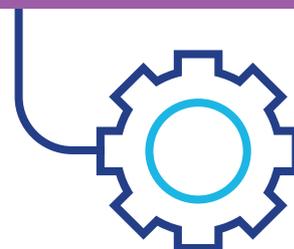


Características y actuales
tendencias en el mercado
de alimentos orgánicos

EL AGREGADO DE VALOR: PRINCIPAL DESAFÍO DE LOS ELABORADORES DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

02

ANÁLISIS INTI
Industria para el
Desarrollo



02 ANÁLISIS INTI Industria para el Desarrollo

- • Características y actuales tendencias en el mercado de alimentos orgánicos



El agregado de valor: principal desafío de los elaboradores de productos orgánicos

Autor

Mgter Silvina Talamoni | talamoni@inti.gov.ar

Unidad de Estudios de Economía Industrial y Prospectiva
Dirección de Planeamiento y Comercialización

AGRADECIMIENTOS

Ing. Agr. Facundo Soria
Responsable del Área de Producción Orgánica.
Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación

Ing. Agr. Gabriel Berardinella
Presidente de la Cámara Argentina de Certificadoras de Alimentos,
Productos Orgánicos y Afines

Lic. Christian Martinez
Presidente Organic Latin America

Lic. Nadina Cazaux,
Mgter Natalia Paola Masferrer
Lic. Josefina Witner

Integrantes del equipo de la línea de trabajo Diversificación de la Producción Orgánica
Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI)

Gerencia de Servicios Industriales del INTI





CARACTERÍSTICAS Y ACTUALES TENDENCIAS EN EL MERCADO DE ALIMENTOS ORGÁNICOS

El contexto internacional



La producción orgánica data desde hace ya varias décadas y se encuentra cada vez más consolidada a nivel mundial. Como consecuencia de la pandemia, el año 2020 marcó un crecimiento importante en la demanda, observándose un cambio en el consumo de alimentos, a favor del sector orgánico. Se trata de un segmento específico, orientado a quienes muestran gran interés por conocer el origen de los alimentos y asegurarse que fueron obtenidos sin generar impactos negativos al medio ambiente. Políticas recientes, como el confinamiento y las medidas restrictivas en la circulación, beneficiaron el comercio minorista de los productos orgánicos en todo el mundo¹.

A la fecha no existen informes internacionales que reflejen el impacto de la crisis del Covid-19 en la agricultura orgánica. Se dispone de datos oficiales correspondientes al año 2019. De los 181 países con registros sobre producción certificada, surge que la superficie abocada a este tipo de producción se situó en torno a los 72 millones de hectáreas, lo que significa un aumento del 1.6% respecto al año anterior² y que un 1.5% del total de las tierras agrícolas del mundo son orgánicas³. Es importante destacar que se carece de datos oficiales sobre los cultivos de algunos de los países productores más grandes del mundo, como India y Brasil.

Existen 16 países cuya producción orgánica representa un 10% o más de sus tierras agrícolas. Oceanía posee más del 50% de las tierras orgánicas a nivel mundial, mientras que América Latina representa alrededor del 11%, con sus 8.3 millones de hectáreas. En el marco de un sector en crecimiento, la tendencia también es positiva para Latinoamérica, pero proporcionalmente menor, tanto si se consideran las variables “superficie cultivada” como “número de productores”. Aun así, cabe mencionar que las tierras de cultivo orgánico en América Latina crecieron un 3,5% entre 2018 y 2019 y la región posee por lo menos 217 mil productores orgánicos (un 7% del total mundial registrado)⁴.

HAY 16 PAÍSES CUYA PRODUCCIÓN ORGÁNICA REPRESENTA

10%

DE SUS TIERRAS AGRÍCOLAS

TIERRAS ORGÁNICAS QUE POSEEN A NIVEL MUNDIAL

OCEANÍA

50%

AMÉRICA LATINA

11%

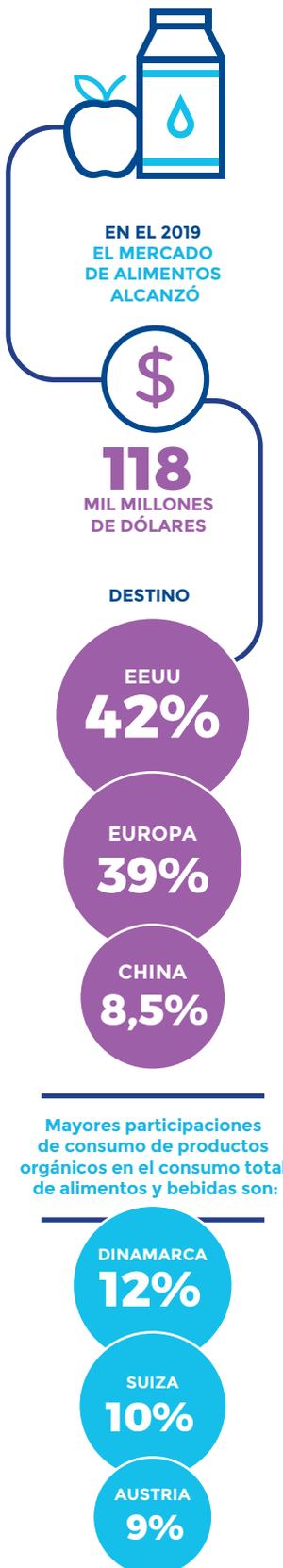


¹ Algunos países, como por ejemplo Francia, reportaron incrementos del orden del %30 anual.

² Últimos datos actualizados, informe FiBL-IFOAM, 2021.

³ Existen otras áreas dedicadas a actividades orgánicas, como por ejemplo la apicultura, que suman otras 35 millones de hectáreas mundialmente.

⁴ Todos los números reportados en el informe mencionado deben ser tomados con cautela en tanto las cifras internacionales se elaboran sobre la base de compañías y proyectos, no necesariamente se reporta el número de productores individuales. Por ende, se estima que el número de productores a nivel global es mayor.



En lo referido al comercio internacional, el mercado de alimentos y bebidas orgánicas alcanzó los 118 mil millones de dólares en el año 2019. El principal destino es Estados Unidos, que representa un 42% de este total, Europa un 39% (donde lideran Alemania y Francia, con el 11 y 10% respectivamente) y China posee una participación del 8.5%. Los países con las mayores participaciones de consumo de productos orgánicos en el consumo total de alimentos y bebidas son: Dinamarca (12%), Suiza (10%) y Austria (9%), siendo el primero el de mayor consumo per cápita en el año 2019 (385 USD). Hacia finales de 2020 se registró un incremento interanual aproximado del 15% en ventas y volúmenes de productos orgánicos⁵.

Argentina se inserta en el mundo detrás de Australia como segundo país en lo que se refiere a extensión territorial para la producción orgánica, habiendo cerrado el año 2020 con 4,4 millones de hectáreas certificadas. No obstante, el 95% de estas tierras se dedican a la producción ganadera⁶, lo que a su vez representa sólo alrededor del 2.5% del total de la producción orgánica argentina. Finalmente, cuando se considera la participación de la producción orgánica en el total de la superficie agrícola, Argentina desciende al puesto n° 13 en el ranking mundial (año 2019).



⁵ Según indicó el informe de rendimiento de productos orgánicos 2020 publicado por Organic Produce Network. Fuente: www.oia.com.ar

⁶ Como se indica más adelante, en especial ganadería ovina

■ □ MARCO INSTITUCIONAL Y JURÍDICO DEL SECTOR ORGÁNICO ARGENTINO

La creación de valor agregado, el aumento de las exportaciones, la generación de empleo y de divisas para el país constituyen los principales ejes de la actual política de desarrollo productivo en Argentina. Los productos orgánicos poseen una gran potencialidad para explotar todos estos objetivos. Una de las grandes ventajas del sector constituye su marco jurídico e institucional.

En Argentina la producción orgánica está regulada desde 1999 por la Ley 25.127, sus decretos y resoluciones oficiales⁷, en los que se establece que un producto “orgánico, ecológico o biológico” es aquel que posee determinados atributos de calidad diferenciada⁸, garantizados mediante la certificación de una tercera parte. Las entidades certificadoras habilitadas en el país son cuatro⁹, que son a su vez fiscalizadas por el Servicio Nacional de Calidad y Sanidad Agroalimentaria (SENASA) y mediante un sistema de homologación y equivalencia, resultan compatibles con las exigencias de otros países. Respecto al mantenimiento o apertura de nuevas equivalencias normativas con otros destinos comerciales, cabe destacar el trabajo de negociación que está realizando el SENASA con la Unión Europea (UE) y Estados Unidos (EEUU) para el reconocimiento mutuo. Argentina ostenta desde el año 1994 hasta hoy una equivalencia con la UE, pero de forma unilateral (productos hacia la UE), lo que debería readecuarse para el año 2025, cuando la UE exija en su nueva reglamentación que las equivalencias sean de reconocimientos bilaterales exclusivamente.

EEUU, por su parte, principal país (individual) destino de las exportaciones de orgánicos argentinos, posee sus propias normas de producción orgánica, conocidas como normas NOP (National Organic Program)¹⁰. En el año 2020 se han identificado más de 110 empresas argentinas con certificación NOP, de las cuales alrededor del 40% no posee la certificación orgánico argentina (el resto posee la doble certificación)¹¹. Es importante destacar que los informes publicados por SENASA, que se elaboran a partir de la información que proveen las empresas certificadoras, sólo incluyen las ventas de los productos orgánicos habilitados por la normativa nacional.

Desde el ámbito institucional, la misma ley 25.127 creó una Comisión Asesora para la Producción Orgánica, compuesta por una serie de entidades público-privadas que se vinculan con la producción orgánica.



un producto “orgánico, ecológico o biológico” es aquel que posee atributos de calidad diferenciada certificados por una tercera parte



⁷ Decretos 97 / 2001 - 206 / 2001 y Resoluciones SENASA 374 / 2016.

⁸ Los productos orgánicos, ecológicos o biológicos en Argentina se encuentran identificados en su rótulo con el sello “Orgánico Argentina”.

⁹ Argencert SRL, Organización Internacional Agropecuaria SRL (OIA), Letis SA, Food Safety SA.

¹⁰ En la última reunión del sector, SENASA informó que el trámite para la obtención de las equivalencias está en ejecución, y la documentación presentada por Argentina está siendo evaluada por parte de las autoridades de aquel país.

¹¹ Fuente: www.usda.gov

Esta red incluye los siguientes agentes:

Comisión Asesora para la Producción Orgánica, Ley 25.127

Actores Públicos Internacionales

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)
Comisión Interamericana de Agricultura Orgánica (CIAO)

Actores Públicos Nacionales

Servicio Nacional de Calidad y Sanidad Agroalimentaria (SENASA)
Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA)
Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI)
Instituto Nacional de Semillas (INASE)
Ministerios y Secretarías Nacionales (MACyP, Desarrollo Productivo)
Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional (AAICI)
Consejo Federal de Inversiones (CFI)
Universidades nacionales públicas y privadas, centros de investigación

Entidades privadas

Cámara Argentina de Certificadores de Alimentos, Productos Orgánicos y Afines (CACER)
Movimiento Argentino de Productores Orgánicos (MAPO)-ONG

Entre los logros más recientes de la agenda institucional, se encuentra la firma de un convenio técnico entre el INTI y MAPO en el año 2018, a partir del cual se relevaron más de 120 necesidades tecnológicas o proyectos potenciales para desarrollar en el sector. Luego de este primer acercamiento, se concretó la firma de un convenio específico para que las empresas elaboradoras de orgánicos puedan iniciar procesos de mejora, desarrollo e innovación, acompañadas de la asistencia tecnológica que les ofrece INTI. Por otra parte, en febrero 2020 se publicó el “**Plan Estratégico Argentina Orgánica 2030,**” un trabajo interinstitucional que plasmó ocho objetivos estratégicos para el desarrollo del sector orgánico argentino¹²:

- 1** Estimular la investigación, desarrollo, difusión, transferencia y adopción de innovaciones tecnológicas orientadas a la producción orgánica.

- 2** Promover instrumentos fiscales, comerciales, financieros y de competencia para la producción orgánica, equitativos desde lo social y alentadores para la inversión privada.

- 3** Promover formas organizativas (primarias e industriales), como redes productivas por cadenas de valor, clúster, consorcios, cooperativas, fundaciones, entre otras, que permitan el desarrollo del sector orgánico en la región.

- 4** Fortalecer la presencia de la producción orgánica en ámbitos institucionales nacionales, regionales e internacionales.

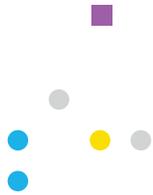
- 5** Incrementar la cantidad de productores y elaboradores/procesadores de productos orgánicos. Más producción con más productores.

- 6** Aumentar el volumen, destinos y participación de productos orgánicos exportados, en especial aquellos con mayor valor agregado.

- 7** Incrementar el volumen y la participación de los productos orgánicos en el mercado interno, con estrategias de promoción del consumo local.

- 8** Fomentar el desarrollo y disponibilidad de insumos necesarios para la producción orgánica.

¹² Para mayor información se remite a: <http://www.mapo.org.ar/web2017/wp-content/uploads/202005/Plan-Estrat%C3%A9gico-Arentina-Org%C3%A1nica-2030-FINAL.pdf>



En este marco, se han comenzado a construir y/o reforzar una serie de mesas de trabajo interinstitucionales, algunas provinciales y otras regionales, para abarcar acciones específicas en temas estratégicos para el sector, esto es, fortalecer la comunicación, el desarrollo territorial, las exportaciones y el desarrollo tecnológico y la innovación. Finalmente, cabe mencionar que desde el año 2013 existe un proyecto de “**Ley de promoción de productos orgánicos**”, cuyo contenido se elaboró como un trabajo conjunto del sector. En términos generales, el proyecto incluye una serie de beneficios fiscales para los operadores orgánicos y la creación de un fondo para la promoción de productos orgánicos, mediante programas de asistencia técnica y financiera, proyectos de investigación y desarrollo, programas educativos relacionados a la temática y un régimen de promoción comercial de los productos orgánicos por 10 años. El proyecto, en el marco del Plan Estratégico Argentina Orgánica 2030, ha sido actualizado y elevado oportunamente, para que pueda ingresar en las sesiones parlamentarias del año 2021.



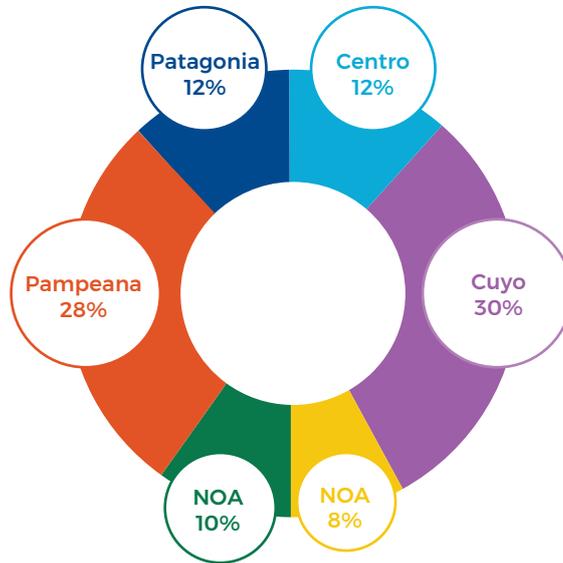
■ □ CARACTERIZACIÓN DE LOS ELABORADORES ORGÁNICOS EN ARGENTINA

Los operadores orgánicos en general se clasifican en tres categorías: productores primarios (1190 unidades productivas), elaboradores (444) y comercializadores (125), sumando en total unos 1759 operadores¹³. Cabe aclarar que gran parte de las empresas certificadas se dedican a más de una actividad productiva y/o pertenecen a más de un eslabón dentro de la cadena. Además, en las estadísticas oficiales, cada planta, independientemente de su razón social, aparece como una unidad de elaboración. Como se observa en el siguiente gráfico, los elaboradores orgánicos se concentran principalmente en la región pampeana y Cuyo, y los demás se reparten de manera bastante uniforme en el resto del territorio argentino¹⁴.

¹³ Estos datos no coinciden en exactitud con los informados por SENASA porque se excluyen cuatro casos de agentes que no informaron operaciones en el año 2020, cuatro productores de lana –pues forman parte del sector textil– y dos elaboradores domicilio en el exterior (certificados por la norma argentina). Por otro lado, MACYP informa que totalizan alrededor de 1.172 razones sociales diferentes.

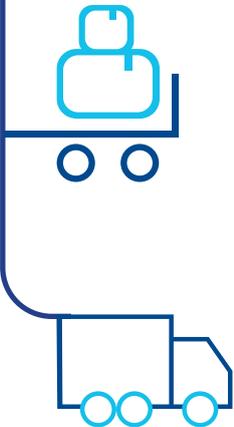
¹⁴ La distribución por región incluye: Cuyo: provincias de Mendoza, San Juan, San Luis y La Rioja, región pampeana: provincias de Buenos Aires, CABA y La Pampa, NEA: provincias de Formosa, Chaco, Misiones y Corrientes, Centro: provincias de Córdoba, Santa Fe y Entre Ríos, NOA: provincias de Salta, Jujuy, Catamarca, Santiago del Estero y Tucumán, y Patagonia, con el resto de las provincias argentinas

Elaboradores orgánicos por región

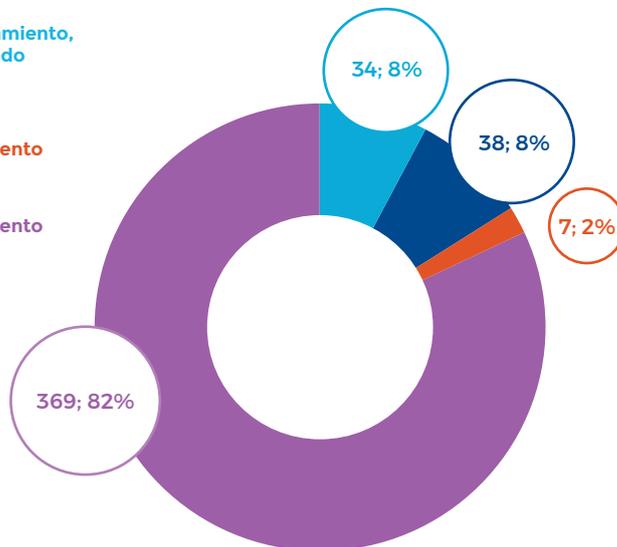


Fuente: elaboración propia sobre información pública del SENASA.

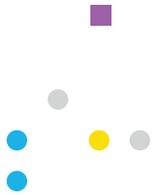
Tipo de proceso/industrialización



- Acondicionamiento, acopio, secado
- Empaque
- Fraccionamiento
- Elaboración o procesamiento

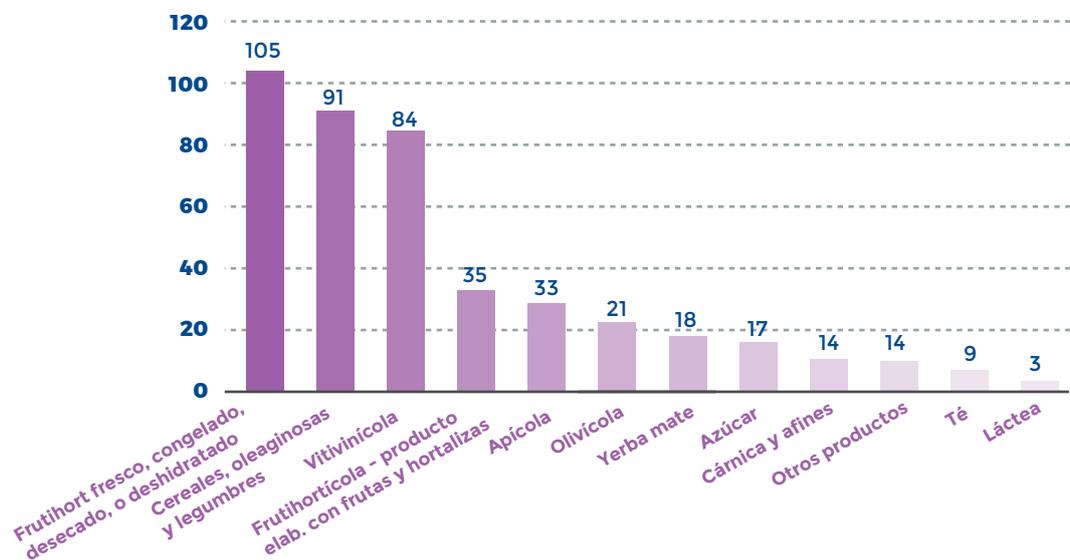


Fuente: elaboración propia sobre información pública del SENASA.



Nótese que más del 80% de los elaboradores procesa alimento, mientras que el 18% restante realiza acopio, acondicionamiento, secado, fraccionamiento y empaque. Aun así, actualmente la elaboración de productos orgánicos en Argentina en general conlleva poca transformación de la materia prima. A continuación se observa que la mayoría de los establecimientos se dedican a la actividad frutihortícola, (comercializan principalmente productos frescos, congelados, desecados o deshidratados, o productos elaborados con frutas y hortalizas), a la elaboración de alimentos derivados del conjunto “cereales, oleaginosas y legumbres” (ergo, harinas y aceites) y a la actividad vitivinícola¹⁵.

N° elaboradores por cadena productiva

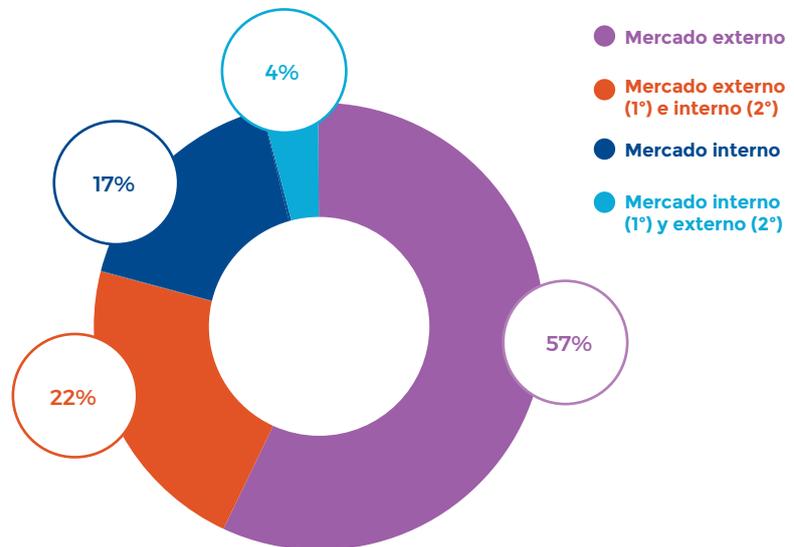


Fuente: elaboración propia sobre información pública del SENASA.

En otro orden, el SENASA informó 125 comercializadores en actividad (con operaciones en el año 2020), de los cuales el 57% coloca sus productos exclusivamente en el mercado externo, un 17% comercializa sólo en el mercado interno y el resto tiene como objetivo ambos destinos. De este modo, más del 80% de los comercializadores registrados exporta todo o parte de su producción.

¹⁵ En "otros productos" se incluyen hierbas, aderezos, cacao, empanadas, ensaladas, entre otros.

Destino de las Ventas Orgánicas Argentino



Si bien no existen datos públicos oficiales, los expertos coinciden que la mayoría de los elaboradores pertenecen al segmento PyME. Las PyMEs del sector orgánico no son ajenas a las problemáticas comunes de este tipo de empresas y/o de las alimenticias en general, pues poseen una importante dependencia tecnológica y de divisas, bajos niveles de productividad, problemas de acceso al financiamiento, bajas capacidades de innovación y gestión empresarial¹⁶, escasa integración en el sistema productivo y algunas oportunidades de mejora en el cumplimiento de los requisitos de calidad. No obstante, las exigencias relativas a la certificación de la normativa orgánica atenúan los niveles de informalidad en el sector (comparativamente con otras industrias tradicionales) y conducen a una mayor profesionalización de las PyMEs. Además, los productos orgánicos argentinos son reconocidos internacionalmente por su alta calidad. La calidad es un tema que debe relacionarse con el tipo de producto, con su grado de procesamiento y con el destino de la exportación, que determina la aplicación de una normativa orgánica específica.

¹⁶ Por ejemplo, un especialista del sector comenta que los empresarios orgánicos deben abocarse a desarrollar y/o reforzar sus estrategias de costos, modelos de negocios, análisis del mercado y de la competencia.

■ □ MITOS Y REALIDADES SOBRE LA IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL SECTOR ORGÁNICO

Existen pocos datos económicos sobre el mercado orgánico argentino, en término de variables claves como el empleo, valor agregado o facturación. La información específica de este sector se procesa a partir de los datos provistos por las certificadoras a su organismo contralor, el SENASA. Actualmente, en la información publicada por otros organismos nacionales, como INDEC o la DNA¹⁷, resulta complejo identificar las operaciones de los productos orgánicos, ya que no se presentan de forma clara y segregada del resto de los bienes.

Las exportaciones pueden tomarse como un buen indicador de la importancia económica de la producción orgánica. Sobre información proporcionada por el SENASA y los precios promedios de exportación estimados por expertos del sector, se puede deducir que las exportaciones de productos orgánicos de origen vegetal (que representan el 98% de las exportaciones) ascendieron por lo menos a unos 113 millones de dólares en el año 2020.



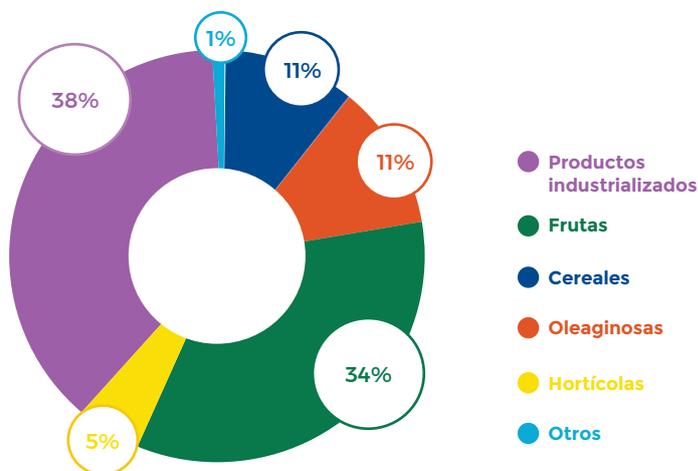
| CADENA PRODUCTIVA (ORIGEN VEGETAL) | TONELADAS EXPORTADAS | PRECIO PROM USD/T | VALOR EXPORTADO (EN MILES DE USD) |
|------------------------------------|----------------------|-------------------|-----------------------------------|
| Cereales | 13.510 | USD 400 | USD 5.404 |
| Oleaginosas | 14.647 | USD 600 | USD 8.788 |
| Frutas | 43.732 | USD 1.500 | USD 65.599 |
| Hortícolas | 6.421 | USD 1.000 | USD 6.421 |
| Productos industrializados | 47.735 | USD 550 | USD 26.254 |
| Otros | 878 | USD 810 | USD 711 |
| Total | 126.924 | | USD 113.178 |

Fuente: elaboración propia sobre la base de informes de SENASA y entrevistas a referentes del sector.

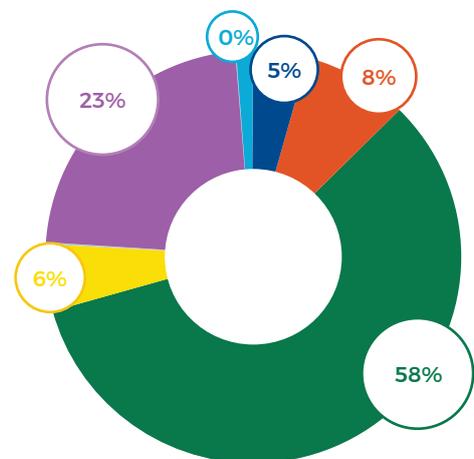
¹⁷ DNA: Dirección Nacional de Aduanas y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC).

Debe tenerse presente que estos valores serían superiores, si estuviesen contabilizadas las exportaciones a Estados Unidos (principalmente), que no están certificadas bajo la normativa argentina¹⁸. Como se observa en los gráficos a continuación, los productos industrializados presentan un volumen importante en las cantidades exportadas, seguidos por productos del sector frutícola, de cereales y de oleaginosos. En cambio, si se consideran las ventas en dólares, el sector frutícola se ubica en primer lugar en cuanto a su importancia relativa en el conjunto, representando el 58% del valor total de las exportaciones orgánicas de origen vegetal. Esto se debe a que es la segunda cadena de exportación en términos de volumen y presenta un alto precio promedio de exportación. Una de las grandes ventajas del país en la producción frutícola es la contra estación. Los productores manifiestan que “en productos frescos las importadoras nos buscan por la diferencia de estación.” Sin embargo, en las negociaciones el foco se pone en las certificaciones, “vendemos certificaciones con fruta, de lo último que hablamos es de la fruta.”

Volumen de las exportaciones orgánicas por cadena productiva (origen vegetal)



Valor de las exportaciones orgánicas por cadena productiva (origen vegetal)



Fuente: elaboración propia sobre la base de informes de SENASA y entrevistas a referentes del sector.

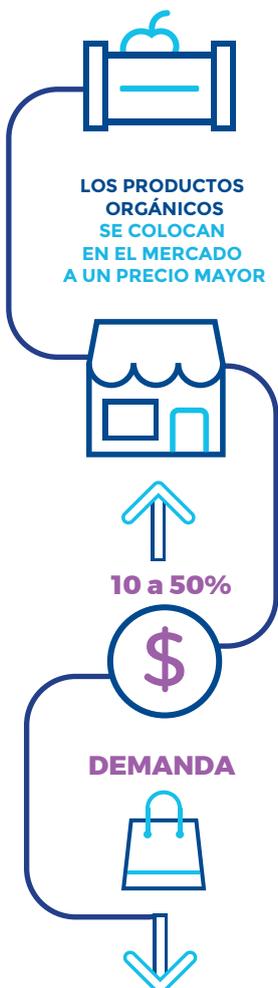
¹⁸ Incluso algunos especialistas estiman que estos valores podrían duplicarse o triplicarse. Si Argentina tuviera una participación del 1% en las ventas de la norma orgánica NOP, cuyo volumen ascendió a 50.000 millones de dólares según se informa desde el MAPO, se sumarían otros 500 millones de USD.





Los productos orgánicos, por sus características intrínsecas, se consideran una especialidad frente a la producción convencional. Sin lugar a dudas, el sector orgánico se encuentra en una fase de maduración anterior a la producción de los commodities o de los alimentos tradicionales, necesitando de mayores inversiones para alcanzar una economía de escala. En esta línea, existe una brecha tecnológica importante con el sector tradicional. Un especialista en la temática destaca que el segmento orgánico sigue funcionando “sobre la base de la prueba y error, y para revertir esto es necesaria la inversión, la investigación y el desarrollo, siendo fundamental el apoyo del Estado.”

Como bienes diferenciados, los orgánicos tienen la posibilidad de colocarse en el mercado a un precio mayor, comparativamente con los alimentos tradicionales. Estudios internacionales revelan que este “sobrepeso” oscila entre un 10 a un 50%. Con un precio por debajo del límite inferior, la oferta se retrae, es decir, los productores no estarían dispuestos a reconvertirse hacia lo orgánico, mientras que precios por encima del 50% en relación a los productos tradicionales, desalientan la demanda. Esto explica, en parte, el auge del sector orgánico en los países más desarrollados y por qué el mercado interno en Argentina tiene tan poco volumen.



Del mismo modo, quienes promueven la elaboración orgánica señalan que este tipo de producción emplea más mano de obra que la producción convencional. En principio en Argentina no existen estudios cuantitativos que validen esta hipótesis. Tanto en el sector orgánico como en el tradicional, algunas actividades son intensivas en mano de obra, por ejemplo la actividad frutihortícola, mientras que otras producciones son principalmente extensivas, como los cultivos en la pampa húmeda o la ganadería de la Patagonia. Sin embargo, desde lo operativo, en algunos casos la producción orgánica reemplaza los herbicidas y fertilizantes por desmalezadas manuales, o en menor medida, con abonado orgánico aplicado de forma manual¹⁹. Esto beneficia el empleo agrícola, reduciendo el desempleo estacional y moderando el desarraigo de los trabajadores rurales. En esta línea, algunos especialistas sostienen que la producción orgánica también posee una diferencia cualitativa respecto al empleo en la producción convencional, pues las exigencias de trazabilidad, asesoramiento y certificación son factores determinantes para la contratación de mano de obra calificada. Las empresas capacitan a sus trabajadores en los procesos de implementación y certificación de la normativa orgánica y contratan asesores externos especializados en la temática, generando empleo en forma indirecta.

¹⁹ En rigor también se aplican productos que cumplen esa función, pero no son de síntesis química (deben ser de uso permitido para la producción orgánica).



En Argentina, el paso de la agricultura convencional a la producción orgánica plantea una serie de desafíos a resolver, en especial en algunas cadenas productivas, pero en términos de las economías regionales, producciones más diversificadas o basadas en los servicios ecosistémicos, no plantea mayores dificultades. La extensión y fertilidad natural de los suelos, la abundancia de tierras vírgenes y el escaso empleo de insumos químicos en las prácticas agrícolas convencionales favorece que los agricultores pasen a la producción orgánica sin necesidad de introducir importantes ajustes a sus métodos de explotación (IICA, 2009). Distinto es el caso de la producción láctea, por ejemplo, que posee un alto grado de marginalidad, problemática que se debe resolver antes de implementar y certificar la normativa orgánica. De todas maneras, un informe de la Universidad Nacional de Mar del Plata²⁰ destaca que las principales barreras del sector orgánico están más asociadas a cuestiones relacionadas con el entorno económico, político y social, que con características propias del sector. Recién en el cuarto lugar aparecen temas como la escala de producción, la deficiencia en los sistemas de comercialización, logística y distribución, y los problemas en disponibilidad de tecnología e investigación.

Contrariamente a lo que podría suponerse, los costos de certificación no representan una barrera de ingreso al mercado²¹, aunque de acuerdo al requisito normativo, en promedio una empresa puede demorar unos tres años en implementar y certificar productos orgánicos. Además, desde el punto de vista de la decisión de exportar, este gasto debe ser considerado como una inversión. Entre los beneficios que generan las exportaciones, un productor destaca que los orgánicos manejan precios estables en el tiempo y que, por la buena calidad de productos argentinos, se accede un mercado con alta demanda. “Lo que cosechás, ya lo tenés vendido. Cuando sembrás ya sabés qué precio vas a tener. Te da estabilidad.” Los problemas se concentran en el transporte interno y en la infraestructura y logística de apoyo a la exportación, especialmente la conservación y el diseño del producto, todo lo que encarece las exportaciones y afecta la competitividad externa de los productos argentinos. Para superarlos, resulta vital la inversión en infraestructura y el financiamiento a tasas y plazos razonables. Del mismo modo, el acceso al capital financiero es un factor clave para el salto tecnológico necesario para el desarrollo del sector.

²⁰ <http://nulan.mdp.edu.ar/10611//berges.etal.2006.pdf>

²¹ Expertos sostienen que no representa más de un 12%- de los costos totales de operación.

■ □ ALGUNAS ESTADÍSTICAS RECIENTES DEL MERCADO NACIONAL

Según las últimas publicaciones del SENASA, durante el año 2020 la superficie orgánica cosechada en Argentina creció un 20% respecto al año anterior, esto es, 84.328 hectáreas dedicadas a cultivos orgánicos, consolidando una tendencia positiva para el sector en la última década. Además, creció la cantidad de explotaciones agropecuarias dedicadas a esta actividad (un 6% anual), aunque la superficie bajo seguimiento destinada a agricultura orgánica disminuyó un 3% respecto al año 2019. En el año 2020, 4.2 millones de hectáreas se dedicaron a la producción ganadera y 232 mil hectáreas a la producción vegetal. Asimismo, de las 132 mil toneladas producidas en el sector orgánico²², (estimadas como la suma de las 128.600 toneladas exportadas más las 3.600 toneladas vendidas al mercado interno como orgánico) sólo alrededor de 3.400 corresponden a productos de origen animal (menos del 3% del total).

En las tablas siguientes podemos visualizar la estructura de la agricultura orgánica en Argentina, su composición por grupo de productos y distribución regional.

| GRUPO DE PRODUCTORES | |
|---------------------------------|-----|
| Cultivos orgánicos industriales | 44% |
| Cereales y oleaginosas | 39% |
| Frutas orgánicas | 9% |
| Hortalizas y legumbres | 6% |
| DISTRIBUCIÓN REGIONAL | |
| Buenos Aires | 35% |
| Tucumán | 11% |
| Salta | 10% |
| Jujuy | 9% |
| Mendoza | 12% |

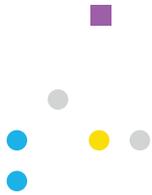
Datos año 2020



| CULTIVOS ORGÁNICOS INDUSTRIALES | | PROVINCIAS PRINCIPALES |
|---------------------------------|-----|------------------------------|
| Caña de azúcar | 54% | Tucumán, Jujuy y Salta |
| Olivos | 22% | Mendoza |
| Vid | 18% | Mendoza, Córdoba y Catamarca |
| COMPOSICIÓN CEREALES | | PROVINCIAS PRINCIPALES |
| Trigo | 43% | Buenos Aires |
| Maíz | 17% | Buenos Aires |
| Avena | 17% | Buenos Aires |
| Arroz | 10% | Entre Ríos |
| COMPOSICIÓN OLEAGINOSAS | | PROVINCIAS PRINCIPALES |
| Soja | 55% | Buenos Aires |
| Girasol | 17% | Buenos Aires |
| Colza girazol | 13% | Salta y Jujuy |
| COMPOSICIÓN FRUTAS | | PROVINCIAS PRINCIPALES |
| Peras | 25% | Río Negro y Neuquén |
| Manzanas | 23% | Río Negro y Neuquén |
| Limón | 21% | Tucumán |
| COMPOSICIÓN HORTALIZAS | | PROVINCIAS PRINCIPALES |
| Ajo | 56% | Mendoza |

Datos año 2020

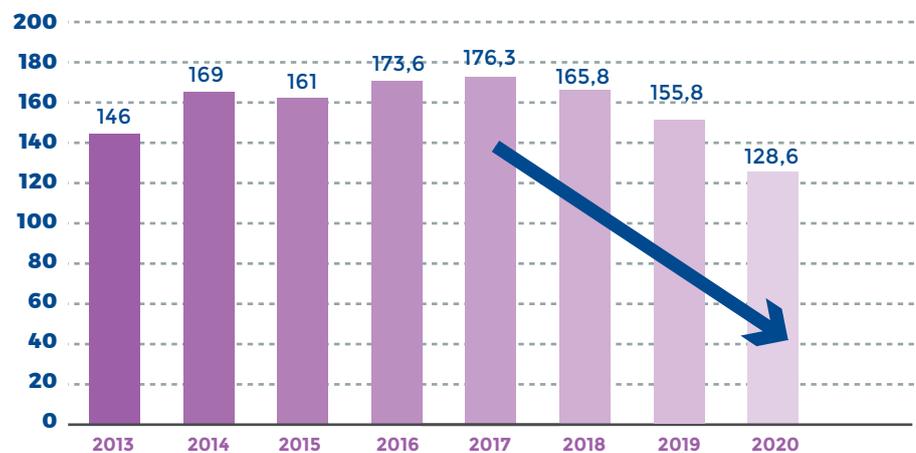
²² Este dato publicado por el SENASA no incluye las toneladas que se exportan como "orgánicas" NOP exclusivamente o las producciones orgánicas que se exportan o se venden en el mercado interno como convencional (se estima es una cantidad no significativa, se trata de una producción que no cumple con los estándares de certificación, por ejemplo fruta que se rechaza por no respetar ciertos parámetros de tamaño).



En relación con la superficie bajo seguimiento para la ganadería orgánica, se observó un incremento del 24% anual entre los años 2019-2020. El 94% de estas tierras corresponde a la producción ovina orgánica en Patagonia, cuyo principal producto es la lana, principalmente en las provincias de Chubut, Santa Cruz, Tierra del Fuego y Río Negro. En el año 2020 volvieron a crecer las existencias de bovinos y de ovinos, destacándose el aumento del rodeo de vacas lecheras en Córdoba y Buenos Aires, para una aún incipiente actividad de tambo (aproximadamente 4.400 cabezas). Por último, Argentina registró en el año 2020 unas 28.127 colmenas orgánicas, lo que significa una disminución de aproximadamente un 15% respecto al 2019.

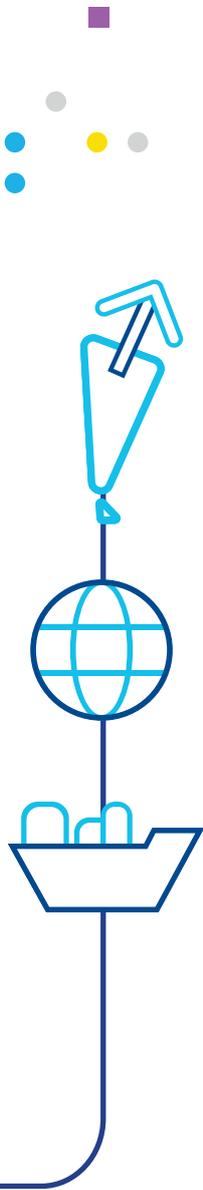
Sin duda la característica principal del mercado orgánico argentino es su fuerte perfil exportador, ya que más del 97% de los productos orgánicos argentinos se colocan en el mercado externo. Sin embargo, respecto al año 2019, las ventas de orgánicos en el mercado interno aumentaron un 7% anual. Por otro lado, en el año 2020 se registraron alrededor de 105 exportadores de productos orgánicos en Argentina en actividad. A pesar del crecimiento del sector orgánico a nivel mundial, si se analizan sólo las exportaciones certificadas por SENASA, se observa una caída en las exportaciones argentinas de productos orgánicos en los últimos años, como refleja el siguiente gráfico:

Exportaciones orgánicas-miles de t



Fuente: elaboración propia sobre información pública del SENASA.

Como bien indica el SENASA, estos datos agrupan una gran heterogeneidad de productos con valores agregados diferentes, por lo que debería tenerse en cuenta la evolución por grupo o canasta de productos. Sin embargo, se pueden realizar algunos comentarios generales. La última disminución observada confirma una tendencia iniciada en el año 2017 y determina que en el último quinquenio las exportaciones hayan caído a un promedio anual del 5%. Son múltiples los factores, tanto internos como externos, que explican esta situación.



En primer lugar, la caída de la demanda de productos orgánicos para Argentina desde la UE puede corresponder a que el bloque se está aprovisionando desde países de Europa del Este o desde otros países fuera del bloque europeo, que tienen precios más competitivos. Algunos especialistas destacan que en ciertas ocasiones Argentina ha logrado colocar sus productos orgánicos en el mundo merced a los problemas en la producción en otros países. Además, por motivos relacionados a los costos de exportación, ciertos productos orgánicos se retiran del sistema y se terminan ofreciendo como convencionales²³. Por otra parte, el contexto macroeconómico del país (principalmente por un alto grado de inestabilidad e incertidumbre), situaciones climáticas adversas²⁴ y el crecimiento del mercado orgánico interno se suman a los factores que justifican, parcialmente, la caída de las exportaciones de los productos orgánicos argentinos. Debe recordarse además que en el año 2016, el decreto 316 eliminó los derechos de exportación para los productos que revisten la condición de orgánico, y tan sólo dos años después, producto de una necesidad de recaudación tributaria, se volvieron a implementar. Expertos insisten que estas retenciones son altamente perjudiciales para el sector orgánico, y como se desarrolla más adelante, mayor aún es su impacto relativo en los productos orgánicos industrializados. Las retenciones al trigo, maíz, soja y girasol han afectado negativamente a los productos orgánicos industrializados a base de estas materias primas²⁵. Finalmente, los especialistas remarcan que los cambios de destino en las exportaciones argentinas (en detrimento de la certificación nacional y a favor de las exportaciones NOP) conducen a que un cierto volumen de exportaciones no se integre a las estadísticas oficiales. En este sentido, un experto afirmó que las ventas de orgánicos argentinos a USA crecieron más de un 50% en los últimos 4 años (2015 - 2019). Es importante destacar que otros mercados importantes, correspondientes a países como Canadá, Chile, Bolivia, Perú, México, Australia, Nueva Zelanda, el sudeste asiático y los países árabes también aceptan la normativa NOP. De este modo, los referentes del sector concluyen que, en líneas generales, los productos exportados por el sector orgánico argentino en realidad crecieron. En el año 2020 la pandemia impactó, en algunos casos como motor de demanda, y en otros, afectó la producción y las ventas de manera negativa. Con esta disponibilidad de datos cuantitativos, resulta difícil obtener mayores conclusiones, pero sin dudas las exportaciones representan un dato económico clave para el sector y perfeccionar la calidad de información sobre las ventas al exterior, contribuirá a una toma de decisiones estratégicas más adecuada para la producción orgánica.

²³ Este tema se analiza en mayor profundidad más adelante en el texto.

²⁴ La sequía en la campaña 2017/2018- afectó considerablemente la cosecha de soja y maíz.

²⁵ De la misma manera que en los productos convencionales, la alícuota de los derechos de exportación en los productos orgánicos dependen del tipo de producto. Las alícuotas diferenciales para productos de mayor valor agregado son mínimas y no generan incentivos suficientes para agregar valor, señalan productores del sector.

La caída en el volumen de exportaciones en el último año registrado alcanzó un 17% interanual y se observó tanto en productos de origen vegetal como animal, aunque los primeros mantienen su participación mayoritaria. También se mantiene la importancia relativa de los productos orgánicos que conforman el mayor volumen de exportaciones, tales como cereales y oleaginosos (trigo y soja), frutas (pera y manzana), hortalizas (ajo) y productos industrializados (azúcar y vino).

■ □ LAS VENTAS DE LOS PRODUCTOS ORGÁNICOS INDUSTRIALIZADOS

La categoría “productos orgánicos industrializados” de origen vegetal ha ganado participación en las exportaciones orgánicas durante los últimos 10 años, pues creció proporcionalmente más que otros rubros. En el año 2020, los cultivos orgánicos industrializados (principalmente caña de azúcar, olivo y vid) representaron el 44% de la producción primaria (aunque algo menos que en el año anterior, que habían alcanzado el 46%) y las ventas de productos orgánicos industrializados alcanzaron el 38% de las toneladas exportadas de los productos de origen vegetal.

Sin embargo, es notable la caída interanual de las exportaciones de este grupo de productos, entre el 2019 - 2020. Siguiendo la tendencia del sector, las exportaciones de productos orgánicos industrializados de origen vegetal disminuyeron casi un 30%, es decir, proporcionalmente más que el segmento orgánico en su conjunto.

Exportaciones productos orgánicos industrializados por destino (kg)-origen vegetal

| AÑO | USA | UNION EUROPEA (incluye REINO UNIDO) | SUIZA | JAPÓN | OTROS | TOTAL |
|------|------------|-------------------------------------|-----------|---------|-----------|-------------------|
| 2013 | 21.227.821 | 16.401.033 | 829.807 | 524.604 | 4.170.825 | 43.154.090 |
| 2014 | 24.152.678 | 16.444.235 | 924.092 | 589.421 | 6.476.158 | 48.586.584 |
| 2015 | 22.896.604 | 17.339.697 | 1.270.136 | 442.534 | 5.210.258 | 47.159.229 |
| 2016 | 23.141.940 | 21.606.175 | 1.587.574 | 602.464 | 6.333.700 | 53.271.853 |
| 2017 | 26.849.191 | 28.733.100 | 930.939 | 629.844 | 6.221.115 | 63.364.189 |
| 2018 | 28.539.699 | 23.461.814 | 1.025.347 | 719.999 | 7.500.840 | 61.247.699 |
| 2019 | 25.879.366 | 33.442.904 | 285.141 | 634.170 | 6.667.342 | 66.908.923 |
| 2020 | 11.330.822 | 28.508.396 | 1.240.403 | 590.228 | 6.065.467 | 47.735.316 |

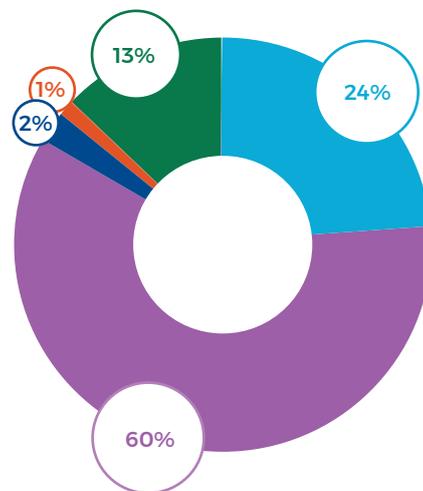
Fuente: elaboración propia sobre información pública del SENASA.

Como se observa en la tabla anterior, el impacto negativo entre 2019 - 2020 fue liderado por una caída de las exportaciones a Estados Unidos, y en menor medida por las ventas a la UE (si separamos las exportaciones al Reino Unido, marcaron un descenso del orden del 20% anual). Las exportaciones con destino a Suiza aumentaron, pero están lejos de mostrar una tendencia estable en cuanto a su volumen. Justamente el dato interesante que se desprende de la tabla anterior es que si bien existen destinos consolidados para la exportación de los productos orgánicos, también se observan importantes fluctuaciones interanuales en el volumen exportado en cada destino en particular. Debería realizarse un análisis más profundo para sacar conclusiones más específicas, porque estas variaciones dependen de las características de la oferta y demanda de cada mercado o cadena en particular. Existen algunos productos más volátiles que otros. Especialistas destacan que los cambios en los precios internacionales impactan en forma inmediata sobre las ventas de los commodities convencionales, mientras que, en productos similares, pero de origen orgánico, tanto las alzas como las bajas se generan con un cierto retraso.



Destino productos orgánicos industrializados 2020

- UNIÓN EUROPEA (INCLUYE REINO UNIDO)
- USA
- OTROS
- JAPÓN
- SUIZA



Fuente: elaboración propia sobre información pública del SENASA.

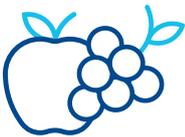
En el año 2020, hubo 10 países que conformaron el 97% de las exportaciones de productos orgánicos industrializados a la UE (sin considerar Reino Unido), de acuerdo a la siguiente tabla:



| PAÍS | KG EXPORTADOS | %UE |
|--------------|---------------|-----|
| Alemania | 6.915.589 | 26% |
| Rep Checa | 5.745.750 | 21% |
| Países Bajos | 4.290.707 | 16% |
| Dinamarca | 2.447.069 | 9% |
| Suecia | 2.159.096 | 8% |
| Belgica | 1.423.436 | 5% |
| Francia | 1.347.054 | 5% |
| España | 760.302 | 3% |
| Finlandia | 508.604 | 2% |
| Portugal | 500.000 | 2% |

Fuente: elaboración propia sobre información pública del SENASA.

En lo que se refiere a los primeros 10 productos orgánicos industrializados con destino a la exportación, también es importante destacar la falta de uniformidad en cuanto a los volúmenes de venta por categoría de productos. Sólo el azúcar y el vino se mantienen en los dos primeros lugares, mientras que el resto de los productos no sólo varían de posición, sino que no se mantienen en el “top ten” de los productos orgánicos industrializados exportados.



Primeros 10 productos industrializados destinados a la exportación (ordenados por cantidad exportada)

| 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|-----------------------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Azúcar de caña | Azúcar de caña | Azúcar de caña | Azúcar de caña | Azúcar de caña | Azúcar de caña |
| Vino | Vino | Vino | Sidra | Vino | Vino |
| Puré de pera | Sidra | Harina de soja | Vino | Harina de soja | Puré de pera |
| Harina de soja | Puré de pera | Puré de pera | Puré de pera | Puré de pera | Jugo concentrado de manzana |
| Jugo concentrado de manzana | Jugo concentrado de limón | | Puré de manzana | Puré de manzana | Puré de manzana |
| Gritz de maíz | Harina de maíz | Sidra base | Harina de soja | Jugo concentrado de manzana | Jugo concentrado de limón |
| Aceite de oliva | Pulpa de pera | Pulpa de pera | Jugo concentrado de limón | Hominy grits | Mosto concentrado de uva |
| Aceite de girasol | Puré de manzana | Harina de maíz | Pulpa de pera | Sidra base | Pulpa de pera |
| Pulpa de manzana | Aceite de oliva | Mosto concentrado de uva | Hominy grits | Mosto concentrado de uva | Pasas de uva |
| Expeller de girasol | Mosto concentrado de uva | Aceite de oliva | Mosto concentrado de uva | Aceite de soja | Jugo concentrado de pera |

La misma conclusión puede obtenerse si se analizan los primeros 10 productos orgánicos industrializados con destino al mercado interno.

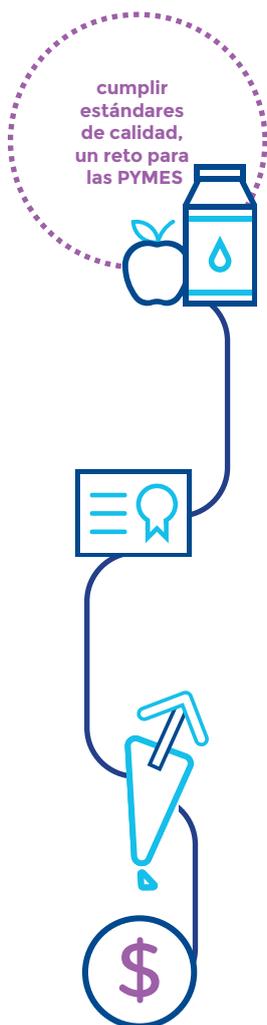
| 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|-------------------|--------------------|--------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Harina de trigo | Harina de trigo | Harina de trigo | Yerba mate | Pulpa de manzana | Harina zotécnica |
| Azúcar de caña | Azúcar de caña | Azúcar de caña | Azúcar | Aceite de girasol | Ciruela en frasco |
| Yerba mate | Yerba mate | Yerba mate | Ciruela deshidratada | Vino | Harina de trigo |
| Harina de maíz | Puré de manzana | Harina de centeno | Harina de maíz | Pasas de uva | Ciruela deshidratada |
| Aceite de girasol | Puré de pera | Avena arrollada | Pasas de uva | Azúcar de caña | Vino |
| Harina de centeno | Alimento para bebé | Mijo pelado | Expeller de soja | Yerba mate | Azúcar de caña |
| Jugo de aloe vera | Harina de maíz | Harina de maíz | Aceite de oliva | Tofú | Harina integral |
| Té | Té | Aceite de girasol | Aceite de girasol | Harina de trigo | Yerba mate |
| Aceite de oliva | Aceite de girasol | Té | Vino | Salvado de trigo | Expeller de girasol |
| Aceite de lino | Pulpa de manzana | Arándano congelado | Mermelada de membrillo | Tostadas de pan orgánico | Expeller de soja |

Fuente: elaboración propia sobre información pública del SENASA.

Por último, los expertos coinciden que, de los más de 40 bienes incluidos en la categoría “productos industrializados”, sólo algunos, como el vino, la sidra o los aceites, integran bienes con alto grado de transformación de la materia prima. Otros productos destacados, en cuanto a su volumen o valor exportador, como los jugos concentrados, harinas o azúcar, poseen menor valor agregado e incluso son adquiridos por empresas extranjeras como insumos para la elaboración de otros productos finales. Como se mencionó anteriormente, para lograr el agregado de valor como objetivo de la producción orgánica, existen problemas estructurales, propios del sector y de cada cadena productiva, que deben resolverse. Uno de ellos consiste precisamente en los altos costos de exportación.

■ □ COSTOS E INCENTIVOS PARA LA EXPORTACIÓN DE LOS PRODUCTOS ORGÁNICOS INDUSTRIALIZADOS

Los exportadores de alimentos orgánicos deben superar una serie de desafíos para ingresar y mantenerse en el mercado mundial. Considerando que el complejo está compuesto principalmente por PyMES de capital nacional, el proceso de readecuación de los procesos productivos, para cumplir con los estándares de calidad exigidos internacionalmente, constituye un verdadero reto para estas empresas. Tras una negociación que suele demorar varios años, la mayor parte de los exportadores orgánicos celebran contratos semestrales o anuales, que proceden a renovar periódicamente. Por lo general los compradores desean mantener una relación de largo plazo con sus proveedores, dado que la oferta de orgánicos es limitada. No obstante, los contratos están sujetos a la oferta del exportador y a una actualización de precios. Establecido el precio en el contrato, generalmente es el exportador quien absorbe cualquier fluctuación posterior. El mercado europeo, señalan los especialistas, es especialmente sensible, pues es muy riguroso con la calidad de los productos y “ante el menor cambio de precios, te dejan de comprar.”



LAS EXPORTACIONES SE VEN AFECTADAS POR LA FALTA DE INCENTIVOS Y ALTOS COSTOS

Más allá de que los productos certificados bajo la normativa NOP adquieren cada vez más importancia relativa dentro del sector, las exportaciones de alimentos orgánicos en Argentina se ven afectadas principalmente por una falta de incentivos a la exportación y los altos costos que posee el proceso. En primer lugar, cabe mencionar que los impuestos a las exportaciones no diferencian productos orgánicos “con o sin valor agregado”. Si bien el decreto 1060 de 2020, publicado el último día del año, cambió la alícuota de retenciones a las exportaciones de cientos de posiciones arancelarias, tanto de bienes industriales como agroindustriales, con una escala diferenciada que establece un porcentaje menor para el impuesto según el grado de elaboración que tenga cada producto, aún no se pueden conocer las consecuencias de esta nueva regulación.

Asimismo, como las alícuotas sobre los productos orgánicos recaen sobre el precio FOB²⁶ declarado por el exportador, el peso de la retención es comparativamente mayor que en el caso de los productos tradicionales, donde el impuesto se calcula sobre los precios de referencia oficiales, sensiblemente menores. Esto genera un desincentivo a los exportadores, quienes observan un impacto relativo mayor cuanto mayor es el valor agregado. Como la oferta de orgánicos es más reducida, el industrial o el exportador generalmente deciden absorber el costo de las retenciones. Esto significa un aumento de sus costos variables, porque se incorpora la retención como un costo adicional sobre la materia prima. De lo contrario, explican los especialistas, el productor no tendría incentivos suficientes para reconvertirse a la producción orgánica.

²⁶ Franco a bordo: precio de la mercancía puesta en el puerto de embarque incluyendo el costo de empaquetado, etiquetado, gastos de aduana (documentos, permisos, requisitos, etc.) y el flete y gastos portuarios originados desde el lugar de producción hasta el puerto



Los expertos destacan que esto difiere con lo que sucede en los productos convencionales, donde la carga de las retenciones recae sobre el productor (el comprador directamente descuenta el impuesto en el momento del pago). Cabe mencionar, además, que las exportaciones orgánicas actualmente reciben un reintegro del 0.5%. Este valor es bastante reducido en comparación con otros sectores industriales, por ejemplo el automotriz, cuya devolución alcanza un 12%. Si bien cualquier reintegro es siempre bienvenido, expertos consideran que esta medida no es trascendental para el sector, en especial si se compara con otros países, que tienen mayores incentivos fiscales y/o comerciales para la producción y/o exportación de orgánicos. De este modo, los principales actores del sector consideran que el cambio en la política arancelaria sobre los alimentos orgánicos en Argentina (iniciada en el año 2018 y aún vigente), no contribuye a la captación de nuevos clientes y mercados.

En lo referido a la estructura de costos de los elaboradores orgánicos, es importante señalar que una serie de insumos nacionales y servicios²⁷ se encuentran “atados al valor del dólar,” provocando que, junto a la inflación, los movimientos en el tipo de cambio, generen distorsiones en los costos de producción. Cuanto mayor es el valor agregado del producto orgánico, mayor el componente “dolarizado”, y por ende, nuevamente menor la ganancia para el exportador. Situación similar ocurre con el IVA (el impuesto al valor agregado). Como consecuencia de la demora en el reintegro del IVA de exportación, en productos de mayor valor agregado, mayor es el IVA a favor acumulado por los exportadores. Si se considera además que la devolución del IVA se “pesifica” al momento inicial del trámite, se genera un importante desfasaje y costo financiero para el exportador. Por último, otro costo que preocupa a los elaboradores orgánicos es el de la mano de obra, pues sostienen que éste se actualizó “a una tasa más alta que la devaluación” y tiene una alta incidencia en los productos con valor agregado, donde el riesgo del negocio es mayor, por un eventual fallo o fracaso de la exportación, debilitando fuertemente la rentabilidad o el resultado comercial del intercambio. Por todo lo expuesto, surge la necesidad de avanzar sobre las políticas e incentivos relacionados a las exportaciones de los productos industrializados, a los fines de desarrollar todas las potencialidades que se han mencionado sobre el sector orgánico.

²⁷ Por ejemplo, ingredientes, bolsas, pallets, cartón, envases, etiquetas, transporte, puertos, despachantes y fumigación.

■ □ ESCENARIO FUTURO Y DESAFÍOS ACTUALES

A CONSIDERAR:

Consolidación de cambios en el comportamiento del consumidor

Provisión de insumos locales

Garantizar la seguridad alimentaria

Políticas públicas más activas y focalizadas en el sector

Mayor transparencia en la cadena alimentaria

Crecimiento de las ventas minoristas online

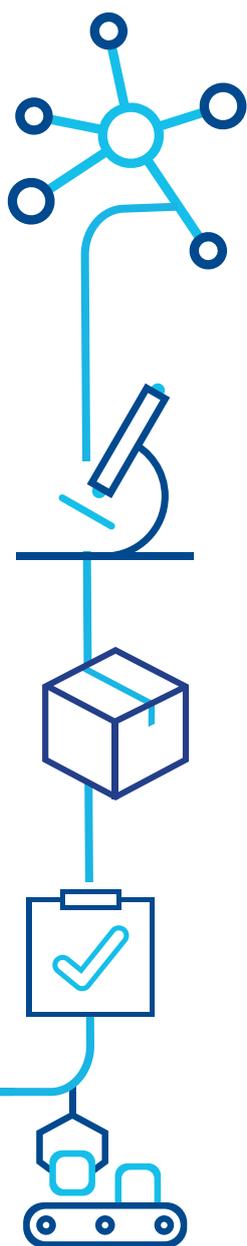
ORGÁNICO

ES AQUÉL PRODUCTO CON CERTIFICACIÓN Y SELLO EN SU ROTULO QUE ASÍ LO ACREDITE



El mercado de los alimentos orgánicos posee una estructura productiva muy heterogénea, lo que exige programas e incentivos focalizados en cada cadena. Además, la pandemia y las potenciales políticas proteccionistas por parte de los países más desarrollados, afectan de cerca la producción orgánica argentina, marcando el rumbo del sector a nivel internacional. Algunos expertos consideran que la crisis de coronavirus generará nuevas tendencias y transformaciones profundas en el sector orgánico. En este sentido, aparecen una serie de factores que se deben considerar: la consolidación de ciertos cambios en el comportamiento del consumidor, la provisión de insumos locales, el compromiso en garantizar la seguridad alimentaria, la proliferación de políticas públicas más activas y focalizadas en el sector, un enfoque hacia una mayor transparencia en la cadena alimentaria y un crecimiento de las ventas minoristas online. Los productores orgánicos en Argentina deberán tener presente estas tendencias para tomar decisiones estratégicas orientadas a ganar participación en el mercado internacional. Por ejemplo, si bien el volumen es bajo en el país, la actividad orgánica ganadera continúa creciendo en los últimos años. Al mismo tiempo, se observa que la producción de lácteos orgánicos en el mundo ha sido afectada negativamente por el crecimiento de las bebidas orgánicas a base de plantas, y se prevé que los alimentos de base animal podrían seguir el mismo camino²⁸. Del mismo modo, algunos especialistas señalan la posibilidad de que ingresen alimentos orgánicos importados al país, compitiendo con la producción local. A partir de esto, plantean la necesidad de anticiparse y planificar una política comercial, que debería estar orientada a la entrada de orgánicos que no se producen o no se pueden producir en Argentina, procurando que sólo se compren en el extranjero aquellos insumos que se necesiten para la elaboración de productos de mayor valor agregado. Finalmente, algunos expertos insisten que se debe sensibilizar al consumidor para que éste pueda tomar decisiones de forma transparente, ya que ciertos productos, por sus denominaciones, pueden interpretarse erróneamente como orgánicos. En este sentido, debe remarcarse que orgánico es aquél producto que cuenta con una certificación y un logo o sello en su rotulo que así lo acredite. Debe controlarse el uso del isologotipo, o mención de "orgánico" en productos no certificados.

²⁸ Amarhit Sahota, Ecovia Intelligence.



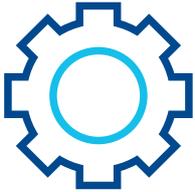
Por otra parte, a pesar del fuerte incremento en la demanda de los alimentos orgánicos durante la pandemia, cabe mencionar que numerosos países presentaron problemas de abastecimiento de las materias primas, como consecuencia de los bloqueos generados en la cadena internacional de suministros. Se observó que los grandes ganadores en la crisis del Covid19 fueron aquellos elaboradores orgánicos que mantuvieron cierta cercanía con sus proveedores. Si bien América del Norte y Europa actualmente constituyen los mercados de mayor volumen, se prevé que la participación en el mercado mundial de países como China, India, Brasil e Indonesia, crecerá a un ritmo más acelerado durante los próximos años. Exceptuando Brasil, la región latinoamericana posee un fuerte perfil como abastecedora de los mercados más desarrollados, con lo cual las oportunidades de desarrollo de productos orgánicos son enormes²⁹. En particular, Argentina no está exenta de la problemática en la cadena de suministros. Por el contrario, la falta de insumos o materias primas orgánicas para completar la elaboración de productos orgánicos industrializados, constituye un problema de tipo estructural para el sector. La vinculación impulsada por las instituciones públicas y privadas relacionados a lo orgánico sin duda contribuye a un acercamiento entre la oferta y demanda, pero la heterogeneidad de la producción orgánica requiere un trabajo técnico profundo y detallado para la identificación y el desarrollo de potenciales proveedores de los ingredientes y materiales de empaque necesarios para la elaboración de los alimentos orgánicos, proceso que actualmente está en una etapa incipiente. En el marco de esta articulación inter institucional para la definición del plan estratégico del sector, se identificó, por ejemplo, la necesidad de generar unidades demostrativas en producción orgánica³⁰ y el desarrollo de semillas, bioinsumos y biomateriales aptos para la producción orgánica³¹.

²⁹ Con el fin de contribuir a la agricultura familiar y a la seguridad alimentaria, Brasil logró un mayor desarrollo de su mercado interno.

³⁰ Algunos expertos solicitan que se restituyan las Estaciones Experimentales del INTA, que tenían módulos de producción orgánica.

³¹ INTI también identificó necesidades tecnológicas, con mejoras a realizar en el diseño de procesos, productos y packaging, en la adquisición y diseño de equipos, en la mejora de los sistemas de gestión de la calidad y en el desarrollo de productos a mayor escala.

- □ Hasta el momento algunos profesionales de INTI también relevaron ciertas necesidades de innovación, transferencia tecnológica y adopción de tecnología en los elaboradores orgánicos. En lo que se refiere a los procesos de industrialización de los orgánicos, resulta algo más dificultoso aplicar herramientas de automatización (comparativamente con la producción convencional), en tanto los equipos deben adecuarse para trabajar bajo las condiciones que la normativa orgánica avala. Las grandes empresas, que generalmente adquieren tecnología extranjera, tienen inconvenientes para financiar estas inversiones, incorporar herramientas de la industria 4.0 e importar los repuestos necesarios para realizar un mantenimiento adecuado de sus equipos. La problemática tecnológica de las PyMES, en cambio, está ligada a la incorporación de una tecnología adecuada a su escala de producción, por lo que deben adaptarla, y se generan algunas dificultades para introducir mejoras tecnológicas o aumentar la capacidad instalada, cuando después de un tiempo el equipo resulta limitado para aumentar el volumen producido. Finalmente, todos los elaboradores orgánicos, en forma permanente e independientemente de su tamaño, deben ajustar sus procesos y métodos de producción a los requisitos exigidos por el país de destino de sus exportaciones, hasta tanto avancen los sistemas de equivalencia recíproca entre las diferentes normativas de los países participantes del comercio internacional de orgánicos. En todos los casos esto es un gran desafío, ya que se trata de mercados que poseen condiciones que son muy exigentes.



Todos los elaboradores orgánicos, deben ajustar sus procesos y métodos de producción a los requisitos exigidos por el país de destino de sus exportaciones



La Comisión Interamericana de Agricultura Orgánica (CIAO) ha compartido algunos resultados parciales de la encuesta “Escenario futuro post Covid-19 para el sector de la Producción Orgánica, Ecológica y/o Biológica” que se realizó en Argentina, con el apoyo del MAPO y la CACER. Entre otros aspectos, mencionó la necesidad de cumplir nuevos requerimientos en cuanto a normas de bioseguridad o certificaciones específicas. Esto significa que tan importante como las políticas de fomento de la producción o el consumo orgánico, son los programas de acompañamiento a los productores, para el desarrollo y la mejora de los procesos productivos. Se identificaron además otros esfuerzos para focalizar acciones concretas: asistencia financiera, investigación, transferencia y adopción de tecnología, desarrollo de la cadena de suministros, crear más espacios de articulación público-privada y desarrollos de sistemas informáticos enfocados a estudiar y monitorear el mercado.





Desde el ámbito institucional, cabe reiterar la importancia del proyecto de Ley de Promoción de los Productos Orgánicos, como instrumento para fortalecer el segmento de producción orgánica. De esta manera, la promoción del sector orgánico se convertiría en política de estado, garantizando su continuidad y proyección en el futuro. En caso de avanzar, la eliminación de los derechos de exportación para los productos orgánicos argentinos probablemente generará los incentivos suficientes para que los elaboradores bajo las normas NOP, también certifiquen bajo la normativa argentina. Esto corregiría además la información estadística disponible sobre las exportaciones del sector orgánico, lo que también permitirá un mejor seguimiento del conjunto y un diseño más adecuado de políticas públicas que fomentan la producción orgánica.

Los expertos coinciden en que, si bien la tendencia mundial se muestra positiva, no se deben descuidar los grandes desafíos del sector orgánico argentino, como por ejemplo diversificar la producción, para lo cual es fundamental promover nuevos insumos orgánicos, nuevas materias primas necesarias para eslabonar una cadena, mejorar la calidad e inocuidad de la oferta y expandir la demanda. En esta línea, diferentes instituciones están trabajando en el diseño y la elaboración de una plataforma digital, que recolecte las demandas de investigación, desarrollo, innovación y asistencia técnica del sector agroindustrial orgánico. En las últimas reuniones con los principales agentes del sector, se identificaron como fundamentales la institucionalización del trabajo público-privado en las diferentes provincias y regiones argentinas, en articulación con organismos nacionales, para potenciar el desarrollo local, y el trabajo coordinado con la AAICI y Cancillería, para detectar mercados internacionales, donde Argentina pueda avanzar en su oferta exportable y en acuerdos de equivalencias normativas que facilitarían el intercambio de los productos. En la medida que Argentina sólo ofrezca materias primas al mundo, la importancia relativa de sus productos disminuirá, y con ello su poder de mercado, en un sector que crece, pero que es cada vez más exigente.



Oferta Tecnológica del INTI



Los servicios tecnológicos de INTI en el sector orgánico se consolidan bajo la línea de trabajo denominada **Diversificación de la Producción Orgánica**. Como estrategia general, el INTI acompaña la industrialización de los recursos primarios con actividades de agregado de valor (mejora de los procesos, cumplimiento de estándares de calidad, desarrollo de proveedores, incorporación de tecnología, ampliación de la capacidad instalada, nuevos usos o aplicaciones) y la inserción internacional (adecuación para la exportación, diversificación de productos y diversificación de mercados). De este modo, el conjunto de servicios tecnológicos de INTI se resume en:

- Diagnósticos integrales y soluciones tecnológicas.
- Implementación de sistemas de gestión de la calidad e inocuidad de alimentos.
- Diseño o readecuación de layout de planta teniendo en cuenta la infraestructura, equipamiento, líneas de producción, flujos de personas, materiales y productos según reglamentación vigente.
- Asistencia técnica para la mejora, adecuación y adaptación de procesos y equipos en la industria alimentaria.
- Asistencia técnica en energías renovables, diseño sustentable, valorización de subproductos y valorización energética.
- Diagnósticos de ciclo de vida de productos.
- Atención a iniciativas socio-productivas para el agregado de valor
- Asistencia para la definición de proyectos tecnológicos
- Desarrollo de formulaciones, productos e insumos.



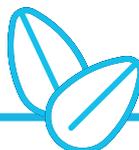
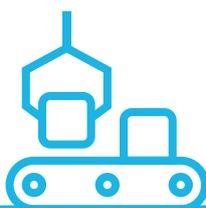
Instituto
Nacional
de Tecnología
Industrial

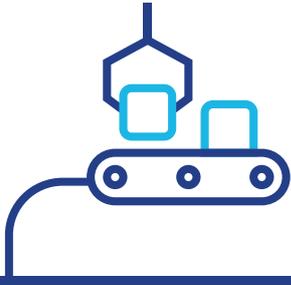


Ministerio de
Desarrollo Productivo
Argentina



**El agregado de valor:
Principal desafío de
Los elaboradores de
Productos orgánicos**





Ministerio de
Desarrollo Productivo
Argentina

 INTIArg

 @intiargentina

 @INTIArgentina

 canalinti

 INTI

www.inti.gob.ar

0800 444 4004

consultas@inti.gob.ar

maslaton@inti.gob.ar

