



# Oportunidades de Negocio en Mercados Verdes Europeos: Tendencias y Preferencias del Consumidor

Foro Empresarial  
Ventajas Competitivas en Nuevos Mercados  
a partir de  
la Reducción de la Huella Ecológica  
Costa Rica Country Club, 24 de setiembre del 2009

## Ejemplo Suiza

- Venta de alimentos ecológicos crece entre 2000 y 2006 en 52%
- Cantidad de algodón orgánico casi se duplica entre 2002-2004, cuota de mercado crece de 1.5 a 2.9%
- Venta de madera certificada por FSC crece entre 2000 y 2006 15 veces, crecimiento anual entre 30 y 100%
- Venta de refrigeradores muy eficientes en energía (A++) crece 5 veces entre 2005 y 2006, cuota de mercado de refrigeradores eficientes en energía (A+ y A++) crece de 29% a 55% entre 2004 y 2006

## Ejemplo Alemania

- Mercado de alimentos ecológicos crece entre 10% y 32% anualmente entre 2000 y 2007
- Mercado de productos cosméticos biológicos se duplica entre 2003 y 2006, desde entonces crecimiento anual de 20%
- Cuota de mercado de muebles ecológicos en 2009 de 5% (venta con valor de mil millones de Euros), se espera que la cuota de mercado se duplica en los próximos dos años
- Más de la mitad de los consumidores consideran criterios ecológicos “importantes” o “muy importantes” a la hora de comprar muebles (68%), carros (76%) o detergentes para lavar ropa (87%)

## El mercado europeo para productos verdes

### Ejemplo Alemania

- Cuando está disponible una alternativa ecológica de alimentos, 14% de los consumidores la compra. Alrededor de 60% la compra muy seguido o a veces
- Para productos de comercio justo, 7% de los consumidores se decide por esta alternativa siempre, 34% muy seguido o a veces
- Más del 90% espera que los productos disponibles sean producidos sin trabajo infantil, bajo condiciones de trabajo saludable, sin explotación laboral y con salarios justos

## Áreas claves para el consumo sostenible

Alimentación

Productos frescos y  
procesados, bebidas

Transporte y Comunicación

Carros, buses, trenes,  
teléfono, email, internet

Vivienda y Energía

Construcción sostenible,  
muebles y electrodomésticos

Productos de limpieza,  
cosméticos y moda

Artículos de limpieza,  
productos cosméticos, ropa y  
calzado

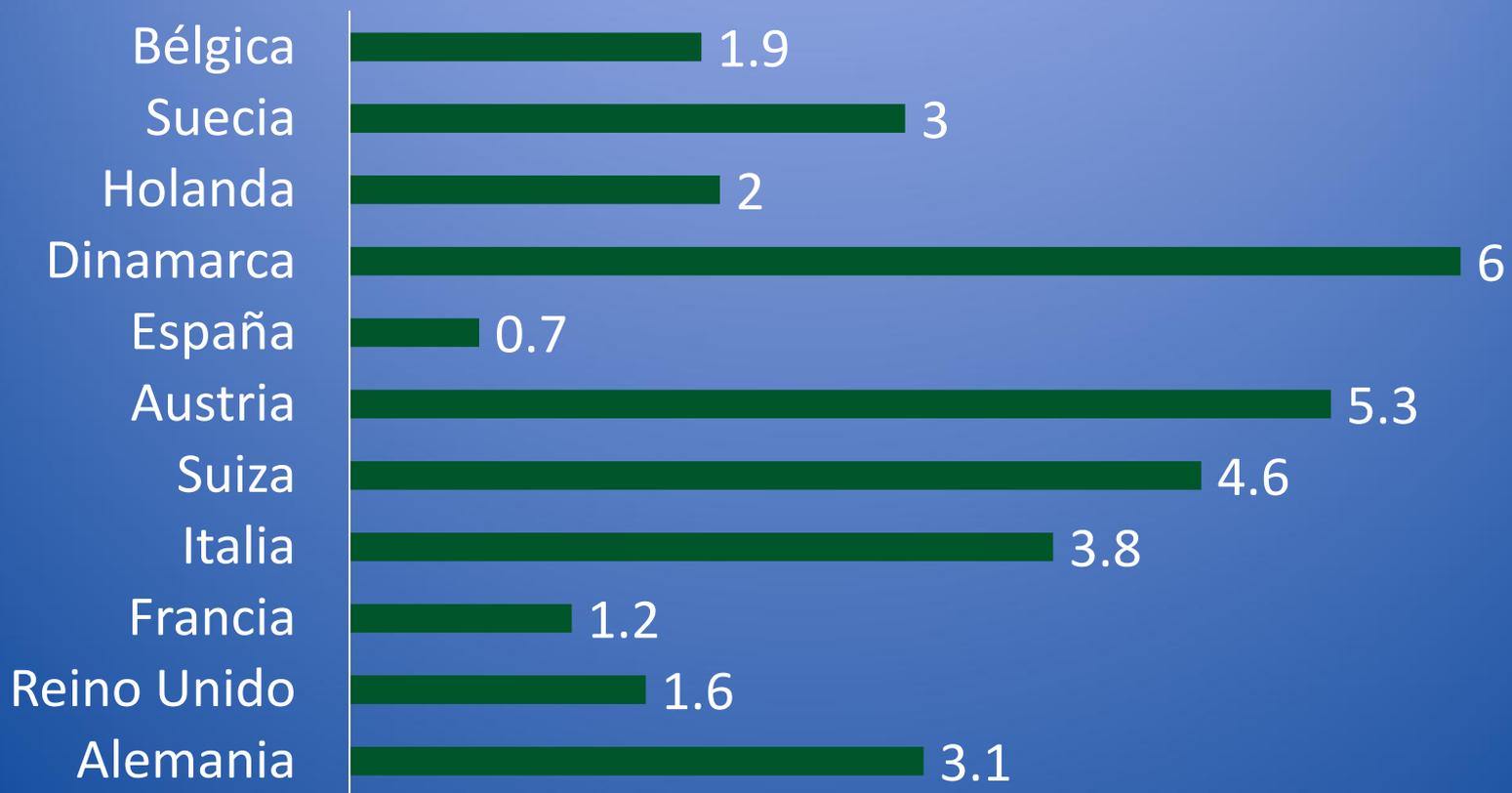


## El mercado europeo para alimentos ecológicos

- El mercado europeo representa 46% de la demanda mundial
- Ventas 2007: 16,2 mil millones de Euro
- Alemania: 1/3 de las ventas de la UE, 2<sup>ndo</sup> a nivel mundial
- Países con mayor área orgánica certificada: Italia, Alemania, Reino Unido
- Países con mayor área orgánica en proporción al total de área agrícola: Suiza (9%), Austria (8,6%)

## El mercado europeo para alimentos ecológicos

### Cuota de mercado de alimentos ecológicos en % (2007)



## Canales de Comercialización (2000)

PAIS	COMERCIO MINORISTA	TIENDAS ESPECIALIZADAS	MARKETING DIRECTO	OTROS
Alemania	33%	38%	17%	12%
Austria	75%	10%	10%	5%
Dinamarca	90%	2%	8%	0%
España	29%	49%	22%	0%
Finlandia	89%	5%	5%	1%
Francia	38%	46%	16%	0%
Holanda	44%	38%	1%	17%
Italia	23%	60%	17%	0%
Reino Unido	74%	15%	6%	5%
Suiza	69%	19%	7%	5%

## El precio de los alimentos ecológicos

- Costos 20-25% por encima de los de la producción convencional
- Precios de los productores 25-30% por encima de los de productos convencionales
- Precios que se aplican al consumidor final: 30-55% más que los precios para productos convencionales
- Precios varían mucho (mercado poco transparente, influencia de los canales de comercialización)

## Factores influenciando el consumo

- Edad
- Educación
- Ingreso
- Residencia
- Sexo
- Estado civil

## ¿Por qué compran productos ecológicos?

- Escándalos por contaminación de alimentos
  - Conciencia ambiental
  - Sabor/Gusto
  - Salud
  - Preocupación por el bienestar animal
- 

## Sellos de la Unión Europea

Certifica productos producidos acorde a los reglamentos sobre agricultura ecológica de la UE



Certifica productos no alimenticios y servicios que minimizan impactos en el medio ambiente



## Sellos Europeos importantes para alimentos ecológicos

Sello	Logotipo	Mercado Principal
Demeter <a href="http://www.demeter.net">www.demeter.net</a>		Internacional (en más de 60 países)
Naturland <a href="http://www.naturland.de">www.naturland.de</a>		Alemania, EEUU, Europa
Staatl. Biosiegel <a href="http://www.bio-siegel.de">www.bio-siegel.de</a>		Alemania
AB (Agriculture Biologique)		Francia
Soil Association <a href="http://www.soilassociation.org">www.soilassociation.org</a>		Reino Unido
Bio Suisse <a href="http://www.bio-suisse.ch">www.bio-suisse.ch</a>		Suiza

## Sellos en Alemania

Hay más de 120 sellos y marcas “bio” o “ecológico”

Los más reconocidos son:

Staatliches Biosiegel (sello nacional)	87%
Blauer Engel (Angel Azul)	81%
Oeko-Test	81%
Bioland	61%
Textiles de Confianza (Oeko-Tex 100)	61%
BioBio	48%
Demeter	36%
Rainforest Alliance	4%



## Retos del mercado europeo de alimentos ecológicos

- Falta de transparencia en los mercados para productos finales
- Sinfín de esquemas de sellos y etiquetados
- Escándalos “bio”
- Mercados ecológicos no necesariamente significan “intercambio justo”

- La demanda sigue superando la oferta
- “Techo” del mercado orgánico: 10% del total
- Los consumidores tienen preferencia por los productos de su región o país
- Alimentos de tipo tropical
- Grado de transformación de los alimentos
- Comidas preparadas orgánicas
- Entrada de grandes multinacionales

- Canales de comercialización
- Fuerte desarrollo de productos ecológicos no alimentarios
- Hoteles y restaurantes ecológicos, alimentos orgánicos en establecimientos públicos
- Inclusión de nuevos temas en los sellos ambientales



# Muchas gracias por su atención

Elisabeth Duerr

Asesora en Comercio Exterior y Medio Ambiente

Experta Integrada CIM

Cámara de Industrias de Costa Rica

Email: [eduerr@cicr.com](mailto:eduerr@cicr.com)