivos**, frente a otros países, en el mercado agroalimentario de la **Unión Europea**.

Las **principales economías europeas** ya **están implementando políticas públicas** para posicionarse **en este sector emergente** y competir con quienes han sido, tradicionalmente, referentes agroalimentarios.

En este contexto, **nuestro liderazgo en la UE**, **nuestro crecimiento económico** y el cumplimiento de **nuestros objetivos climáticos** **dependen** de que **seamos capaces de adaptarnos** y continuar siendo competitivos en el **nuevo paradigma global**.



<sup>1</sup> Informe de Riesgos Globales. World Economic Forum, 2024.

## ¿Qué son la producción, distribución y consumo ecológico?



La producción y consumo ecológico son **los principales vectores de transformación y competitividad del sistema agroalimentario europeo y español.**

Se trata de un **sistema regulado por la Unión Europea** en el Reglamento 2018/848 del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre producción ecológica y etiquetado de los productos ecológicos. También **protege el uso de los términos ecológico, biológico, orgánico, eco y bio** para que sólo sea posible en los productos que cumplen con la regulación europea citada. Se aplica tanto a la **gestión agrícola** como a la **producción de alimentos**, y su comercialización y a su sistema de control y supervisión.

El objetivo de este sistema es que los productos ecológicos estén **avalados por las mejores prácticas ambientales y por la calidad** de las materias primas y los métodos de producción y elaboración, **a partir de unos estándares comunes** para todos los países.

**Para que un producto sea considerado ecológico** por la normativa debe **cumplir con una serie de garantías** específicas que **persiguen varios objetivos:**

- ◆ **Contribuir a la protección del medio ambiente** y del clima y al mantenimiento de un alto grado de biodiversidad.
- ◆ **Mantener la fertilidad de los suelos** a largo plazo y garantizar la sostenibilidad de la actividad agraria o ganadera.
- ◆ **Aplicar rigurosas normas de bienestar animal** y promover el desarrollo de actividades de mejora vegetal.
- ◆ **Garantizar que la producción y la elaboración se realiza a partir de sustancias y procesos naturales.**
- ◆ **Establecer un sistema de certificación garantista** con autoridades nacionales que controlan que quienes reciben la acreditación cumplen con todos los estándares.

Los criterios anteriores aseguran que la producción ecológica **es garantía de sostenibilidad, calidad y desarrollo de la actividad local.** A día de hoy, es el **único** sistema con regulación pública y europea **que es sostenible de una manera demostrable.**

La **"Eurohoja"** es el **logo ecológico europeo que plasma esta garantía** y certifica la producción o elaboración ecológica conforme a esta normativa. **Diferencia** claramente los **productos certificados que** cumplen estándares y garantías regulados por ley de aquellos que puedan ser en realidad constitutivos de **prácticas de greenwashing.**

## 1.2. La producción, distribución y el consumo ecológico son vectores de lucha contra el cambio climático

Las **consecuencias del cambio climático** suponen una **amenaza para la seguridad alimentaria.** El aumento de las temperaturas, las sequías o los fenómenos meteorológicos extremos ya **están tensionando al sector agroalimentario** en todo el mundo.

Según un estudio del **Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC)**<sup>2</sup>, el **calentamiento global pone en riesgo la sostenibilidad del sistema alimentario actual**, debido a diversas causas que ya están afectando a la producción agrícola y ganadera:

- ◆ La **frecuencia e intensidad de las sequías** junto con la **mayor intensidad de las precipitaciones fuertes** a escala mundial **amenazan la viabilidad de ciertas cosechas**, como las de aceite de oliva.
- ◆ Están **aumentando las enfermedades y plagas agrícolas** en zonas especialmente afectadas. A su vez, el **uso de plaguicidas y pesticidas** es uno de los **responsables de las altas emisiones** del sector agrícola y ganadero.
- ◆ El **aumento de las temperaturas** también está provocando que las **tasas de crecimiento animal** y de la productividad en los sistemas ganaderos **disminuya por primera vez en mucho tiempo.**
- ◆ **Un 60% del suelo actualmente fértil** de la Unión Europea está en **grave riesgo de perder su fertilidad** si la situación no se revierte. **En España, el 30% del suelo fértil está ya en grave degradación.**<sup>3</sup>

El **propio sector agroalimentario es uno de los causantes** de esta situación. La agricultura, la ganadería y la silvicultura generan alrededor del **13% de las emisiones de CO<sub>2</sub>**, el 44% de las de metano (CH<sub>4</sub>) y el **81% de las de óxido nitroso a nivel mundial.**

En España, el sector agroalimentario es el **tercer sector que más emisiones genera** (un 12% del total) y el **principal consumidor de agua** (un 80% del total).

**Acelerar la implantación** de un modelo de **producción y consumo ecológico es cada vez más urgente** si queremos frenar estos riesgos climáticos y reducir el impacto negativo del sector.

Permite **minimizar los efectos** sobre el medio ambiente, **frenar la degradación del suelo y garantizar los mejores estándares** de bienestar animal y regeneración de los cultivos.

## Las claves del sector ecológico como vector de lucha contra el cambio climático



- 🌿 **Minimiza el impacto ambiental del sector agroganadero.** La producción se realiza **sin pesticidas químicos ni fertilizantes sintéticos** que pueden dañar la biodiversidad. Gracias a ello, las tierras que producen de forma orgánica tienen un **30% más de biodiversidad, capturan 10 toneladas de CO<sub>2</sub> por hectárea** más que las cultivadas de forma convencional y **reducen la huella de carbono por cada kilogramo de producto ecológico hasta un 60%**, según un estudio de Ecovalia en el ámbito mediterráneo<sup>3</sup>.
- 🌿 **Garantiza el bienestar animal.** Mediante la implementación de controles que garantizan que cada especie sigue sus procesos naturales, tiene **acceso a pastos** y lugares donde **moverse libremente** y que su **alimentación es de calidad**, se basa en **piensos ecológicos** o en conversión y no incluye productos obtenidos por modificación genética.
- 🌿 **Contribuye a la regeneración y la calidad del suelo.** La producción ecológica, no utiliza pesticidas, ni antibióticos de forma sistémica evitando alterar la microbiota del suelo, que mantiene las cubiertas vegetales y evita la erosión y sobreexplotación del suelo. Es el vector de la estrategia europea para **ahorrar los 50.000 millones de euros** que cuesta cada año la degradación del suelo. En España, es la vía más eficaz para enfrentar **la actual pérdida de más 3.000 toneladas de suelo fértil cada minuto.**

<sup>2</sup> Informe especial sobre el cambio climático, la desertificación, la degradación de las tierras, la gestión sostenible de las tierras, la seguridad alimentaria y los flujos de gases de efecto invernadero en los ecosistemas terrestres. IPCC, 2020.

<sup>3</sup> Producción ecológica mediterránea y cambio climático. Ecovalia, 2018.

<sup>4</sup> Inventario de emisiones GEI 2023. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, 2024.

<sup>5</sup> Perfil ambiental de España 2023. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, 2024.

### 1.3. El sector ecológico impulsa la competitividad y el desarrollo económico local

El **cambio climático** también está generando una **pérdida de competitividad del sector agroalimentario** a nivel mundial. Su **crecimiento se ve limitado** por la **peor calidad de las cosechas**, la **disminución de los rendimientos agrícolas** y el **mayor impacto sobre la salud** por la contaminación de los productos.

Entre 2021 y 2023, se estima que los **ingresos del sector agroalimentario se redujeron un 16%** de media debido al cambio climático. Una de cada seis explotaciones agrarias perdieron una cuarta parte de sus ingresos en un período inferior a dos años<sup>6</sup>.

En España, la **crisis** en la producción de **aceite de oliva**, uno de nuestros productos líderes en exportación, **es un ejemplo claro**: entre 2021 y 2023 la cosecha se redujo más de un 50% (de 1,5 millones de toneladas a 665.000 toneladas).

A las **consecuencias del cambio climático se suman otros riesgos** a la competitividad del sector:

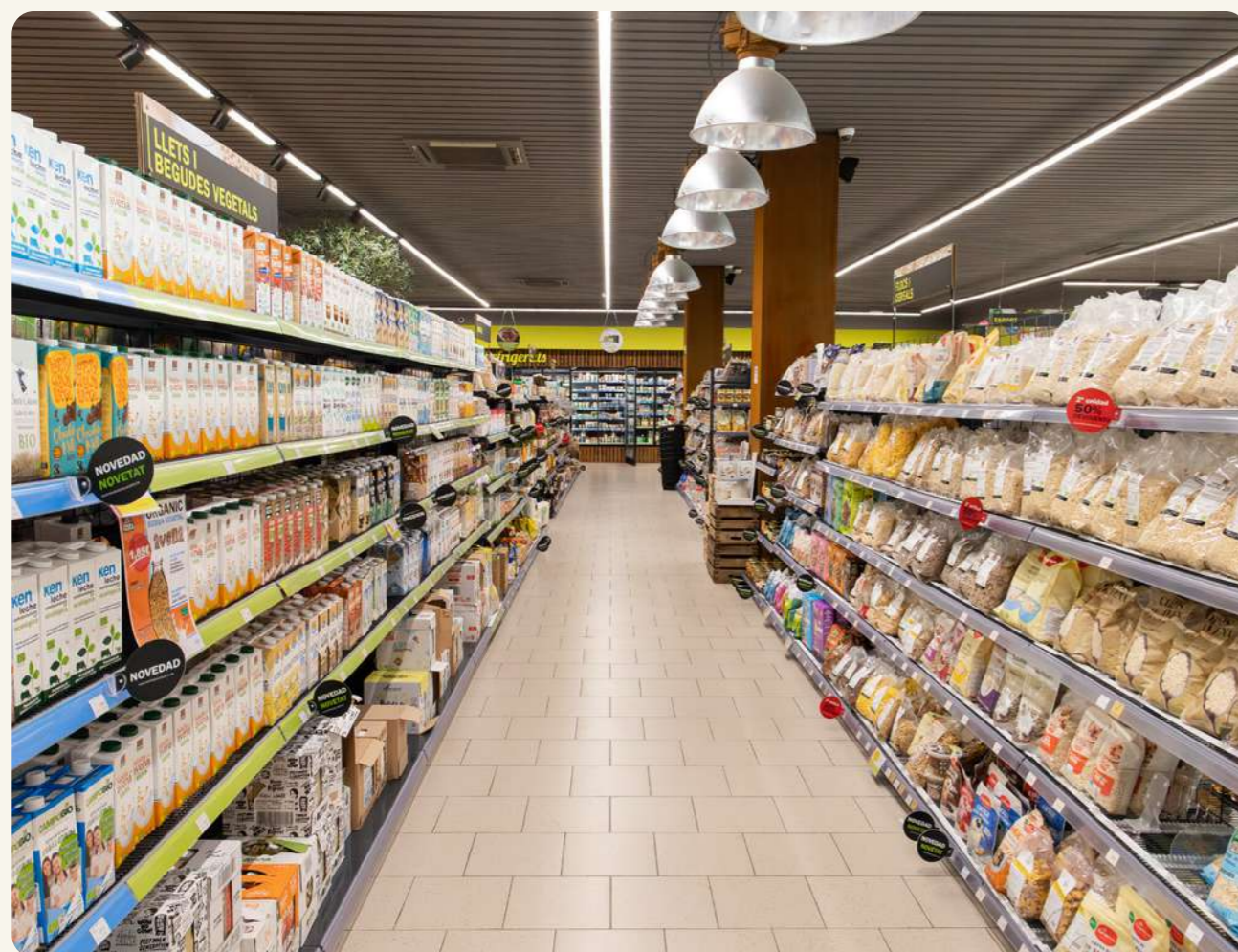
- ◆ **La edad media de los agricultores** y los ganaderos en la UE es superior a los 57 años. **En España es de 61 años**. El sector está teniendo dificultades para crear empleo joven que asegure su sostenibilidad a largo plazo. De hecho, **menos de un 1%** de los responsables de explotaciones en España **tiene menos de 25 años**<sup>7</sup>.
- ◆ El **envejecimiento del sector** también **dificulta la adopción** de herramientas y **tecnologías avanzadas**, la mayoría digitales, **que maximicen el rendimiento** de los cultivos y garanticen, a la vez, su sostenibilidad.
- ◆ Además, la **sociedad está cada vez más concienciada** con el origen y el impacto de lo que consume. **Según el Eurobarómetro**<sup>8</sup>, en torno al 80% de los  **europeos están más dispuestos a consumir productos** que sean más **respetuosos con el medio ambiente**, tengan un **mejor impacto en la salud** y se produzcan con un mayor **respeto por el bienestar animal**.

**Mantener la competitividad del sector** agroalimentario, superando estos retos, **es fundamental** para la economía. Solo **en nuestro país**, representa el **9,2% del PIB**, el **11,4% del empleo** y casi un 20% de nuestras exportaciones<sup>9</sup>.

La **producción y el consumo ecológico** son también **vectores de transformación** económica. No solo **reducen el impacto ambiental**. También **crean** la mayor parte de sus **empleos a nivel local**, fomentan la **innovación** en un sector muy tradicional y tienen poten-

cial para **atraer hacia el sector a profesionales más jóvenes**. Según el Ministerio de Agricultura y la Junta de Andalucía, el **sector ecológico crea un 30% de empleo por hectárea** que el sector agroalimentario convencional.

Además, los productos ecológicos, como se ha señalado, **garantizan el respeto por el medioambiente** y el bienestar animal. Por tanto, se trata de un **mercado adaptado a las dinámicas sociales** y con mayor **potencial de crecimiento** a largo plazo.



#### Las claves de la producción, distribución y consumo ecológico como vector de competitividad

- 🌱 **Dinamiza el desarrollo local y las zonas rurales.** El **87% de los operadores y empleo** vinculados al sector ecológico se ubica en **municipios de menos de 50.000 habitantes**. Además, la certificación ecológica **prima los circuitos cortos** de distribución y las producciones locales lo que, a su vez, reduce las emisiones en transporte.
- 🌱 **Impulsa la innovación en un sector tradicional.** La digitalización se encuentra estrechamente vinculada a la producción y la comercialización ecológica. Las **tecnologías avanzadas** permiten **optimizar el uso de recursos**, reducir el desperdicio o realizar los **controles de calidad** necesarios para **obtener la certificación**.
- 🌱 **Adapta el mercado agroalimentario a las nuevas dinámicas sociales.** Cada vez hay mayor número de personas, en todo el mundo, que prioriza los **estándares de calidad y protección del medioambiente** a la hora de tomar la decisión sobre qué productos consumir.
- 🌱 **Contribuye a una mayor autonomía estratégica.** Protegiendo a los productores de factores geopolíticos, como la guerra de Ucrania o la inflación, debido al **menor uso de insumos de origen externo** en las explotaciones.

<sup>6</sup> Elevating the Diverse Voices of Global Agriculture. Bayer, 2023.

<sup>7</sup> Associació Valenciana de Agricultors (AVA-ASAJA), 2022.

<sup>8</sup> Europeans, Agriculture and the CAP. Eurobarometer, 2024.

<sup>9</sup> Informe Anual de Comercio Exterior. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2023.

## 1.4. Los alimentos ecológicos fomentan una alimentación con mayores beneficios para la salud

El consumo de productos ecológicos va más allá de las preocupaciones ambientales, el bienestar animal y el crecimiento económico del sector. Según algunos estudios, el principal motivo por el que muchas personas optan por estos alimentos es la percepción de que son más saludables y tienen un perfil nutricional superior<sup>10</sup>.

Algunos métodos y aditivos utilizados en las actividades convencionales de producción y procesamiento de alimentos pueden representar riesgos para la salud. De hecho, la alimentación es un factor cada vez más importante a la hora de explicar la prevalencia de ciertas enfermedades o efectos sobre la salud, según The Lancet<sup>11</sup>.

Se han identificado varias dinámicas del sistema agroalimentario convencional que pueden generar riesgos para la salud:

- ◆ El uso intensivo de pesticidas en la agricultura y ganadería convencionales deja trazas y residuos químicos en los alimentos, lo que puede representar riesgos para la salud a largo plazo<sup>12</sup>. Los fertilizantes sintéticos contaminan aguas subterráneas con nitratos, y afectan a la salud respiratoria<sup>13</sup>.
- ◆ La irradiación que se emplea en alimentos para conservarlos y reducir intoxicaciones, están afecta negativamente a su valor nutricional<sup>14</sup>. Además, la mayor presencia organismos modificados genéticamente (OMG) está altamente asociados con riesgos cancerígenos y reacciones alérgicas<sup>15</sup>.
- ◆ La resistencia a los antibióticos, por su elevado uso en la actividad agroalimentaria, se está convirtiendo en una de las principales preocupaciones de salud pública. Las bacterias multirresistentes ya causan alrededor de 33.000 muertes al año y generan un gasto sanitario adicional de unos 1.500 millones de euros en la UE<sup>16</sup>.
- ◆ Los alimentos ultraprocesados, que ya representan el 12% de una dieta media<sup>17</sup>, causan unas 391.000 muertes al año en la UE, siendo la cuarta causa tras el tabaco, el alcohol y los combustibles fósiles<sup>18</sup>.



Frente a este desafío, la producción ecológica es una alternativa sostenible con mayores beneficios para la salud humana. La certificación ecológica exige prácticas agrícolas que, al no poder depender de insumos químicos, preservan la fertilidad del suelo y la producción de alimentos de manera natural, evitando la presencia de residuos químicos y antibióticos en los alimentos.

Varios estudios científicos han señalado las ventajas sobre la salud que poseen los productos ecológicos, si bien es necesario seguir impulsando la investigación en ese campo para obtener resultados significativos y consensuados sobre algunos efectos.

### Las claves de los alimentos ecológicos como alternativa saludable



- ◆ **Minimizan la exposición a pesticidas**, ya que su uso está prohibido o muy limitado para obtener la certificación. Esto evita residuos nocivos en la dieta que pueden tener un impacto en la salud.
- ◆ **No emplean irradiación ni organismos genéticamente modificados en los procesos de producción**, reduciendo los riesgos sobre la salud respiratoria o la aparición de enfermedades asociadas a estos.
- ◆ **Reducen el contacto con bacterias resistentes a los antibióticos**, un problema creciente de salud pública, ya que el uso de estas sustancias está fuertemente restringido en la producción ecológica.
- ◆ **Poseen mayor contenido de antioxidantes**, debido a los estándares exigidos por la normativa, lo que puede ayudar a combatir el daño celular y el envejecimiento. Algunos estudios señalan que los consumidores de este tipo de alimentos poseen más ácidos grasos omega-3, esenciales para la salud cardiovascular y cerebral.
- ◆ **Tienen mayor calidad nutricional**, con estudios que apuntan un mayor contenido de vitamina C y E en algunos tipos de productos cultivados de forma ecológica.
- ◆ **Reducen el riesgo de obesidad**. Algunos estudios han demostrado que quienes consumen más alimentos ecológicos tienen un 37% menos de prevalencia de obesidad, lo que se traduce en menores costes para el sistema sanitario. No obstante, es necesario seguir impulsando la investigación en este campo.

<sup>10</sup> A systemic review of organic versus conventional food consumption: is there a measurable benefit on human health?. *Nutrients*, 2019.

<sup>11</sup> Reporte 2023 de The Lancet Countdown on Health and Climate Change: El imperativo de una respuesta centrada en la salud en un mundo que enfrenta daños irreversibles. *The Lancet*, 2023.

<sup>12</sup> A systemic review of organic versus conventional food consumption: is there a measurable benefit on human health?. *Nutrients*, 2019.

<sup>13</sup> Crop yield gap and stability in organic and conventional farming systems. *Elsevier*, 2018.

<sup>14</sup> A Comprehensive Analysis of Organic Food: Evaluating Nutritional Value and Impact on Human Health. *Foods*, 2023.

<sup>15</sup> Genetically modified organisms: Do the benefits outweigh the risks? *Medicina*, 2008.

<sup>16</sup> Plan Nacional Resistencia Antibióticos.

<sup>17</sup> Ultra-processed food consumption in adults across Europe. *European Journal of Nutrition*, 2022.

<sup>18</sup> La OMS informa de cientos de miles de muertes anuales en Europa. *Olive Oil Times*, 2024.

# 02

## Un sector en auge en la Unión Europea



### 2.1. La producción, distribución y consumo ecológico

#### redefinirán el sector agroalimentario europeo

El sector de la **producción, distribución y consumo ecológicos** se encuentra en una **fase de crecimiento en todo el mundo**, y en concreto en la Unión Europea.

A nivel global, **entre 2013 y 2023** el número de productores y hectáreas **creció cerca de un 100%**<sup>19</sup>. En el mismo período, la producción de cultivos primarios convencionales apenas creció un 5%<sup>20</sup>.

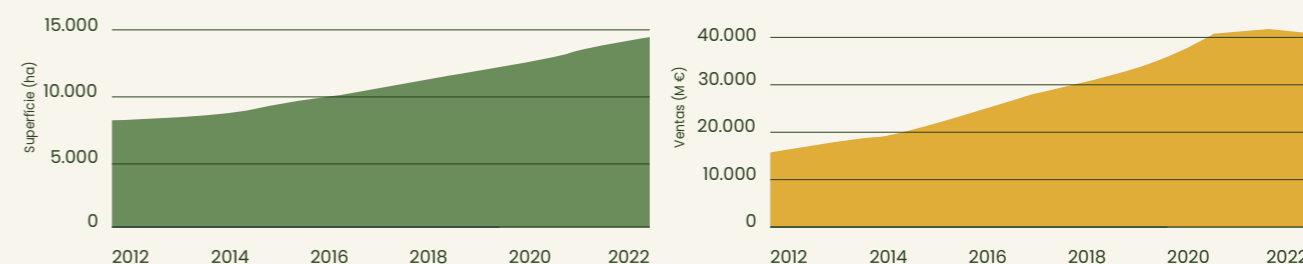
En la UE, **las cuotas de venta y producción** llevan años **aumentando a un ritmo notable** en muchos países y aportan **más de 45.000 millones** a la economía europea frente a los de 18.000 millones en 2010; un 150% más<sup>21</sup>:

◆ El número de **productores ecológicos ya supera los 425.000** en toda la UE. 17 millones de hectáreas de superficie agraria útil se destinan a este tipo de productos.

◆ La **demand**a también se está incrementando. En los últimos diez años, la venta de productos ecológicos **ha crecido por encima del 125%** en el conjunto de la UE. En **países que han adoptado marcos normativos ambiciosos**, como Francia, el crecimiento **supera el 200%**<sup>22</sup>.

#### Crecimiento de la superficie ecológica, en millones de hectáreas (izquierda), y de las ventas de productos ecológicos, en millones de euros (derecha) en la UE

Fuente: IFOAM Organics Europe a partir de Eurostat



Aprovechando este auge, **países** en los que el **sector agroalimentario no ha sido tradicionalmente puntero están incentivando** tanto el consumo como la producción ecológica para **aumentar su competitividad en este sector emergente**.

◆ **Austria**, con 27,5% de **superficie agraria útil dedicada a producción ecológica**, **Dinamarca**, con más de un 11% o **Alemania**, con un tamaño de mercado de 16.080 millones, **son ejemplos de países que se están situando a la vanguardia** del sistema productivo del futuro

Esto supone una **oportunidad para aumentar la soberanía alimentaria de la UE** en un contexto geopolítico en el que grandes potencias como EEUU o China fomentan la cadena de valor propia, incluido en este sector, con aranceles y medidas no arancelarias.

En cambio, **también es un reto para países europeos líderes** en el sector actualmente, **como España**, que **pueden perder competitividad** dentro y fuera de la UE si **no adaptan** su mercado y sus incentivos a la **creciente demanda de productos ecológicos y sostenibles**.

<sup>19</sup> The World of Organic Agriculture. Statistics & Emerging Trends. Research Institute of Organic Agriculture FiBL, 2024

<sup>20</sup> World Food and Agriculture 2024. Food and Agriculture Organization for the United Nations, 2024.

<sup>21</sup> Organic action plan. European Commission, 2021.

<sup>22</sup> Organic in Europe. Browse production and market data. IFOAM Organics Europe.



## 2.2. La Unión Europea está apostando por el crecimiento del sector

A pesar de su auge, el potencial del sector de la producción y el consumo ecológico en la UE y en España aún está, en gran medida, sin explorar.

Aunque el crecimiento ha sido exponencial de los últimos años, los productos ecológicos aún representan solamente un 4% de la cuota del mercado alimentario de la UE<sup>23</sup> y un 10,5% de la superficie agrícola utilizada<sup>24</sup>.

Para aprovechar el potencial del sector, tanto la Unión Europea como los países de nuestro entorno están aumentando la ambición en los últimos años. Se están implementando políticas e incentivos que buscan incrementar tanto la producción como la demanda de productos ecológicos.

La Unión Europea ha establecido objetivos ambiciosos en los últimos años, y ha configurado su marco estratégico, normativo y financiero para alcanzarlos.

Como reconoce la propia Comisión, para alcanzar los objetivos no es suficiente con aplicar las normas de la UE. Los Estados miembros deben desplegar políticas e incentivos de apoyo adaptadas a su contexto.

En España, serán necesarias estas políticas e incentivos para equilibrar el potencial de producción con la demanda de productos ecológicos, y evitar que las empresas se desloquen otros mercados.

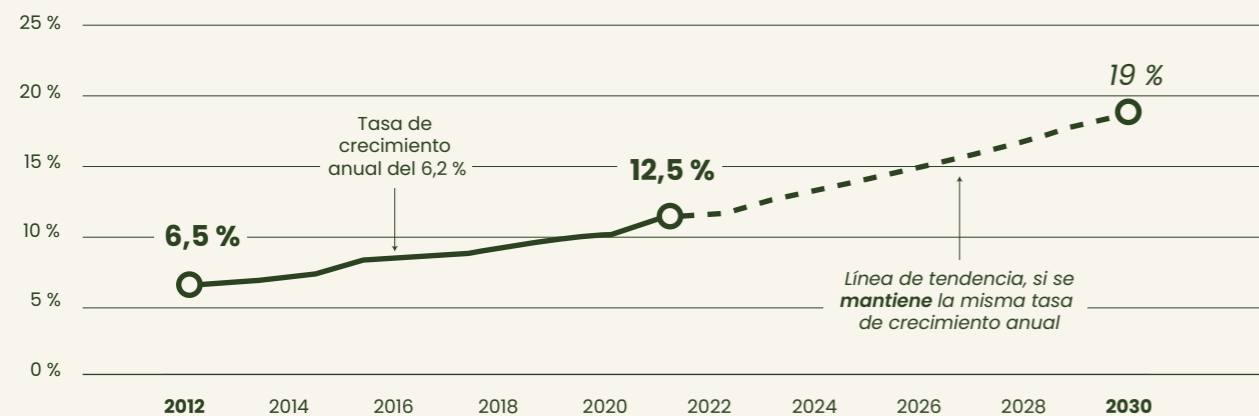
El 12,5% de la superficie agraria del país se dedica a la producción ecológica. De mantener la tendencia de crecimiento de la última década, en 2030 una de cada cinco hectáreas de superficie será ecológica, si bien hay potencial para aumentar esa cifra.

En cuanto al consumo eco, si bien se ha duplicado en los últimos años y ha crecido por encima del convencional, la cuota de mercado no llega al 3,5% y aún está muy atrás de otros países de nuestro entorno. La tendencia actual, aunque es creciente, no permitirá alcanzar el 10% en 2030, el objetivo del sector.

Si incorporamos las palancas de apoyo propuestas por la UE, y que otros países ya están desarrollando, podemos alcanzar estos objetivos y triplicar el volumen del mercado ecológico en la actualidad, alcanzando los 10.000 en 2030 y reduciendo hasta un 60% la huella de carbono del sector agroalimentario.

### Evolución del porcentaje de superficie agraria dedicada a la producción ecológica en España

Fuente: Tribunal de Cuentas Europeo a partir de Eurostat

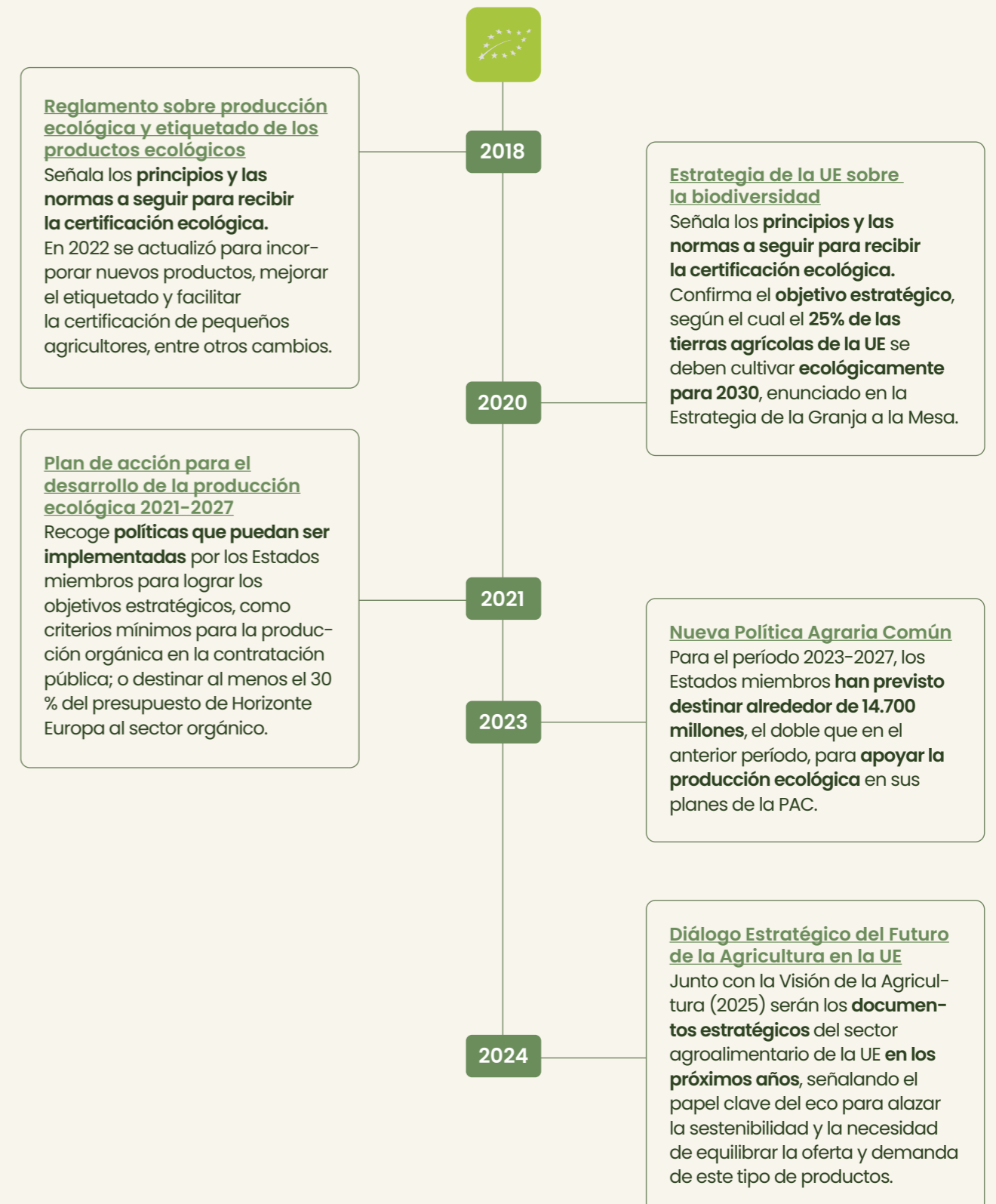


--- Estimación basada en la tasa de crecimiento anual anterior

<sup>23</sup> Informe Especial 19/2024: Agricultura ecológica en la UE. Tribunal de Cuentas Europeo, 2024.

<sup>24</sup> EU organic farming: 16.9 million hectares in 2022. Eurostat, 2024.

## La Hoja de Ruta de la UE para la producción, distribución y consumo ecológico



## 2.3. Varios países de la UE ya tienen un plan nacional y medidas de apoyo ambiciosas

En línea con los requerimientos de la UE, **gran parte de los Estados miembros** ya está **impulsando políticas públicas** para incentivar un sistema alimentario ecológico. Para muchos, es una **oportunidad de liderar el nuevo sector** agroalimentario europeo mientras cumple con sus objetivos climáticos.

En 2022, la **Comisión Europea solicitó** a los **Estados miembros que desarrollen sus propios planes de acción nacional** para el sector ecológico<sup>25</sup>. **Al final de 2023, todos** los Estados miembros **excepto tres habían puesto en marcha** este plan de acción nacional.


A pesar de su tradicional liderazgo del sector agroalimentario, **España es, junto a Grecia y Lituania, uno de esos tres países sin un plan nacional** de producción, distribución y consumo ecológico.


**España tampoco ha adoptado aún algunas de las políticas públicas más extendidas** entre los países de nuestro entorno<sup>26</sup>:

- ◆ En junio de 2024, **ocho Estados miembros** habían establecido **objetivos nacionales** relativos a la producción ecológica (y otros tres estaban en proceso de implementación). España no lo ha hecho<sup>27</sup>.
- ◆ Además, **cerca de la mitad** de los países **regulan porcentajes mínimos**, de hasta el 55% en el caso de Austria, de **consumo de productos ecológicos en la restauración y comedores públicos**. España no está entre estos países.


**Además de estas prácticas más extendidas, varios países están desplegando otros incentivos** a nivel nacional, **muchos de los cuales se podrían replicar en España** de forma sencilla y eficaz.

### ALEMANIA

 **Plan de acción:** Alemania cuenta con una **Estrategia Nacional Bio 2030**, que establece como **objetivo que el 30%** de las **tierras agrícolas sean ecológicas en 2030** (un 5% mayor que el objetivo de la UE).

 **Políticas públicas e incentivos:** A partir de su Estrategia Nacional, Alemania **ha desarrollado varias líneas de acción** con el objetivo de ser líderes de este sector de aquí a 2030. Destacan:

- ◆ **Ayudas públicas nacionales.** Ofrece apoyo financiero directo **a los agricultores que reconvierten sus explotaciones** y su actividad al modelo ecológico, y a **empresas de procesamiento** que cumplan con los estándares de producción ecológica.
- ◆ **Certificación ecológica para restauración pública.** En 2023, el gobierno alemán adoptó una nueva ley que regula el control y **etiquetado de los alimentos ecológicos en la restauración fuera del hogar** (Außer-Haus-Verpflegung), incluyendo restaurantes y comedores colectivos y alineado con la normativa europea.

 **Hitos:** Su **demanda interna es de las más altas** de la UE, y es **cinco veces superior a la de España**. Según el Ministerio, **las ayudas han contribuido** a que esta demanda sea incluso superior a la producción, lo que genera **incentivos a más agricultores y ganaderos a sumarse al sector**<sup>28</sup>. Su **mercado ecológico es el más grande de la UE:** ha crecido un 1000% (de 1.500 millones a 16.080 millones de euros) en 20 años.


<sup>25</sup> Pacto Verde Europeo: La Comisión presenta medidas para impulsar la producción ecológica. Comisión Europea, 2021.


<sup>26</sup> Informe Especial 19/2024: Agricultura ecológica en la UE. Tribunal de Cuentas Europeo, 2024.

<sup>27</sup> España declaró que la tendencia actual permitiría alcanzar el 20 % de aquí a 2030, pero no lo ha fijado en ningún texto normativo o estratégico como objetivo nacional.


<sup>28</sup> Bilan annuel de l'emploi agricole (BAEA), Agreste Chiffres et Données. Bureau des statistiques sur les productions et les comptabilités agricoles, 2021.

### ITALIA


 **Plan de acción:** En 2023 actualizó su **Plan de acción nacional de producción orgánica y productos orgánicos** para el período 2024-2026, con medidas dirigidas tanto a productores como consumidores. Su objetivo es dedicar el **25% de superficie agrícola a producción ecológica** a finales de 2027, es decir, **tres años antes del objetivo europeo**.


 **Políticas públicas e incentivos:** En los últimos años, ha aumentado el apoyo financiero y regulatorio al sector ecológico, desarrollando medida como:

- ◆ **Creación de un fondo de apoyo al sector.** Ha creado el **Fondo Nacional para la Agricultura Ecológica** para financiar proyectos innovadores en cadenas ecológicas. Los fondos nacionales se suman a los de la PAC. En total, suman **720 millones** para el sector (aproximadamente un 50% cada vía). Además, cuentan con un **impuesto a los fitosanitarios** cuyos **fondos se dedican a promoción y formación del sector** ecológico.
- ◆ **Impulso de la digitalización y la innovación.** Se está creando un sistema de recopilación de datos sobre elección de cultivos, superficies productivas, rendimientos y experimentaciones (**Sistema Nacional de Información sobre Agricultura Orgánica**) para fomentar la competitividad de toda la cadena de valor.


 **Hitos:** Italia **lidera, en la UE, en número de empresas agrícolas ecológicas**, con más de 84.000 registradas en 2023. **Dedica un 18% de la superficie** agrícola a la producción ecológica y, con las medidas del plan de acción nacional 2024-2026 espera ser uno de los **primeros países en alcanzar el objetivo** europeo del 25% para 2030.

### AUSTRIA

 **Plan de acción:** Incorpora su plan de acción sobre producción y consumo ecológico en la **Estrategia Nacional de Biodiversidad 2030**. En paralelo, ha desarrollado un amplio **marco normativo** propio y alineado con el europeo sobre cultivo sostenible, bienestar animal o etiquetado ecológico.

 **Políticas públicas e incentivos:** Trabaja junto con empresas y sociedad civil en las nuevas medidas que les permitan seguir liderando el sector eco en la UE:

- ◆ **Fomento de la colaboración público-privada.** Desde hace años cuenta con un **Consejo Asesor para la Producción Ecológica**, formado por instituciones públicas y privadas, que **asesora al Ministerio competente** y ayuda a elaborar directrices para la agricultura biológica, sobre todo aquellas no reguladas aún por la UE.
- ◆ **Fortalecimiento de la certificación ecológica.** Para fomentar el uso del distintivo ecológico, el Gobierno **paga hasta un 80% de los costes de inspección y certificación** de los productos ecológicos durante los cinco primeros años, cocinando la medida con recursos de la PAC y fondos nacionales.

 **Hitos:** Es uno de los países que más **está apostando por convertirse en un referente** futuro del sector agroalimentario, en el que actualmente no es líder. Ha logrado un **desarrollo simultáneo de la oferta y la demanda: un 27% de sus tierras** son ya ecológicas, por encima del objetivo de la UE para 2030; y la **cuota de mercado** de los productos eco es de las más altas de la UE (**11,5%**).

<sup>29</sup> Ökologischer Landbau. Umwelt Bundestam, 2024.

## DINAMARCA



**Plan de acción:** Dinamarca es pionero en alimentación ecológica. Cuenta con **Planes de acción para la alimentación ecológica** desde la década de 1990. El plan actual (que abarca de 2022 a 2030) establece el objetivo de **duplicar la proporción de tierras** dedicadas a la producción ecológica **para 2030**, alcanzando aproximadamente un **30%** del total de la superficie agrícola nacional (un 5% más que el objetivo de la UE).

**Políticas públicas e incentivos:** A partir de sus planes de acción, establece líneas concretas de apoyo, entre las que destacan:

- ◆ **Compra pública ecológica.** Prioriza alimentos ecológicos en las contrataciones públicas y está trabajando junto a la principal patronal del país para establecer **nuevos objetivos**. También ha lanzado programas para **capacitar a los encargados del servicio** y chefs en la implementación de menús ecológicos.
- ◆ **Colaboración y apoyo financiero para la reconversión ecológica.** Concede un suplemento de **161 euros anuales por hectárea** durante los dos primeros años de conversión a la producción ecológica. Además, su plan nacional indica que creará un comité con representantes del sector para identificar riesgos y oportunidades y fomentar la conversión.

**Hitos:** Es el **país con mayor gasto ecológico per cápita en la UE**, con 365 € por persona al año. Entre los casos de éxito está Copenhague, que alcanzó casi el **90% de compras públicas de productos orgánicos** en sus comedores; sin ningún efecto sobre el gasto público en comedores y con una **reducción de 25 euros en gasto sanitario por cada euro invertido** en alimentos ecológicos<sup>31</sup>.

## FRANCIA

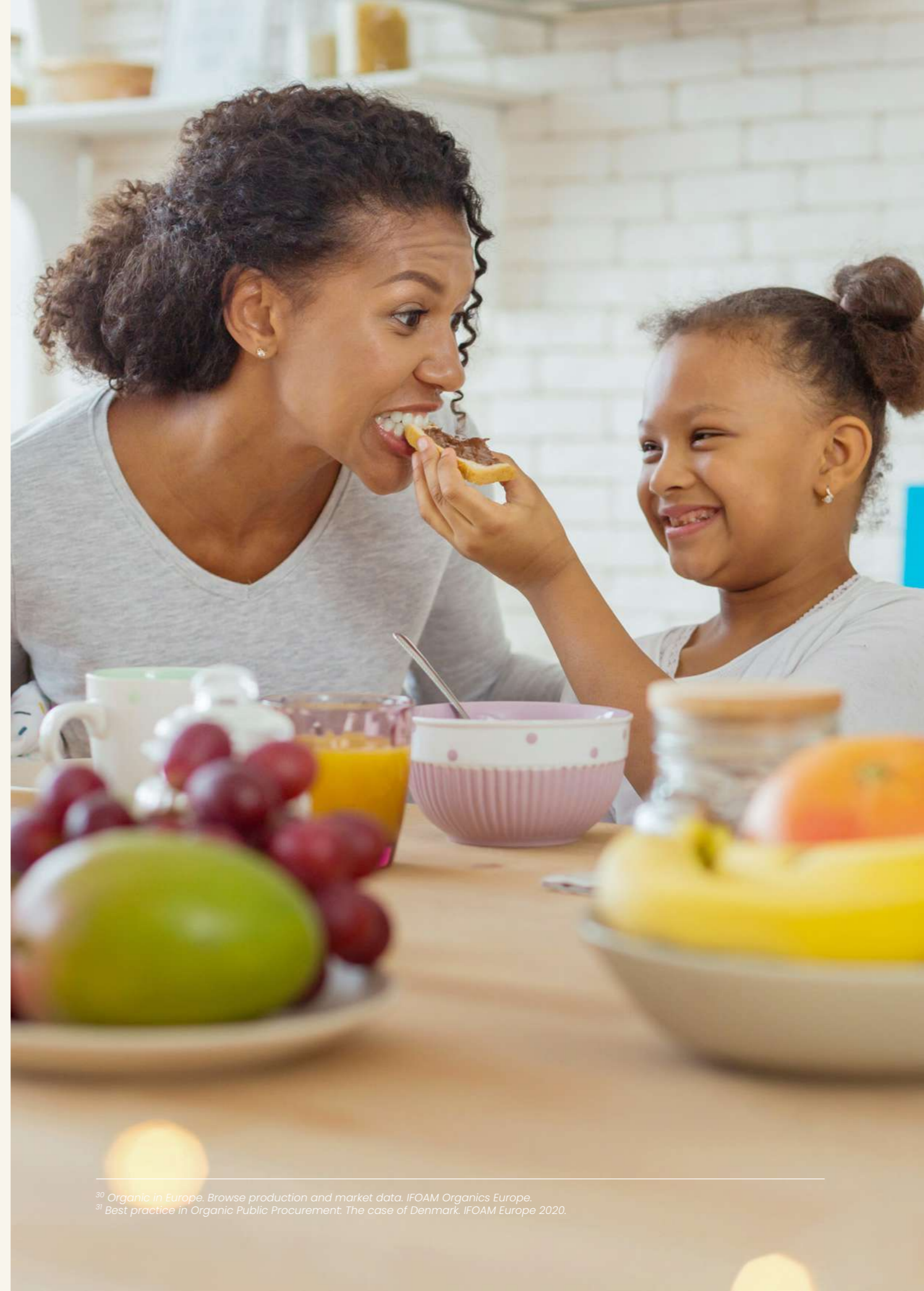


**Plan de acción:** El Plan Estratégico Nacional de la PAC (2023-2027) de Francia contiene un **plan específico para el sector ecológico**. Establece un objetivo del **18%** de superficie agrícola dedicada a la producción ecológica **para 2027 (y más de un 25% para 2030)**, si bien el plan se debería acompañar con líneas de acción concretas para cumplir los objetivos.

**Políticas públicas e incentivos:** Cuenta con políticas de apoyo tanto al consumo como a la producción ecológica:

- ◆ **Criterios de alimentación ecológica en comedores públicos.** Se han introducido normativas que obligan a los comedores públicos a incorporar al menos un **20% de productos ecológicos** en sus menús, con una meta adicional del **50% de productos que cumplan con sellos de calidad y sostenibilidad**. Además, se ha destinado un presupuesto de 120 millones para este objetivo.
- ◆ **Formación en agricultura ecológica.** En todos los cursos de formación agrícola se es **obligatorio impartir** la materia de **"Agricultura ecológica"**. En enseñanza básica, la **red pública nacional Formabio** apoya a las escuelas y organiza encuentros por toda Francia para promocionar y sensibilizar sobre prácticas agrícolas ecológicas.

**Hitos:** Es el **país de la UE que dedica más superficie** a la agricultura ecológica (cerca de 3 millones de hectáreas), igualado con España, pero con una **cuota de consumo dos veces mayor** a la nuestra. El empleo en el sector ecológico **crece a doble dígito** mientras que en el resto del agroalimentario se contrae, según los últimos datos<sup>28</sup>.



<sup>30</sup> Organic in Europe. Browse production and market data. IFOAM Organics Europe.

<sup>31</sup> Best practice in Organic Public Procurement. The case of Denmark. IFOAM Europe 2020.

# 03

## España, ante la oportunidad de ser líder europeo



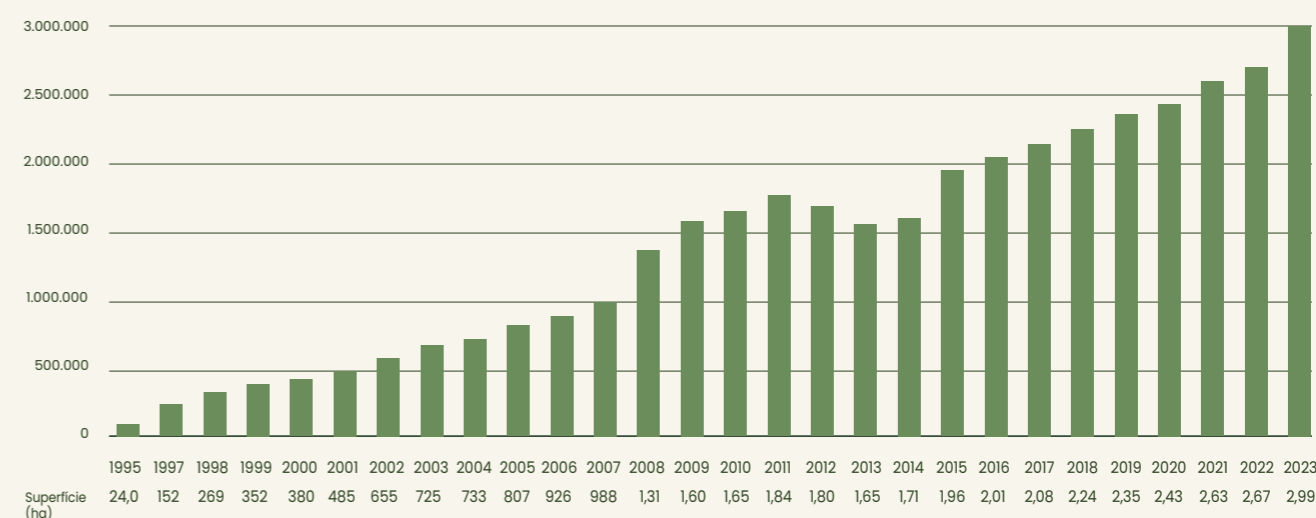
### 3.1. El mercado español crece, pero aún queda mucho potencial por explotar

A pesar de no existir todavía un plan nacional de producción, distribución consumo ecológico como en otros países de la UE, España se ha consolidado en los últimos años como uno de los principales mercados europeos, si bien queda mucho por avanzar:

- ◆ En 2013, la producción ecológica representaba una superficie total de 1,7 millones hectáreas, con 32.000 productores y 2.700 elaboradores.
- ◆ Diez años después, es el país europeo con mayor superficie agraria destinada a la producción ecológica. Se destinan más de 3 millones de hectáreas (+76%) y hay más de 58.485 productores (+84%) y 5.921 elaboradores ecológicos (+118%)<sup>32</sup>.
- ◆ El consumo se ha multiplicado por 2,5 en los últimos siete años y en los primeros meses de 2024 creció por encima del convencional. No obstante, la cuota de consumo y el gasto per cápita es menor que la de otros países, lo que obliga a algunos productores a exportar.
- ◆ España tiene una red de productores y fabricantes nacionales con más de 4.000 tiendas de canal especializadas repartidas en toda España, lo que le permite seguir absorbiendo la demanda.
- ◆ La disponibilidad se ha ampliado desde tiendas especializadas, pioneras en el sector, para llegar también a grandes superficies (que ya acumulan un 50% de la venta). No obstante, la disponibilidad en estas superficies sigue siendo reducida y dispar.

#### Evolución de la superficie agraria útil dedicada a la producción ecológica en España

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación



Aunque son cifras positivas, en España aún queda mucho potencial por explorar. El sector agroalimentario español es referencia europea y, si quiere seguir siéndolo, debe avanzar hacia la producción, distribución y consumo de alimentación ecológica como otros países europeos.

El horizonte de la UE a 2030 es ambicioso, pero alcanzable: un 25% del suelo agrario destinado a producción ecológica (el doble de la cifra actual en España) y un 10% de cuota de mercado (frente al 3,5% actual).

Para lograrlo, es clave equilibrar el consumo y la disponibilidad de productos certificados con la Eurohoja en los lineales (donde varios países superan a España con claridad) con la producción

(donde España es líder), así como combatir prácticas como el *greenwashing* que dañan al sector y limitan su crecimiento.

La Unión Europea y algunos países de su entorno están demostrando ambición en la determinación de objetivos, medidas e incentivos.

España debería posicionarse de una manera más clara desarrollando un plan de acción nacional y nuevos incentivos para el sector.

Contamos con grandes oportunidades y fortalezas que nos permitirán aprovechar todo nuestro potencial si resolvemos una serie de retos todavía pendientes.

<sup>32</sup> Anuario de Estadística sobre producción ecológica. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2024.

<sup>33</sup> Informe sobre el sector de la alimentación ecológica. Alimarket, 2024.

### 3.2.1. Trasladar el liderazgo español en producción ecológica al consumo

Como se ha señalado, **España es referencia en producción ecológica**. Somos el país de la UE con más superficie agraria útil dedicada y el segundo (tras Italia) con mayor número de productores ecológicos.

Sin embargo, **su liderazgo en la producción no se traslada con todo su potencial al consumo, a pesar de que este crece. Eso podría poner en riesgo la competitividad** del sector agroalimentario a largo plazo y los objetivos de reducción de huella ambiental.

**Si bien el consumo de productos eco creció** durante varios meses por encima del consumo de productos convencionales, la **cuota de consumo ecológico en 2023** fue del **3,5%** del total, **notablemente por debajo de países con menor tejido productivo**<sup>34</sup>.

Austria o Dinamarca superan el 10% mientras que **Francia o Alemania, prácticamente duplican la cuota española**<sup>35</sup>, **a pesar de que su potencial y su red de fabricantes nacionales es menor.**

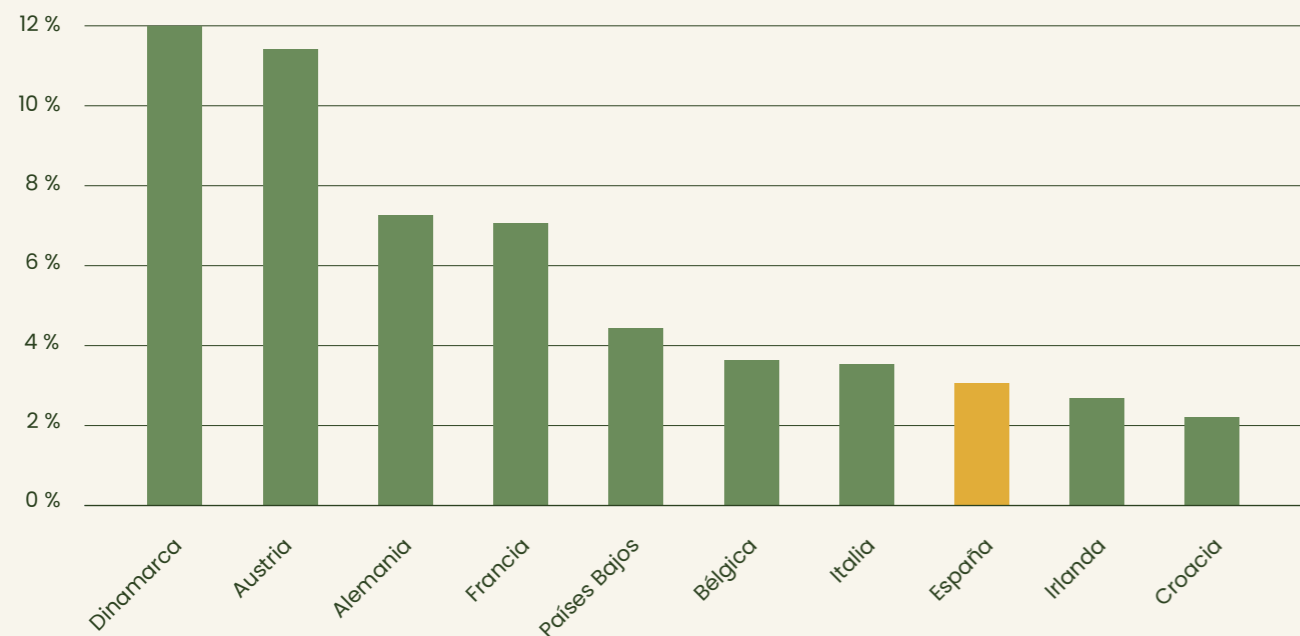
Los datos de gasto per cápita por habitante muestran una imagen similar: **no se están trasladando todas las ventajas competitivas país al consumo nacional**. El **gasto medio por hogar** en 2023 fue de **64€**, **tres veces menos que en Alemania y Francia** y muy por debajo del líder europeo, Suiza (437€) donde el poder adquisitivo es también mayor.

Si bien tanto la cuota de mercado como el gasto medio crece de forma consistente cada año, **serán necesarios incentivos adicionales**, como los que despliegan los países con mayor consumo desde hace años, **para alcanzar una cuota del 10% en 2030, el objetivo del sector.**

**Si no se desarrollan políticas favorables al consumo en España, se limitará también su potencial productivo**, ya que los productores se verán obligados a disminuir su oferta o buscar mercados fuera de nuestro país.

### Cuota de mercado de los productos ecológicos en los principales mercados de la UE (2022)

Fuente: Elaboración propia a partir de Eurostat



<sup>34</sup> Anuario de Estadística sobre producción ecológica. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2024.  
<sup>35</sup> Datos sobre sostenibilidad y agricultura ecológica. Eurostat.

### 3.2.2. Aumentar la disponibilidad de productos ecológicos en los lineales

El **desequilibrio entre los datos de producción y consumo** de productos ecológicos en España **se debe**, en buena medida, **a la baja disponibilidad de estos productos** en los lineales, en comparación con los convencionales, y a la **disparidad entre superficies**.

**Según datos de la OCU**, en 2022, **de las grandes superficies de supermercados y distribución en España sólo cuatro ofrecían una cesta básica** en la que al menos un **50% de los productos eran ecológicos**.

**En las demás** cadenas de distribución de gran tamaño **dicha oferta no alcanzaba el 25%**. En un caso en particular, **no había ningún producto certificado** con la Eurohoja en los lineales. Sin embargo, en la mayor parte de las más de **4.000 tiendas especializadas** por toda España, **la oferta bio superaba el 50%** de la cesta básica.

**La inflación** en los últimos años **ha disminuido la disponibilidad** ya que algunos de los principales distribuidores, especialmente

grandes superficies, **han priorizado productos más competitivos por el precio** o por el reconocimiento de marca, **frente a la calidad o la sostenibilidad**.

Además, la aparición de nuevas **certificaciones no oficiales** y el uso, en ocasiones incorrecto, de conceptos como "sostenible", "regenerativo" o "natural" no regulados en la normativa, **aumenta la confusión** sobre las **garantías que ofrecen estos productos**.

**Para aumentar la disponibilidad** de estos productos **es necesario trabajar de manera simultánea** en varios frentes: **aumentar la demanda, mejorar el reconocimiento** de las certificaciones **e introducir incentivos** para aquellos que incorporen esta gama de productos.

Además, **también es positivo favorecer el consumo en tiendas especializadas**, donde ciertos tipos de **productos pueden asentarse como opciones de consumo** atractivas para que las grandes superficies las incorporen en su oferta.

### 3.2.3. Evitar que el precio sea una barrera

**El precio sigue siendo**, para una parte importante de la población, **la principal barrera para comprar productos ecológicos** certificados.

Según el **Barómetro Honest**, en 2019 el **88% de los españoles señalaban que el precio** era la **principal razón** por la que **no consumían tantos productos ecológicos** como les gustaría. En 2023, WWF realizó una encuesta en la UE con conclusiones similares: **6 de cada 10 citaron el precio como principal obstáculo** para consumir alimentos eco.

Otras encuestas muestran que los **cambios en los hábitos** de consumo gozan de **menor aceptación social cuando** requieren un **desembolso económico adicional**. Por ello, muchos ciudadanos concienciados con la sostenibilidad prefieren contribuir de otras formas<sup>36</sup>. **La alta inflación de los últimos años ha consolidado esta tendencia.**

**A pesar de que la brecha de precio** entre productos certificados y no certificados **se ha reducido** del 40% hace seis años **a un 10% en 2023**<sup>37</sup>, **las diferencias en algunos productos aún son notables**.

**El precio medio de los productos ecológicos de origen animal** se acerca a los **8€**, mientras que **los convencionales no llegan a los 5€**. En cambio, **en los de origen vegetal prácticamente hay paridad de precios**.

**No es casual que los productos de origen animal supongan** menos de una **tercera parte del mercado** ecológico y que **solo el 15% de las industrias ecológicas** sean de **producción animal**.

**Reducir la brecha de precios** con los productos convencionales **es clave tanto para equilibrar la oferta** y el consumo a nivel nacional, **como para incentivar la transformación** del sector, y **especialmente de la ganadería**.

<sup>36</sup> La percepción social sobre la transición ecológica en España. Observatorio de Transición Justa, 2024.  
<sup>37</sup> Datos sobre sostenibilidad y agricultura ecológica. Eurostat.

### 3.2.4. Ofrecer garantías a la sociedad combatiendo el greenwashing

Las mayores exigencias y concienciación de la sociedad sobre la sostenibilidad y el bienestar animal han aumentado el atractivo y el valor añadido de los productos ecológicos.

Según el Eurobarómetro, los europeos consideran que los productos orgánicos cumplen con mayores estándares sobre pesticidas y fertilizantes (82% de acuerdo), son más respetuosos con el medio ambiente (81%), se producen con mayor respeto por el bienestar animal (80%), y tienen mejor calidad (72%) y sabor (64%)<sup>38</sup>.

Esto genera una mayor disposición a comprar productos que cumplan con estos requisitos. Por ello, en los últimos años muchas empresas han buscado destacarlos en sus ofertas, aunque no se trate de productos certificados. En ocasiones, mediante un mal uso de declaraciones, etiquetas o publicidad.

Términos como "sostenible", "local", o "agricultura regenerativa" son utilizados con frecuencia sin una garantía real sobre lo que eso significa, ya que se trata de conceptos no

regulados que no certifican beneficios ambientales ni bienestar animal.

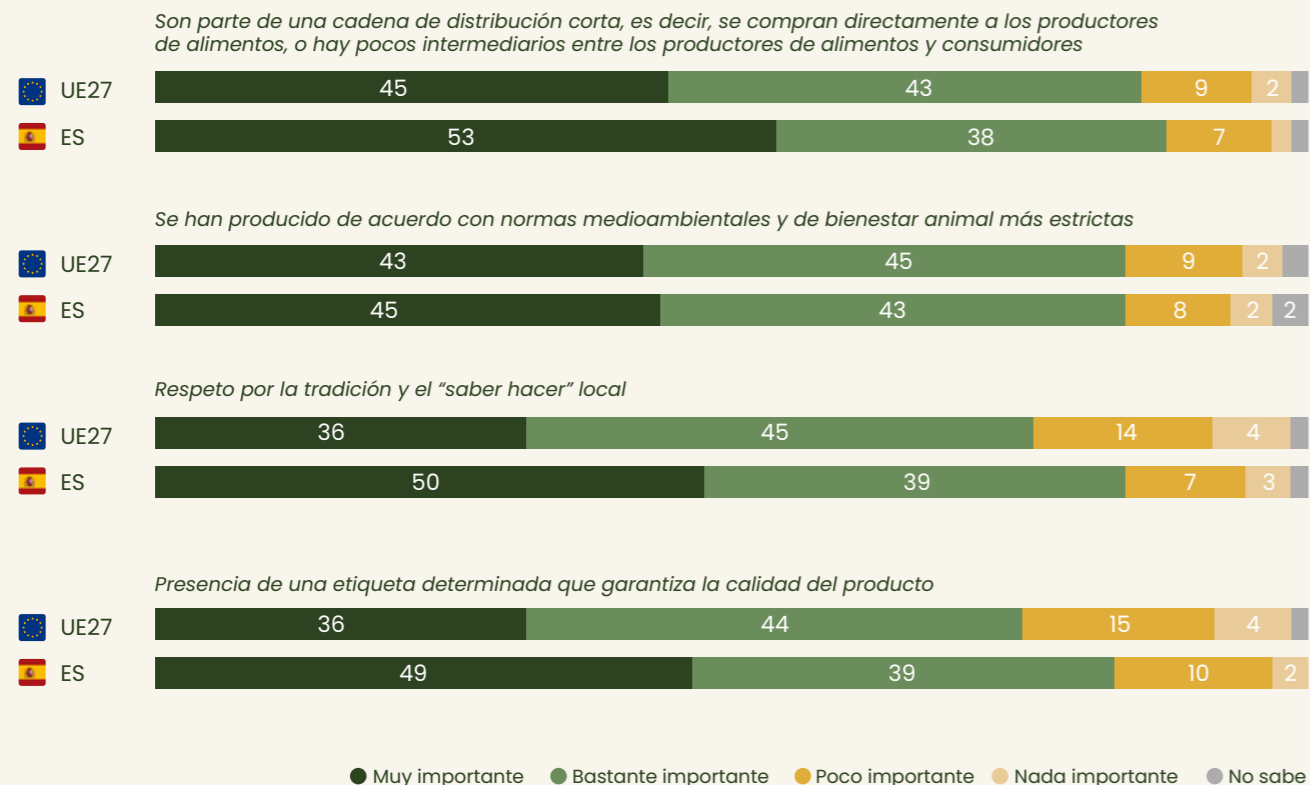
- Al no existir una definición legal del término "regenerativo", se han detectado referencias en productos en los que, a pesar de seguir prácticas regenerativas en sentido estricto, también seguían de prácticas agrarias degenerativas o se usaban pesticidas y fertilizantes sintéticos.

Estas prácticas están contribuyendo al greenwashing y dificultando la transición agroecológica real hacia sistemas alimentarios sostenibles, ya que generan confusión en los consumidores y desconfianza sobre los beneficios reales de estos productos.

La Eurohoja, el único sistema común europeo para la certificación de productos ecológicos, es clave en este momento. Es el único método que, amparada por normativa europea y por sistemas de verificación fiables y equitativos para toda la UE, puede garantizar una serie de estándares de sostenibilidad, bienestar animal y lucha contra el cambio climático reglados e iguales.

### Importancia que otorgan los ciudadanos españoles y europeos a diferentes factores a la hora de comprar

Fuente: Eurobarómetro



<sup>38</sup> Europeans, Agriculture and the CAP. Eurobarómetro, 2025.

Esta se apoya en pilares básicos como la salud y la ecología, el bienestar animal, y la lucha contra la crisis climática, todo ello en el marco de una colaboración positiva con los agricultores y productores, fijando empleo y generando mayor riqueza en el mundo rural.

Además, es el acreditativo más reconocido por los ciudadanos europeos, según el Eurobarómetro (con un reconocimiento

cercano al 60%). También es el más reconocido por los españoles, según Ecovalia (con un reconocimiento del 64%).

El sector ecológico español reclama un mayor esfuerzo en la promoción de la Eurohoja y el valor del producto ecológico frente al precio y en el establecimiento de criterios estrictos para el uso de terminología que puede constituir greenwashing.



ELIGE PRODUCTOS ECOLÓGICOS EUROPEOS



### 3.2.5. Impulsar el relevo generacional en el sector agroalimentario

La edad media de los agricultores y los ganaderos en España es de 61 años. En algunas Comunidades Autónomas, como la Comunitat Valenciana, supera los 65 años. Menos de un 1% de los jefes de explotaciones agraria tiene menos de 25 años<sup>39</sup>.

El relevo generacional es uno de los principales retos para mantener la competitividad del sector. El auge de la producción ecológica, donde la innovación tecnológica y digital son parte esencial de la actividad, hace aún más urgente este relevo.

La producción ecológica también puede ser un aliado. Se trata de un sector renovado, alineado con algunas de las preocupaciones de la población más joven y que está creando empleos que demandan competencias en las que estos pueden aportar un valor diferencial.

Para maximizar estas sinergias y contribuir a la sostenibilidad del sector, es fundamental el fomento de la formación y el asesoramiento en nuevas formas de producción agroalimentaria (como la ecológica), así como en competencias digitales y avanzadas.

<sup>39</sup> Associació Valenciana de Agricultors (AVA-ASAJA), 2022.

### 3.3. Las fortalezas del país

#### son un factor diferencial

#### 3.3.1. El precio de los productos ecológicos

##### es más resiliente a la inflación

El mercado ecológico ha demostrado ser más resiliente que el convencional. **A pesar de la inflación** generalizada de la cesta de la compra en los últimos años, **el precio medio de los productos ecológicos ha crecido menos** que el de los convencionales.

En el año 2023, según datos del Ministerio de Agricultura, el **precio medio de la "cesta convencional"** se incrementó en un 10,7%, **dos puntos más que la "cesta ecológica"** (8,7%)<sup>40</sup>.

Esta tendencia, lejos de ser un fenómeno puntual, **se viene observando en los últimos años, a medida que las economías de escala y la demanda se consolidan** en el

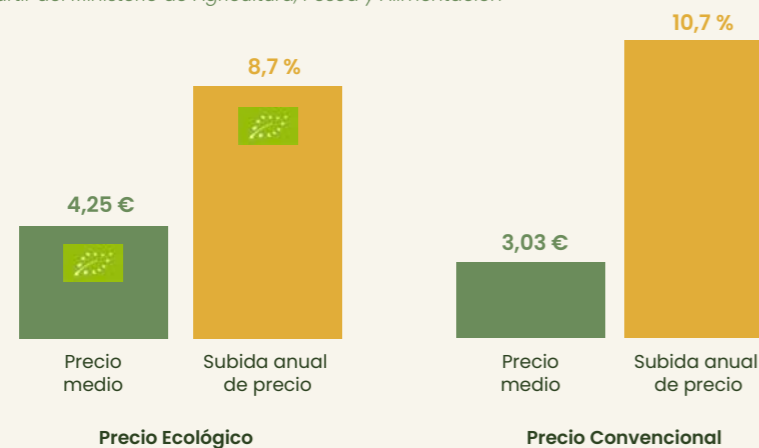
mercado bio y mayor número de canales de comercialización ofrecen estos productos. En 2022, la cesta ecológica se incrementó un punto y medio menos que la convencional<sup>41</sup>.

Gracias a esta evolución, **en algunos subsectores ya existe paridad de precio**. El precio medio de los **productos ecológicos de origen vegetal** fue más bajo (2,60€) que el de los productos convencionales (2,67€).

En el caso de los **productos de origen animal, esta paridad está más lejos**. Es clave ofrecer incentivos a la compra de productos bio y a la resolución de los problemas estructurales del sector ecológico de producción de carne.

#### Evolución del precio de la cesta ecológica y convencional en 2023

Fuente: Ecovalia a partir del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación



### 3.3.2. España es líder europeo

#### en producción ecológica

España tiene el potencial para seguir liderando el sector agroalimentario europeo (donde estamos entre los tres principales productores) **en un mercado sostenible y más innovador**. Cuenta con las **condiciones para autoabastecer el consumo ecológico interno** y, además, **convertirse en la mayor potencia exportadora** de productos ecológicos.

A día de hoy, **España es el país de la UE con mayor superficie de producción ecológica**, junto con Francia, **a pesar de que la demanda interna** de productos bio sigue lejos de algunos países europeos.

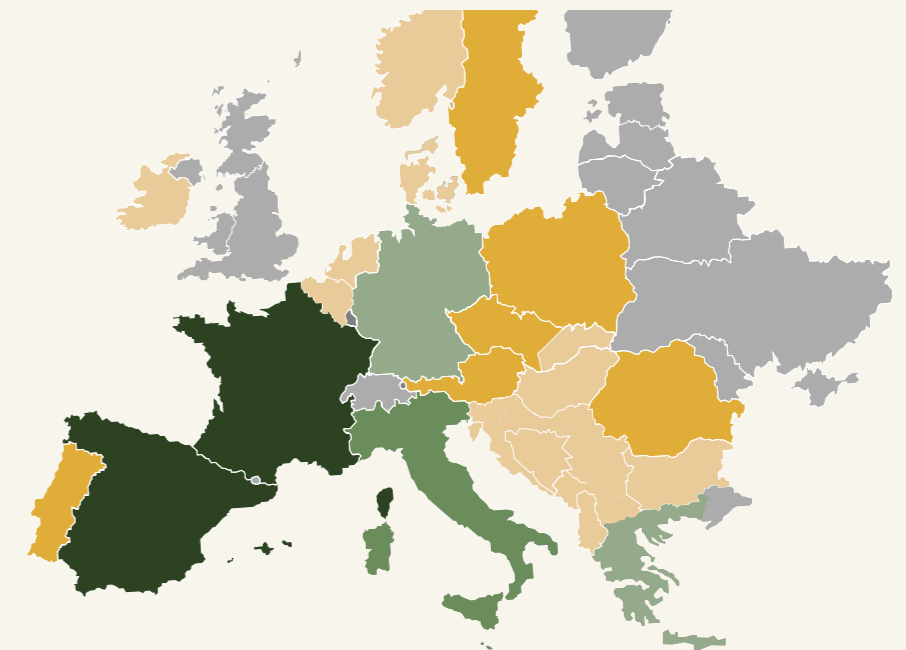
En el año 2024, se certificaron en España más de **3 millones de hectáreas** dedicadas a la producción ecológica, **un 11% más que en 2023** y el doble que hace una década<sup>42</sup>. Es un **17% de toda la superficie ecológica de la UE**.

España también es el **tercer país europeo con mayor número de productores ecológicos**, con más de **58.000 acreditados** en el año 2023<sup>43</sup>, **solo por detrás de Italia** (82.000) e igualados con Francia (59.000).

#### Superficie, en millones de hectáreas, dedicada a producción ecológica en la UE (2022)

Fuente: Elaboración propia a partir de Eurostat

- De 2,5 a 3M de ha
- De 2 a 2,5M de ha
- De 1 a 2M de ha
- De 500 a 1M de ha
- Menos de 500 ha
- Sin datos



A pesar de ello, **aún queda un largo camino para maximizar** este potencial y alcanzar los objetivos europeos. **Solo el 12% de la superficie agrícola del país** se dedica a la producción ecológica, y el **objetivo de la UE para 2030 es que sea el 25%**, lo que implica duplicar la cifra actual.

Para ello, **es necesario trabajar en dos frentes: fomentar**, con una financiación adecuada, que **la cadena de valor** siga desarrollando productos ecológicos e **incentivar el crecimiento de la demanda interna** de estos productos. Si no se abordan ambos frentes, se corre el riesgo de que la falta de demanda paralice también la producción.

<sup>40</sup> Informe anual de consumo y producción ecológicos 2023. Ecovalia, 2024.

<sup>41</sup> Informe anual de consumo y producción ecológicos 2022. Ecovalia, 2023.

<sup>42</sup> Según Ecovalia, a nivel regional, Andalucía (50% de la superficie ecológica española), Castilla-La Mancha (16%) y Cataluña (9%) mantienen sus posiciones de liderazgo a nivel nacional. Asimismo destaca el crecimiento medio de la superficie ecológica del País Vasco (+20%), Castilla y León (+18%) y Aragón (+17%) en los últimos cinco años.

<sup>43</sup> Organic in Europe. Browse production and market data. IFOAM Organics Europe.

### 3.3.3. Algunos productos ecológicos ya son habituales en la cesta de la compra

La población española ha demostrado que **apuesta por alimentos alternativos a los convencionales** cuando además de la calidad y el sabor, los precios y la oferta de estos productos se asimilan.

Existen ciertos segmentos de alimentos ecológicos que se han convertido en habituales en la cesta de la compra de la población española. Algunos se aproximan cada año a la cuota de mercado de sus homólogos convencionales.

El **70% del mercado de productos ecológicos** proviene de alimentos de **origen vegetal** y ya comercializa un volumen cercano a los 450.000 kg/L cada año. **Muchos de estos productos ya son frecuentes** en la cesta de la compra de las familias.

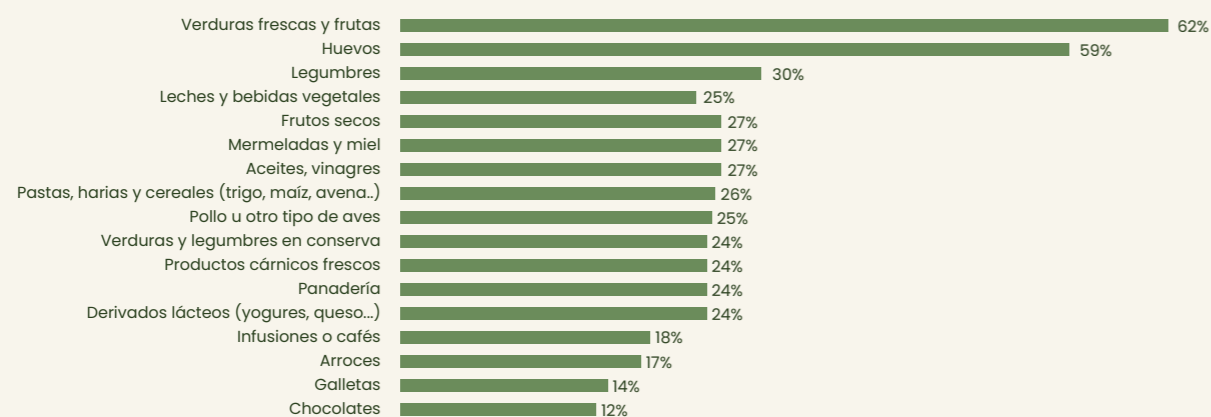
Ciertas categorías han alcanzado una **fuerte penetración** en el consumo bio. Es el caso de los alimentos infantiles, las leches y bebidas vegetales, los cereales de desayuno y los yogures.

La **paridad de precios** entre los vegetales convencionales (2,67€ en 2023) y los ecológicos (2,60€) explica, en buena medida, el **incremento de la oferta y del consumo**.

Estos ejemplos muestran que **alcanzar el círculo virtuoso entre demanda y precios** (a medida que bajan los precios aumenta la demanda, y esto contribuye a bajar los precios) **es una vía eficaz** para que **productos ecológicos**, con mejores garantías ambientales y de calidad que los convencionales, **se asienten en la cesta de la compra**.

### Presencia de diferentes tipos de alimentos ecológicos (en porcentaje) en la cesta de la compra de consumidores habituales de estos productos

Fuente: Comité Aragonés de Agricultura Ecológica



### 3.3.4. El sector ecológico está impulsando la innovación

El sector de la **producción y comercialización ecológica está liderando la innovación** y la digitalización del **mercado agroalimentario** (un segmento **tradicionalmente envejecido y escasamente digitalizado**) y de la actividad de distribución y comercialización de nuestro país.

Se trata de un **sector moderno, en auge** en toda la UE y **con mayor disposición a acoger las innovaciones** técnicas y digitales.

De hecho, la **innovación está directamente vinculada** con la razón de ser del sector ecológico, por lo que su desarrollo va de la mano. Las **tecnologías avanzadas** permiten **optimizar el uso de recursos**, reducir el desperdicio o **realizar controles de calidad** más precisos. Por tanto, **son la vía más eficaz para reducir la huella ambiental y garantizar el bienestar animal** exigido por la certificación ecológica.

Por ello, **en los últimos años se han extendido innovaciones** como el uso de **blockchain** para seguir la cadena de suministro, la **IA** para eficientar los controles de calidad, la **agricultura de precisión** para garantizar la sostenibilidad de los cultivos o el **uso de drones** para obtener datos precisos sobre el estado de los cultivos en tiempo real<sup>44</sup>.

El **apoyo a la innovación unida a la sostenibilidad** (ej: "Estrategia de Digitalización del sector agroalimentario") ha sido y **será fundamental seguir siendo competitivos** a nivel europeo y global. En ese sentido, el sector eco es un vector de transición ecológica y digital en el que se deben maximizar estas sinergias.

### 3.2.5. Las perspectivas de crecimiento son positivas

Como se ha señalado, el **mercado de los productos ecológicos ha crecido** más de un **60% en los últimos cinco años**<sup>45</sup>. A pesar de que en los últimos dos años este crecimiento se ha estabilizado, las perspectivas del sector para los próximos meses son muy positivas.

En 2024, ya había en España **más de 65.000 actividades ecológicas registradas** y **cerca de 11.000 empresas** dedicadas a ellas. Es un **crecimiento de la actividad industrial del 23%** en los últimos cinco años. Hasta 2020, último año con datos disponibles, el sector creaba en torno a **500 puestos de trabajo cada mes** (más de 30.000 en cinco años).

Según el **Termómetro del Estado del sector ecológico**<sup>46</sup>, la perspectiva es que estos datos **sigan siendo igual de positivos**. 4 de cada 5 empresas afirman que en el último

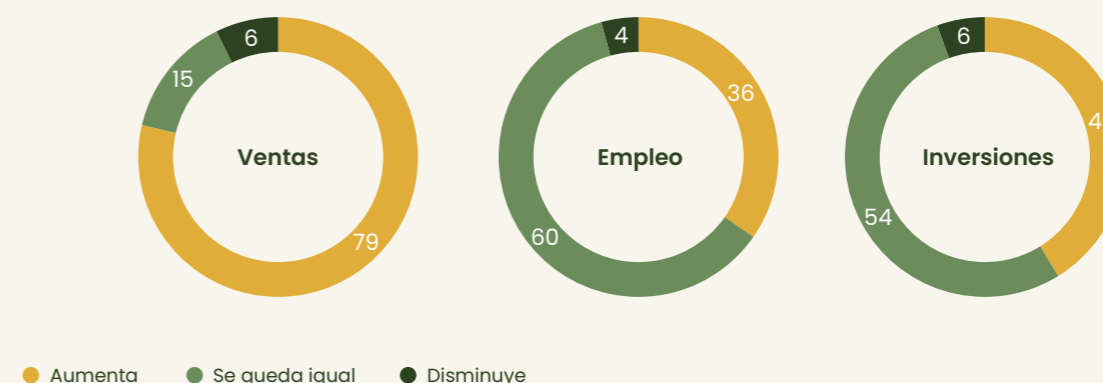
trimestre de 2024 habían experimentado un crecimiento respecto al mismo momento en el año anterior. Solamente un 6% ha empeorado su situación.

Estas empresas cada vez están **creando más empleo y movilizandoy mayor número de inversiones**. Casi un **40% ha aumentado** su personal y sus inversiones mientras que menos de un 4% y un 6% respectivamente las ha disminuido. Lo mismo ocurre con las **exportaciones, que crecen o se mantienen en el 90% de las empresas**.

A pesar de todo, **el sector también detecta ciertos retos** (como los incentivos a la compra, el relevo generacional o el apoyo financiero), que es **necesario abordar para mantener estas buenas cifras** y, sobre todo, **aprovechar el potencial** que aún sigue bloqueado.

### Crecimiento de las ventas, el empleo y las inversiones en el sector ecológico español en 2023

Fuente: Bio Eco Actual



<sup>44</sup> Organic Food Trends: Global Market Overview. Innova Market Insights, 2024.

<sup>45</sup> Informe anual de consumo y producción ecológicos. Ecovalia, 2018.

<sup>46</sup> En la encuesta, realizada por Bio Eco Actual, participan 80 empresas en una representación significativa del sector, incluyendo tanto el segmento de la alimentación como otros (cosmética, limpieza, complementos, etc). Participan 38% de empresas dedicadas a la comercialización, un 19% destinadas a la distribución y un 43% dedicadas a la fabricación, con una representación equilibrada de número de trabajadores.



# 04

## Hacia un plan de acción nacional de la producción, distribución y el consumo ecológicos



### 4.1. España necesita una estrategia de país para un sector ecológico competitivo

España es uno de los tres países europeos que aún **no ha desarrollado un plan de acción nacional para el sector de la producción, distribución y consumo ecológico.**

Para continuar siendo líderes del sector agroalimentario de la UE a largo plazo, es **urgente** que España desarrolle **este plan** y que introduzca **políticas e incentivos** que aceleren el crecimiento del sector eco.

España necesita **mantener su liderazgo en la producción ecológica y llevar los productos eco a los puntos de venta**, mejorando la disponibilidad, **y a la mesa**, aumentando el consumo.

La **Estrategia Alimentaria**, recientemente publicada, supone un **documento de referencia** a partir del cual **desarrollar este Plan de Acción.**

Presentamos a continuación las propuestas del sector **para un plan nacional de la producción, distribución y consumo ecológico**, orientado en tres ejes estratégicos:

- ◆ **Aumentar el reconocimiento de los productos ecológicos.** Como primer paso, es clave mejorar la educación, invertir en concienciación y combatir el greenwashing para que los ciudadanos reconozcan y demanden productos sostenibles.

#### 4.1.1. Aumentar el reconocimiento de los productos ecológicos

**Reforzar el papel de la Eurohoja y combatir el greenwashing.** Proponemos coordinar las políticas públicas en materia de producción y consumo ecológico teniendo en cuenta la Eurohoja como acreditativo común y reglamentado en toda la UE. Se trata, por tanto, del estándar que debe marcar el acceso a incentivos o a normativa para el sector "eco".

- ◆ Para combatir el *greenwashing*, se propone **regular conceptos como "local", "regenerativo" o "sostenible"** que pueden llevar a confusión por parte del

- ◆ **Fortalecer el liderazgo español en la producción.** Incentivando la transformación del sistema agroalimentario, apoyando a los agricultores y ganaderos que quieran incorporarse al sector ecológico.

- ◆ **Llevar los productos ecológicos a la mesa.** Aumentando la disponibilidad de productos en los puntos de venta y desarrollando mecanismo que aumente el consumo en los hogares y en otros establecimientos.

Para configurar y dar seguimiento a este plan se debería pivotar en dos herramientas:

- ◆ **El establecimiento de objetivos** específicos de producción y consumo ecológico a medio y largo plazo.
- ◆ **La creación de un foro de colaboración** con **representantes de los Ministerios** implicados, **representantes del sector ecológico** a nivel nacional y autonómico, **consumidores**, así como tiendas especializadas y otros puntos de venta. Este se encargaría de actualizar y dar seguimiento al plan y los objetivos.

ciudadano y que no garantizan el cumplimiento de ciertos estándares<sup>47</sup>. La **Ley de Consumo Sostenible** es un buen marco para hacerlo, con la Eurohoja como el punto de partida de la sostenibilidad en el sector agroalimentario.

- ◆ Para reforzar la Eurohoja en toda Europa, proponemos también que **España lidere en la UE la armonización** de las diferentes iniciativas en materia de **etiquetado de origen y logotipos** de calidad.

<sup>47</sup> El proyecto de Reglamento de uso de la marca de certificación de Producción Agraria Sostenible (PAS) presentado a la UE es un ejemplo: propone evaluar "prácticas de sostenibilidad" en base a tres categorías para otorgar un acreditativo. Sin embargo, los estándares para considerar "sostenible" estas prácticas son más laxos que los de la Eurohoja. Si el reconocimiento social y los incentivos de esta acreditación son iguales que los de la Eurohoja, se genera un desincentivo a seguir estándares más estrictos.

**Impulsar campañas de promoción de los productos certificados.** Reforzando la labor de **comunicación y concienciación** social respecto a los productos ecológicos certificados por la Eurohoja para mejorar su reconocimiento (actualmente en torno al 60%) y fomentar una alimentación sostenible y más saludable.

- ◆ Se propone lanzar una campaña, diseñada por el Ministerio de Agricultura junto con el sector, **que reivindique la Eurohoja como certificado de sostenibilidad** y ponga en valor la calidad de los productos acreditados.
- ◆ Alternativamente, se podría establecer que un **porcentaje (del 15 al 20%) de los fondos de promoción** del Ministerio se dedicasen **al sector ecológico**.

#### 4.1.2. Mantener el liderazgo español en producción ecológica

**Introducir Incentivos fiscales y económicos para los productores.** Para mantener el liderazgo español en el sector agroalimentario es clave **facilitar la conversión** de agricultores y ganaderos hacia prácticas ecológicas. Es preciso **minimizar las barreras económicas iniciales** que persisten por la necesidad de implantar estándares exigentes.

- ◆ Se propone **reforzar las ayudas ecológicas en futuros fondos de la PAC** y establecer **orientaciones generales a las CCAA** (respetando su margen de competencias) para que la agricultura y ganadería ecológica **obtengan una horquilla de fondos privilegiada**. El sistema de Países Bajos es un ejemplo.
- ◆ Complementariamente, proponemos **impulsar la cofinanciación nacional al sector**. Por ejemplo, creando un **Fondo Nacional Ecológico**, como en Italia, que otorgue fondos adicionales a los proyectos u otorgando un **suplemento durante los dos primeros años de conversión** ecológica para minimizar barreras de entrada.
- ◆ También proponemos **estudiar incentivos fiscales adicionales**, como bonificaciones en el Impuesto de Actividades Económicas a agricultores y ganaderos ecológicos.

**Fomentar la formación en el sector ecológico.** Siguiendo modelos exitosos, como Francia, donde la **concienciación desde las escuelas** ha sido uno de los **principales impulsores del consumo habitual** de estos productos:

- ◆ En **formación básica, con contenidos** específicos sobre agricultura y ganadería **en el currículum**, así como con **entidades de apoyo**, como la red Formabio de Francia, que organiza iniciativas para conocer mejor el sector en colaboración con las escuelas.
- ◆ En **formación profesional, mediante FP duales** específicas del sector ecológico y **contenidos específicos en otros grados** de formación en el sector primario. También se podrían **ampliar programas, como el Campus Rural**, más allá del ámbito universitario para fomentar el relevo generacional en el sector primario.

Esta medida se podría dirigir **a profesionales menores de 40 años** para fomentar en paralelo el necesario relevo generacional del sector.

**Favorecer la obtención y mantenimiento de certificados ecológicos.** Una de las **barreras más comunes** para actores de menor tamaño es el **pago de tasas al certificador eco autónomo**, en ocasiones muy **elevadas y ligadas a criterios dispares** como el número de hectáreas, el número de cabezas de ganado o el importe de facturación de la empresa.

- ◆ Proponemos una **financiación pública del 100%** del servicio de **certificación en aquellas CCAA** en las que el **servicio no haya sido liberalizado**, como en otros países europeos. Mediante esta iniciativa **se eliminarían las desigualdades** que actualmente tienen que afrontar productores ecológicos entre CCAA generando un sector ecológico más competitivo y sano.
- ◆ Adicionalmente, una **financiación regresiva del 100% al 50%** en función del **número de años que la explotación lleve siendo ecológica**. Se comenzaría en el margen máximo, para fomentar la conversión y se reduciría progresivamente. Serviría para **paliar una barrera de entrada** a la Eurohoja, pero **serían necesarias garantías adicionales para su mantenimiento**, sobre todo en pequeños actores.

Una de las barreras más comunes para obtener la garantía ecológica es el precio de los certificados. Este **es dispar entre CCAA y, en algunos casos, incluye tasas elevadas** o incluso ligadas a la facturación de cada empresa, fundamentalmente para las pequeñas explotaciones y emprendedores.

- ◆ Proponemos que el **Gobierno financie** (como en otros países europeos) **los costes de inspección y certificación** de los productores ecológicos. Esto respetaría el reparto de competencias, pues cada CA regularía su tasa, y paliaría los problemas de competitividad en el sector, donde actualmente es más caro ser ecológico.
- ◆ Alternativamente, se podría optar por una **financiación regresiva de entre el 50% y 100% en función del número de años** que lleve la explotación **siendo ecológica**. Se comenzaría en el margen máximo, para fomentar la conversión hacia prácticas ecológicas y se reduciría progresivamente cuando estas se consoliden.
- ◆ Además, proponemos **avanzar hacia la unificación del sistema de certificación**, liberalizando el servicio de certificación **en todas las CCAA** y, hacia la **armonización de criterios y costes de certificación para crear condiciones similares** para todos los productores ecológicos en todas las Comunidades Autónomas.

**Fortalecer las ayudas a la digitalización, investigación e innovación del sector.** Maximizando el liderazgo del segmento eco en la modernización del sector agroalimentario:

- ◆ Proponemos **incluir cuotas específicas** para el sector ecológico en **programas de digitalización, innovación e investigación** existentes y lanzar nuevas **iniciativas como la creación de un sandbox** o espacio de experimentación para impulsar nuevas prácticas sostenibles.
- ◆ También sería positivo **fomentar el uso de tecnología avanzada para recopilar datos** sobre producción ecológica que contribuyan a mejorar la información del sector. Experiencias como el Sistema de Información de Agricultura Orgánica de Italia demuestran que es un elemento que mejora la competitividad del sector.

**Impulsar un programa nacional de asesoramiento técnico para agricultores** que favorezca las mejores prácticas ecológicas y la conversión ecológica.

- ◆ Para **nuevos profesionales**, ofreciendo el servicio a agricultores y ganaderos (especialmente de pequeñas explotaciones) que quieran transformar su modelo y **no tengan información o apoyo técnico suficiente**.
- ◆ Para **profesionales que ya sean productores ecológicos**, orientándoles sobre cómo **mejorar sus rendimientos o reforzar la colaboración** entre diferentes productores.



### 4.1.3. Llevar los productos ecológicos a la mesa

**Impulsar un IVA reducido a los productos ecológicos.** Como se ha señalado, el precio sigue siendo una de las barreras al consumo de productos eco. Una vez se acerca la paridad en precios se produce un círculo virtuoso entre mayor consumo y reducción de los precios, como ya ocurre en productos eco asentados en la cesta.

- ◆ Proponemos extender el IVA superreducido del 4% a todos los productos ecológicos, impulsando en Europa la armonización y fomento de esta medida en la normativa sobre IVA. La alineación con los objetivos en materia climática, sanitaria y económica justifica la implementación de la reducción.
- ◆ Progresivamente el objetivo sería avanzar hacia un IVA del 0% a estos productos para acelerar el crecimiento del sector y liderar también en consumo en la UE.

**Establecer un objetivo de consumo de productos orgánicos en cocinas públicas.** Se trata de una medida que ya aplican cerca de la mitad de los países de la Unión Europea. En países líderes en consumo ecológico, como Austria, Francia o Dinamarca, este objetivo llega hasta el 50% y ha contribuido a aumentar el número de operadores ecológicos y la creación de circuitos cortos de distribución.

- ◆ Proponemos establecer un porcentaje mínimo del 25% de productos ecológicos en los menús de colegios e institutos, aumentando la ambición del Proyecto de RD de fomento de una alimentación sostenible en centros educativos (5%)<sup>48</sup>. Además, proponemos extender la obligación al resto de establecimientos públicos, así como hospitales públicos y privados.

- ◆ Para garantizar que se cumple el objetivo proponemos adaptar las condiciones de las licitaciones a las características del sector y establecer un gasto mínimo en torno al 30% de los fondos para la compra y contratación pública ecológica; en línea con las recomendaciones de los estudios académicos sobre compra pública verde<sup>49</sup>. En 2024, las licitaciones para comedores escolares movilizaron cerca de 800 millones.
- ◆ Estas medidas son especialmente efectivas acompañadas de otras como la elaboración de guías de buenas prácticas junto a comunidades escolares<sup>50</sup>, priorización de operadores locales y circuitos cortos de distribución, o creación de centros logísticos y centros de acopio y acondicionamiento a los que pueda acceder también la restauración privada.

**Incentivar una oferta básica de productos ecológicos en los puntos de venta.** Como señala la Estrategia Alimentaria, la disparidad y la falta de disponibilidad de productos eco en supermercados es una de las principales barreras para que los ciudadanos incorporen en sus hábitos de compra el consumo de estos productos. En países como Francia la alta disponibilidad ha sido un gran vector del crecimiento del consumo.

- ◆ Proponemos incentivar, desde el sector público, que cada supermercado ofrezca un mínimo porcentaje de productos acreditados de forma claramente identificable.
- ◆ El incentivo podría articularse mediante bonificaciones fiscales graduales en base al peso del eco sobre la facturación total.

<sup>48</sup> Como se señala en el proyecto de RD, los estudios realizados hasta el momento y las experiencias en CCAA con medidas similares demuestran que el impacto de introducir productos en el precio del menú es nulo. Así lo señalan también otros estudios. De hecho, como se ha señalado, en los últimos años la resiliencia de los productos ecológicos a la inflación se ha demostrado superior que la de los convencionales.

<sup>49</sup> Estudio sobre el grado de ambientalización de los contratos de comedores escolares en España. Universidad de Alcalá de Henares, 2024.

<sup>50</sup> Un ejemplo es la "Guía de Alimentación saludable y sostenible" para escuelas infantiles impulsado por el Ayuntamiento de Madrid, elaborada junto a grupos motores en cada escuela y expertos. Incluye criterios nutricionales para los Planes Alimentarios de las escuelas así como estándares mínimos para la contratación pública a partir de estos criterios.

