

# LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA DE ALIMENTOS

Eduardo A.Comerón y Cesar Salto. 2001. INTA Rafaela.

[www.produccion-animal.com.ar](http://www.produccion-animal.com.ar)

Volver a: [Produccion orgánica y trazabilidad](#)

## INTRODUCCIÓN

A nivel mundial se observa un aumento de la preocupación de los consumidores por el cuidado de su salud en función de los alimentos que consumen así como en la preservación del medio ambiente donde habitan. Desde el punto de vista de la producción de alimentos, esto implica garantizar :

- ◆ la no inclusión de residuos químicos y tóxicos en los mismos,
- ◆ la conservación del ambiente manteniendo la biodiversidad de los sistemas y su sustentabilidad, y
- ◆ la trazabilidad del producto en toda la cadena desde el campo hasta la góndola.

En consecuencia, el impulso generado desde la demanda ha determinado en estos últimos años que la producción orgánica en particular ya no sea considerada como una moda o el accionar de un grupo de ecologistas, sino como una realidad tangible de oferta de productos sanos para los consumidores y una actividad rentable para los productores.

Por otra parte, el perfil del negocio agropecuario (al nivel del productor de materias primas) para el futuro próximo, se está definiendo por cuatro tendencias:

- ◆ concentración (menos empresas pero más grandes y/o más eficientes),
- ◆ competencia (como consecuencia de la anterior tendencia),
- ◆ integración (vertical y horizontal), y
- ◆ diferenciación (para hacer frente a la caída constante de los precios de las materias primas indiferenciadas o commodities).

Si tenemos en cuenta la última tendencia señalada, sin dejar de reconocer a las otras tres, la agricultura orgánica puede ser una alternativa más para diferenciar la producción. Sin embargo, es indudable que las reglas de este negocio serán diferentes a las de las producciones tradicionales o convencionales.

## DEFINICIONES DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA

Si bien el término orgánico o ecológico es más familiar en la actualidad que hace un tiempo atrás, hay que reconocer que en general no se posee una idea cabal de lo que significa.

A los efectos de evitar confusiones, conviene aclarar que todo lo relacionado con la producción orgánica se identifica, tanto a nivel nacional como internacional, con tres palabras que pueden ser usadas indistintamente : orgánico, ecológico o biológico.

El término "orgánico" conceptualiza al establecimiento agropecuario como un organismo en el cual todos sus componentes –minerales y materia orgánica del suelo, micro-organismos, insectos, plantas, animales y seres humanos- interactúan para crear un todo estable y coherente. La denominación de "ecológico" hace referencia a que este enfoque de producción privilegia el ecosistema, promoviendo su autosuficiencia, el uso de tecnologías de proceso y la minimización de insumos externos. La palabra "biológico" se refiere a que estos sistemas se basan fundamentalmente en la exaltación de sus procesos biológicos.

El máximo énfasis de la agricultura orgánica o producción ecológica, se centra en la utilización de recursos renovables generados en los mismos establecimientos o en la región y en el manejo de procesos biológicos y sus interacciones, a los efectos de proveer niveles aceptables de producción de alimentos y de rentabilidad de la empresa. Además, se trata que la dependencia de insumos externos, ya sean químicos u orgánicos, sea mínima. En función de todo ello, se afirma que la agricultura orgánica es la sustentabilidad puesta en práctica.

De acuerdo a la Resolución n° 423/92 de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca (SAGyP), se define como "orgánico" a "todo sistema de producción sustentable en el tiempo que, mediante el manejo racional de los recursos naturales y sin la utilización de productos de síntesis química, brinde alimentos sanos y abundantes, mantenga o incremente la fertilidad del suelo y la diversidad biológica, y que así mismo permita la identificación clara por parte de los consumidores de las características señaladas a través de un sistema de certificación que las garantice".

La Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM, 1996), amplía la definición antes mencionada en cuanto a los fines esenciales de la Agricultura y Procesamiento ecológicos:

- ◆ Producir alimentos de elevada calidad en cantidad suficiente.
- ◆ Interactuar constructivamente y potenciando la vida con los sistemas y los ciclos naturales.

- ◆ Fomentar e intensificar los ciclos biológicos dentro del sistema agrario, comprendiendo los microorganismos, la flora y la fauna del suelo, las plantas y los animales.
- ◆ Mantener e incrementar la fertilidad de los suelos a largo plazo.
- ◆ Promover el uso juicioso y el cuidado apropiado del agua, los recursos acuáticos y la vida que sostienen.
- ◆ Ayudar en la conservación del suelo y el agua.
- ◆ Emplear, en la medida de lo posible, recursos renovables en sistemas agrarios organizados localmente.
- ◆ Trabajar, en la medida de lo posible, dentro de un sistema cerrado con respecto a la materia orgánica y los nutrientes minerales.
- ◆ Trabajar, en la medida de lo posible, con materiales y sustancias que puedan ser utilizados nuevamente o reciclados, tanto en la finca como en otro lugar.
- ◆ Proporcionar al ganado condiciones de vida que le permitan desarrollar las funciones básicas de su comportamiento innato.
- ◆ Minimizar todas las formas de contaminación que puedan ser producidas por las prácticas agrícolas.
- ◆ Mantener la diversidad genética del sistema agrícola y de su entorno, incluyendo la protección de los hábitats de plantas y de animales silvestres.
- ◆ Permitir que todos aquellos involucrados en la producción agrícola y el procesamiento ecológicos lleven una vida acorde con la Declaración de los Derechos Humanos de la ONU, que cubran sus necesidades básicas, obtengan ingresos adecuados y satisfacción por su trabajo, incluyendo un entorno laboral seguro.
- ◆ Obtener los productos no alimenticios a partir de recursos renovables y que sean completamente biodegradables.
- ◆ Promover que las organizaciones de agricultura ecológica funcionen de acuerdo a líneas democráticas y al principio de la división de poderes.
- ◆ Progresar hacia una cadena de producción enteramente ecológica, que sea socialmente justa y ecológicamente responsable.

## **EVOLUCIÓN Y PERSPECTIVAS DE LA PRODUCCIÓN Y DE LOS PRODUCTOS ORGÁNICOS**

### **A nivel mundial**

En varios países se han realizado numerosos trabajos de investigación cuyos resultados indican que el mercado de alimentos orgánicos tiene un futuro cercano promisorio. La tasa anual de crecimiento se ubica actualmente entre el 20 y el 30%, llegando incluso en algunos países al 50%, y pronosticándose su mantenimiento en los próximos años. Actualmente no existen segmentos del mercado de alimentos convencionales que alcancen estos valores.

Las perspectivas del comercio a nivel mundial son muy promisorias. Segger (1997), pronostica que de los 11.000 millones de dólares registrados para el año 1997 en el comercio global de productos orgánicos se pasará en el año 2006 a los 100.000 millones de dólares con una participación en el mercado del 15%. Datos provisionales recientes indican que el valor del mercado de alimentos orgánicos para 1999 ha sido de aproximadamente 15.000 millones de dólares (Gómez, comunicación personal). Estimaciones mundiales consideran que para el año 2000 se logrará alcanzar la cifra de 22.000 millones de dólares para este mercado, correspondiéndole 2.200 millones a Japón mientras que el resto se reparte en cantidades similares entre EEUU y Europa (Gómez, comunicación personal).

Para el caso de los EE.UU., la información proveniente de su Departamento de Agricultura (USDA), indica que en 1996 la comercialización de estos productos alcanzó los 4.400 millones de dólares, pronosticando para el año 2000 llegar a los 10.000 millones (Natural Food Merchandiser, 1996). Algunas proyecciones consideran que en el año 2006 la cifra podría ubicarse en alrededor de 47.000 millones de dólares.

En los últimos 5 años, el crecimiento anual en EE.UU. fue superior al 25% pronosticándose tasas superiores para la próxima década. Es de señalar que en este país, los supermercados recién están reaccionando respecto a los intereses que el consumidor tiene sobre los alimentos orgánicos. Prueba de ello es la constante incorporación de nuevas categorías de productos orgánicos y la creación de secciones específicas, en un intento por cubrir la creciente demanda de los consumidores. Estudios recientes indican que el 12% de los estadounidenses (30 millones de personas) son verdaderos naturistas y comprarían regularmente alimentos orgánicos. Es de destacar finalmente, que los productos que están liderando el mercado son las frutas, las hortalizas y los lácteos. Estos últimos son vendidos en más de 6.000 bocas de expendio, representando el 15% de todos los supermercados.

Esta evolución en los EE.UU. tiene por supuesto su correlato con la producción primaria. En este país la producción orgánica ha sido el sector de mayor crecimiento de la agricultura en la década del 90. Por ejemplo, la superficie dedicada a cosecha se ha duplicado del '92 al '97. La producción de huevos y de leche ha crecido a un ritmo todavía mayor. La cantidad de vacas bajo certificación orgánica prácticamente se ha triplicado entre 1992 y 1994, creciendo a algo más del doble entre 1994 y 1997 (Gómez, 1999).

La producción de alimentos orgánicos ha sido incuestionablemente reconocida en Europa como uno de los sectores de mayor potencial de desarrollo (Baillieux, 1994). La información existente consigna que el área destinada a producción orgánica alcanzó en 1997 a 1.400.000 hectáreas es decir entre el 1,5 y 1,8% de la superficie agrícola del continente, con una tasa de crecimiento anual del 25%. Se estima que Europa pasará de un volumen actual de ventas de alrededor de 4.500 millones de dólares a 58.000 millones para el año 2006. Debido a esto, no será sorprendente que los productos orgánicos alcancen un 15% de participación del mercado de alimentos para dicho año.

Aún considerando que la participación de los alimentos orgánicos en el total de alimentación es todavía marginal –no se ha alcanzado el 1% para el total de la Unión Europea–, hay picos de consumo en líneas de productos como es el caso de lácteos, frutas y hortalizas, mientras que otros sectores se encuentran retrasados, como es el caso de carnes y productos secos. Sin embargo, la consultora Frost & Sullivan prevé un enorme crecimiento de estos últimos sectores mencionados, pronosticando para la Unión Europea un crecimiento del mercado de alimentos orgánicos cárnicos de 390 millones de dólares en 1996 a 1.420 millones en el año 2002. En el sector lácteo en particular, se pronostica que las ventas crecerán de 174 millones de dólares en 1996 a 1.762 en el año 2002, involucrando no sólo provisión de leche sino una cantidad importante de productos destinados a los niños como postres y yogures. Según Granatstein (1999), los derivados de la leche, "snack" y dulces crecieron cerca del 90% en 1998.

Cabe destacar que, en la actualidad, una gran proporción de los productos orgánicos que se consumen en Europa son importados, destacándose el Reino Unido (70%), Alemania (50%) y Holanda (60%), respectivamente (Colombato, 1999).

En Japón, la importación de productos orgánicos ha ido incrementándose paulatinamente a partir de 1990, llegando a un valor de venta de 1.200 millones de dólares en 1997, debido en gran parte a la reducción de aranceles. Se estima que en un futuro próximo Japón va a constituirse en el principal consumidor de productos orgánicos del mundo, medido esto en valor de consumo por habitante (Segger, 1997).

En cuanto a América Central y del Sur, existen países que están demostrando un fuerte interés por la agricultura orgánica entre los que se destacan la Argentina, en primer lugar, Costa Rica y Belice. Con respecto a la Argentina, la exportación de productos ecológicos, pasó de un valor de 1,5 millones de dólares en 1992 a cerca de 30 millones en el '96-97, estimándose para 2000-2001 alrededor de 100 millones de dólares (Gómez, 1999). Esto indica que la Argentina está siguiendo la evolución internacional del sector orgánico.

A pesar de todo lo comentado, debe sin embargo considerarse que la base o el punto de partida aún es bajo. En la mayoría de los países industrializados la participación de mercado de los alimentos orgánicos es menor al 2% del total de transacciones comerciales del sector alimentos. Solamente en algunos países (Dinamarca, Suecia y Suiza), fue alta durante 1996.

## **El mayor precio de la producción y los productos orgánicos**

Es de sumo interés para productores como para procesadores y consumidores el tema del mayor precio que se puede lograr con los productos orgánicos.

### ◆ A nivel de la producción primaria

Overgaard et al (1993) efectuaron un estudio técnico-contable de establecimientos lecheros daneses en el período 1986-1992. A pesar del subsidio estatal que los productores recibían en ese momento (500 U\$\$/ha/año en promedio), estos autores concluyeron que el principal determinante del resultado económico de los tambos orgánicos fue el sobreprecio que recibían por la leche entregada, el cual se ubicó entre 0,01 y 0,16 U\$\$/litro para un valor medio de base de 0,40 U\$\$/litro.

En general, para toda Europa los sobreprecios pagados durante el ejercicio 97/98 a los productores lecheros orgánicos de Europa, fueron desde un 15% (Italia y Alemania) hasta un 40% (Gran Bretaña), con valores intermedios (20 a 30%) en Austria, Bélgica, Dinamarca y Francia (Gómez, comunicación personal).

En la Argentina, la referencia más concreta a productores lecheros lo constituye el emprendimiento aún vigente de la empresa láctea La Serenísimas, de la firma Mastellone Hnos SA. Los tambos afectados a dicho proyecto recibieron un valor de sobreprecio de hasta el 30% en sus inicios, aunque reduciéndose fuertemente en la actualidad.

Overgaard et al (1993) realizaron una encuesta económica en tambos orgánicos y convencionales para el ejercicio 1991/92 determinando que los primeros obtenían un 34% más de ingreso neto por ha y por año. Sin embargo, ésta diferencia debería ser relativizada en función del mayor tamaño (superficie) de las explotaciones orgánicas con respecto a las convencionales.

Según Galetto (1994), la necesidad de sobreprecios para ser rentable los establecimientos lecheros orgánicos se debe a que la reducción de los costos variables (menor uso de insumos) que caracteriza a estos sistemas no alcanza a compensar la caída del ingreso por la menor productividad.

Sobre un modelo de producción de leche orgánica, Comerón y Andreo (2000), obtuvieron productividades elevadas y sostenidas en el tiempo (hasta un máximo de 350 kg de grasa butirosa/ha vaca total/año, equivalente a casi 10.000 litros de leche), siendo los costos por litro solamente un 7% superiores con respecto a un sistema convencional de idéntica estructura y productividad. Los mayores costos se explicaron principalmente por el gasto de la certificación y el mayor precio unitario del concentrado (grano de maíz o de sorgo) cultivado en forma orgánica.

Con idéntico tipo de comparación, aunque para una productividad de 6.500 litros/ha/año, Schilder et al (1995) determinaron que se necesitaría un sobreprecio del 14% para igualar los valores de ingreso neto del establecimiento..

En contraposición a lo señalado anteriormente, Freire et al (2000) calcularon que los costos directos por hectárea en un sistema de leche orgánica certificada serían levemente inferiores (-3%) una vez que se encuentra establecido.

Con respecto a otras actividades o productos, Pena et al (1997) informan que los sistemas de producción orgánicos en Argentina presentan en promedio costos directos más elevados, oscilando entre el 20% para granos (soja, trigo y maíz) y el 13% para carne (invernada).

#### ◆ A nivel del consumidor

Es indudable que, como consecuencia de la pequeña escala de producción y las insuficiencias del comercio, el precio de los productos orgánicos al consumidor sean actualmente elevados en la mayoría de los países. De la información generada sobre este tema se concluye que cuando el sobreprecio de los alimentos orgánicos supera el umbral del 30%, numerosos consumidores interesados en ellos dejan de adquirirlos. Por el contrario, en aquellos países en que los supermercados han comenzado a ofertar sus productos orgánicos con un precio denominado "premium" moderado –como es el caso de Austria, Dinamarca, Suecia y Suiza-, la facturación de estos productos se ha visto aumentada a una tasa anual de crecimiento del orden del 30 al 50%.

Los resultados y conclusiones de dos estudios realizados por consultoras inglesas (Gómez, 1999), para determinar el nivel de sobreprecios que estaría dispuesto a pagar el consumidor, indican que si el producto ecológico costase igual o fuese levemente superior al convencional, la gran mayoría optaría por él. Según este estudio, un 30% de los consumidores estaría dispuesto a pagar hasta un 20% de sobreprecio.

Para Galetto (1994), es muy escasa la proporción de la población (menos del 5%) que estaría dispuesta a pagar más del 30% de sobreprecio por alimentos de naturaleza orgánica.

Estas consideraciones sobre el sobreprecio son de carácter general ya que el mismo es muy variable según el producto, el país y el momento en que se realizan las investigaciones de mercado.

En Australia por ejemplo, se pagaron en 1989 sobreprecios del 30 al 50% en carne bovina y ovina, mientras que los pollos orgánicos se pagaron entre un 80 y 100% más que los convencionales (Fritz y Andresen, 1994).

Para el caso particular de la leche y los lácteos, Galetto (1994) constató, en supermercados que atienden el sector de ingresos medianos y altos de Copenhague (Dinamarca), una diferencia a favor de los precios de los productos orgánicos con respecto a los convencionales del orden del 40-50% para leche fluida, 45% para manteca, 25% para queso "feta" y 14% en yogures bebibles en envase tetrabrik.

Según Gómez (comunicación personal), actualmente los consumidores de Francia han llegado a pagar sobreprecios de entre el 20 y el 150% mientras que en Alemania y España los valores oscilaron entre el 15 y el 80%.

En Argentina, la evolución del precio al consumidor de la leche fluida orgánica industrializada y comercializada por Mastellone Hnos SA, fue disminuyendo de una manera importante desde 1995 hasta la fecha. En efecto, la brecha inicial fue de casi el 70% con respecto al precio de la leche convencional de la misma empresa hasta prácticamente hacerse inexistente durante el año 1999. Por otra parte, Freire et al (1999), informan que en el caso del queso orgánico del tipo Gouda denominado "San Miguel", el 50% de los encuestados estaría dispuesto a pagar un sobreprecio de hasta el 20-25% con respecto a un producto convencional de características similares.

La tendencia futura indica que se irá disminuyendo la brecha actual de precios con los productos convencionales. Segger (1997) pronostica que los valores de los productos orgánicos para el 2006-2010 serán prácticamente iguales a los de los productos convencionales (solamente entre el 3 y 6% superior para los primeros).

### **Las limitantes al crecimiento de los productos orgánicos**

En la mayoría de los países del mundo la demanda del consumidor es la fuerza que motoriza el crecimiento de mercado, especialmente en aquellos donde la comercialización de productos orgánicos dejó de ser una novedad. Esto es lo que sucede en Europa occidental, Japón, EE.UU. y Australia, en donde la demanda de alimentos orgánicos tiene un fuerte crecimiento. Existe un segundo grupo de países en los que la demanda doméstica de alimentos y productos orgánicos se pronostica como importante en el corto a mediano plazo. Este es el caso de países como Argentina, Canadá, Chile, China, Israel, Méjico, Nueva Zelanda, Sudáfrica así como en Europa del Este.

Existen varios factores que pueden limitar la demanda, pudiendo señalarse entre los más importantes a:

- ◆ La disponibilidad de alimentos orgánicos en los negocios donde los consumidores realizan habitualmente sus compras (fundamentalmente supermercados convencionales). En aquellos países en que los alimentos orgáni-

cos tienen una fuerte presencia en los supermercados –Dinamarca, Suecia, Suiza y en menor grado, Reino Unido–, la demanda está creciendo mucho más rápido que en aquellos en donde el consumidor interesado en productos orgánicos debe realizar grandes esfuerzos para poder adquirirlos en los pocos negocios especializados en este rubro.

- ◆ La restricción en la oferta variada de productos orgánicos, la cual raramente supera el centenar, en la mayoría de los supermercados.
- ◆ Las fallas en la comunicación con el consumidor. En efecto, no se realizan suficientes campañas de difusión ni degustaciones con las consecuentes mejoras en las ventas. Es decir que, a pesar de disponer de alimentos orgánicos, el consumidor no comprende cabalmente el significado del producto, o no está enterado de su existencia y no sabe cómo localizarlos. En Argentina, una investigación exploratoria de mercado del queso orgánico "San Miguel", efectuada en 1997 por Freire et al (1999), en cuatro cadenas de supermercados de la ciudad de Buenos Aires, concluyó que más del 60% de los encuestados manifestaron un total desconocimiento respecto al tema de alimentos ecológicos y solamente un 16% compró alguna vez un producto orgánico.

Finalmente, el mundo orgánico no deberá descuidar las tres claves que determinarán las tendencias futuras: conveniencia, salud y sabor. La introducción de nuevos productos orgánicos que cumplan con estas tres premisas tendrá un futuro asegurado.

Resumiendo, si los productos orgánicos son ofrecidos ampliamente, garantizando variedad y abastecimiento continuo, con calidades homogéneas, un sobreprecio moderado y acompañado por campañas de promoción bajo una etiqueta genérica, la demanda puede crecer a tasas superiores al 50%. De ocurrir esto, la oferta se convertirá en el factor limitante siendo más notable en los países industrializados.

Sin lugar a dudas, existe un gran potencial de crecimiento para el sector de productos orgánicos y su éxito residirá en la realización de múltiples esfuerzos con el fin de informar al público sobre los beneficios de este tipo de agricultura y alimento.

### **La acreditación y la certificación de productos orgánicos**

La estructura actual de certificación y acreditación de la producción orgánica, constituye un elemento fundamental que hace a la credibilidad de todo el sistema. Gracias a ello, se rigen la forma de producción, el procesamiento, el etiquetado y la comercialización de todos estos productos.

Este tema está siendo liderado por el IFOAM desde el año 1972. Esta federación dicta las pautas internacionales para la producción y el procesamiento de fibras y de alimentos orgánicos (normativas o estándares). La FAO, a través del Comité del Codex Alimentario, está trabajando en el establecimiento de las Guías para la Producción, el Procesamiento, el Etiquetado y la Comercialización de Alimentos Orgánicos con participación de la OMS y miembros del IFOAM. También este tema ha sido incorporado últimamente a la agenda de la Organización Mundial del Comercio (OMC) para dirimir disputas de comercialización internacional de productos orgánicos.

En Europa, la mayoría de los países poseen sus propias normativas y la Unión Europea (UE), tiene su propia regulación (Council Regulation N° 2092/91/EEC). En EE.UU. si bien determinados estados (p.e. California) tienen sus propias normativas, desde hace unos años se está trabajando en este tema para tener una ley nacional.

En Argentina también existen normativas oficiales que regulan la producción y comercialización de productos orgánicos de origen vegetal y animal como se detalla más adelante (ver 2.2.1).

Algo conceptual que está en la letra y en el espíritu de todas las normativas existentes, es que lo que se certifica es todo el proceso de producción que da como resultado un producto certificado.

## **EN ARGENTINA**

La Argentina ha desarrollado en muy pocos años un sector de producción orgánica de significativa extensión en cuanto a superficie y productos. El éxito actual se basa en el dinamismo, conocimientos y puesta en práctica de sistemas de producción orgánica por parte del sector privado. Paralelamente, el Estado dio un marco normativo para el desarrollo de esta actividad (tomando el rol de reglamentar la actividad y de supervisar al sector privado) y también apoyó al sector desde sus inicios a través de diferentes acciones.

## **POLÍTICA AGROPECUARIA ORGÁNICA**

### **Normas legales**

La producción agrícola orgánica en Argentina se encuentra reglamentada a través de las Resoluciones de la SAGyP (423/92, 424/92 y 354/93) así como por las del IASCAV (82/92, 62/92, 42/94, 116/94, 331/94 y 188/95). La producción animal orgánica está reglamentada a través de las Resoluciones del SENASA (1286/93, 1505/93 y 068/94).

En el año 2000, todas estas resoluciones han sido agrupadas, ampliadas y actualizadas en la 270/00 de la SAGPyA (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación). Cabe destacar que en ésta se incluyen las

restricciones respecto a: el uso de plantas genéticamente modificadas, el empleo de sistemas intensivos de alimentación de distintas especies animales y la entrada de animales a los sistemas orgánicos. También deja sin efecto el registro de inspectores para sistemas orgánicos. Finalmente en esta última resolución se agrega la reglamentación para la producción de miel y se incluye un listado de nuevos productos permitidos para distintos procesos (limpieza, almacenamiento, transporte, etc.).

Todas estas resoluciones y sus anexos se encuentran disponibles en el diskete que se adjunta a esta publicación.

En la elaboración de todas estas resoluciones fueron consideradas como base de referencia las normas del IFOAM, la normativa vigente en la Unión Europea y las consideraciones efectuadas por las entidades nacionales relacionadas con la producción orgánica

Como se indicó anteriormente las normativas proponen la certificación de todo el proceso de producción dando como resultado un producto certificado.

Por otro lado el sistema de certificación protege a los productores orgánicos del fraude del que pueden ser objeto si se intentara comercializar como orgánicos, productos convencionales.

Para lograr la certificación de una producción orgánica, el productor debe contactar a una empresa inscripta en el Registro de Entidades Certificadoras de Productos Orgánicos del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA, organismo surgido de la fusión del IASCAV y el SENASA).

Se estima que en Argentina existen alrededor de 15 empresas certificadoras de productos orgánicos, pudiendo citarse entre ellas a:

- ◆ Argencert S.R.L. (Tel. 011-4334-2943 - E-mail: argencert@argencert.com.ar),
- ◆ OIA (Organización Internacional Agropecuaria S.A.) (Tel. 011-4793-4340 – E-mail: oia@oia.com.ar),
- ◆ Aproba (Asociación de Agroproductores Orgánicos de Buenos Aires) (Tel. 0221-422-6589 – E-mail : mischettini@infovia.com.ar),
- ◆ MOA (Fundación Mokichi Okada) (Tel. 011-4771-5512 – E-mail: moa@accessnet.com.ar)
- ◆ Ambiental S.A. (Tel. 011-4322-2520 – E-mail : ambient@pinos.com),
- ◆ APPRI (Asociación para el Pastoreo Racional Intensivo) (Tel. 011-4813-7720 – E-mail : apri\_2000@hotmail.com).
- ◆ Agros Argentina SRL (Tel. 011-4302-0850 – E-mail: agrosargentina@infovia.com.ar)
- ◆ ArgenINTA-IRAM (Tel. 011-4802-9623 – E-mail : fundac@inta.gov.ar)
- ◆ Food Safety SA (Tel. 011-4612-1257 – E-mail : food@ciudad.com.ar)
- ◆ FU.CO.FA. (Fundación de Lucha contra la Fiebre Aftosa) (Tel. 0343-423-3565 – E-mail : fucofaer@infovia.com.ar)
- ◆ Letis SA (Tel. 0341-426-4244 E-mail: biocertificacion@biocertificacion.com.ar)

La certificación posee un costo que se conforma, para el caso de un productor orgánico individual, por los siguientes ítems y montos (Freites, 2000) :

1. Suscripción o asociación anual a la certificadora : Entre 100 y 500 pesos más IVA,
2. Inspecciones (como mínimo una al año) : Entre 300 y 500 pesos más IVA por día de trabajo,
3. Honorarios de emisión de certificados : Alrededor del 1% del valor bruto de la producción,
4. Viáticos del inspector con un monto variable.

Las entidades certificadoras verifican el cumplimiento de las normativas de producción ecológica a través del trabajo de sus inspectores. Finalmente existe la figura del asesor, el cual es un conocedor de las normativas y un experto en el tema de producción orgánica.

Es de destacar que, en gran medida, todas estas acciones permitieron que en marzo de 1997 la Argentina sea reconocida, junto con Australia, Hungría, Israel y Suiza, como país extracomunitario equivalente por parte de la Unión Europea para ingresar productos ecológicos en dicho mercado. Esta situación le permite al país posicionarse en forma ventajosa para cubrir las necesidades de importación del mercado más demandante de productos orgánicos.

Otro punto a destacar y que demuestra el interés que genera este tema para el estado se refiere a la sanción de la ley sobre Producciones Orgánicas n° 25.127 del 22 de setiembre de 1999, la cual otorga reglas claras para el sector, seguridad jurídica a los emprendimientos y establece una normativa uniforme. Esto coloca a la Argentina como el segundo país en el mundo en contar con una legislación específica sobre producción ecológica, biológica y orgánica, luego de Islandia.

### **Acciones oficiales y privadas**

Si bien el estado no otorga subsidios para realizar la transformación a la producción orgánica, éste ha contribuido a través de diferentes organismos para fortalecer al sector.

La SAGyP (hoy denominada SAGPyA ; Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación), a través del Proyecto de Promoción de Exportaciones de base agrícola no Tradicional (PROMEX) permitió llevar a cabo acciones de capacitación, información y promoción. Se destacan entre otras :

- ◆ la organización del Seminario Internacional de Producción Orgánica en 1992, la Jornada de Producción Orgánica en 1993 y el Seminario Internacional sobre Comercialización de Productos Orgánicos en 1994,
- ◆ los estudios de mercado y seguimiento de precios de productos orgánicos.
- ◆ el otorgamiento de fondos de promoción para el financiamiento de empresas exportadoras de productos orgánicos.
- ◆ la organización de misiones para la asistencia a reuniones científicas del IFOAM: San Pablo en 1992, Nueva Zelanda en 1994 y Dinamarca en 1996,
- ◆ el apoyo organizativo para la realización de la XII Conferencia Científica IFOAM desarrollada en 1998 en Argentina.
- ◆ la organización de misiones para la asistencia a las Conferencias de Comercio IFOAM en Baltimore 1993 y Oxford 1997,
- ◆ la organización para la asistencia de empresas a ferias internacionales : BioFach desde 1995 a 2000, Expo West y Expo East de EE.UU. para las ediciones de 1996 y 1997.

En 1997, la SAGPyA crea una Comisión Asesora para la Producción Orgánica, integrada por cinco representantes del sector oficial y cinco del sector privado. Esta comisión tiene entre sus funciones:

1. Asesorar a la SAGPyA en los temas vinculados a la Producción Orgánica.
2. Proponer normas y emitir opinión en los temas de su competencia.
3. Elaborar un Programa Nacional para la Producción Orgánica basado en cuatro áreas claves : investigación, capacitación, marketing y financiamiento.

Esta Comisión Asesora tiene asegurada su continuación con la ley de Producción Orgánica, la cual en su artículo 6to impone a la SAGPyA la "...obligación de promover la agricultura orgánica constituyendo una comisión asesora para tal fin."

El Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), organismo dependiente de la SAGPyA, incorporó líneas de investigación sobre producciones orgánicas a partir de 1992 enmarcadas en su Proyecto Nacional de Agricultura Orgánica para la producción de alimentos ecológicos. Por otra parte, esta institución y las universidades vienen efectuando desde hace 5 años diferentes cursos de capacitación sobre el tema. Cabe destacar, la designación de uno de los investigadores del INTA (Ing.Agr. Pedro Gómez) en el Board de Directores de IFOAM.

La Fundación Export-Ar que funciona dentro del ámbito de la cancillería Argentina, desarrolló actividades de :

- ◆ capacitación sobre la comercialización de productos orgánicos,
- ◆ organización de misiones comerciales (Natural Product Expo East en Baltimore y Natural Product Expo West en Anaheim),
- ◆ promoción de productos argentinos (exhibición en la 1er. Feria Orgánica Mundial y publicación de un catálogo de Productos Orgánicos Argentinos).

A nivel privado se destaca la conformación en el año 1995 del Movimiento Argentino de Producción Orgánica (MAPO) que reúne a todos aquellos que participan en la producción e investigación orgánica en el país. Este movimiento se encuentra conformado por científicos, técnicos, productores, certificadores, empresarios y educadores, convirtiéndose en un referente nacional sobre el tema.

Otro hecho remarcable ha sido la firma de un convenio en 1996 entre el MAPO, el PROMEX (hoy inexistente), y la Fundación Export-Ar, para la promoción de las producciones orgánicas en el exterior. Ello permitió un accionar coordinado y consensuado entre el sector privado y el público para el diseño y la realización de planes y actividades de promoción de las exportaciones argentinas de productos orgánicos, optimizando los recursos y evitando la duplicación de esfuerzos. La ley de Producciones Orgánicas garantiza la continuidad del objetivo del convenio firmado como se señalara anteriormente.

## **EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA**

### **Estructura agropecuaria bajo certificación**

En el cuadro 1 se presenta la evolución de la superficie bajo producción orgánica en la Argentina desde 1992 hasta 1999.

**CUADRO 1-** Evolución de la superficie certificada de producción orgánica destinada a ganadería y a agricultura desde 1992 a 1999 (Pena et al, 1997 y Puppi et al, 2000)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Ganadería (ha) <sup>1</sup>	0	0	0	104.357	215.800	207.600	269.866	987.254
Agricultura (ha) <sup>2</sup>	5.500	7.389	9.836	12.162	18.400	21.645	21.739	23.708
Total :	5.500							
* ha		7.389	9.836	116.519	234.200	229.245	291.605	1.010.962
* variación (%) <sup>3</sup>		34	33	1.085	101	- 2	27	247

<sup>1</sup> No incluye la superficie destinada a la producción de miel  
<sup>2</sup> Superficie cosechada  
<sup>3</sup> Con respecto al año anterior

Se observa claramente el incremento sostenido del área total dedicada a la agricultura entre 1992 (año de aparición de las normativas del IASCAV) y 1997.

Como se ha mencionado, a partir de 1993 aparecen las normativas para la producción de alimentos ecológicos de origen animal las cuales tienen un gran impacto a partir de 1995 sobre el total del área certificada por las características extensivas de la ganadería. Si bien se observa una recuperación en la tasa de crecimiento entre 1997 y 1998 del orden del 30%, en 1999 se incrementó casi dos veces y media con respecto al año anterior. Esto se debió fundamentalmente a la incorporación de grandes superficies destinadas a la producción de ganado ovino en las provincias patagónicas.

La evolución del crecimiento del área dedicada a la agricultura orgánica fue menos espectacular pero se mantiene en una tasa promedio anual acumulativa del 24%.

En el gráfico 1 se presenta la distribución de los establecimientos agropecuarios por provincia para el año 1999.

El número de explotaciones agropecuarias bajo seguimiento en 1996 y 1997 fueron cercanas a 1.000. Para 1998 el SENASA informa valores de 1.257 empresas aumentando significativamente en 1999 con el registro de 1.422 explotaciones. Sin embargo, es de destacar que, la participación de un grupo de productores pequeños reunidos en una cooperativa de Misiones explica más del 60% de la cifra indicada para 1999 (Puppi et al, 2000). Si no se considera este hecho reciente de Misiones, las explotaciones agropecuarias orgánicas se concentraron desde 1992 en la región Pampeana siendo Buenos Aires la provincia que registra el mayor número.

En 1999 se concentró el 80% de la existencia vacuna destinada a la producción de carne (cría e internada) orgánica en las provincias de Buenos Aires (42%), La Pampa (18%), Córdoba (12%) y Entre Ríos (8%).

La cantidad de animales de tambo (vacas lecheras) afectados a la producción de leche orgánica también se concentraron en las provincias de Buenos Aires (2.757 cabezas), Entre Ríos (95) y Santa Fe (42) (Puppi et al, 2000). Estos datos muestran una reducción importante debido a que en 1996 los registros indicaban 5.395 vacas bajo certificación ecológica (SENASA, 1997). Catorce tambos con un volumen diario de 75.000 litros entregaban su producción a la empresa Mastellone Hnos SA para su posterior industrialización como leche fluida (Agromercado, 1996).

### Producción y comercialización de los productos orgánicos

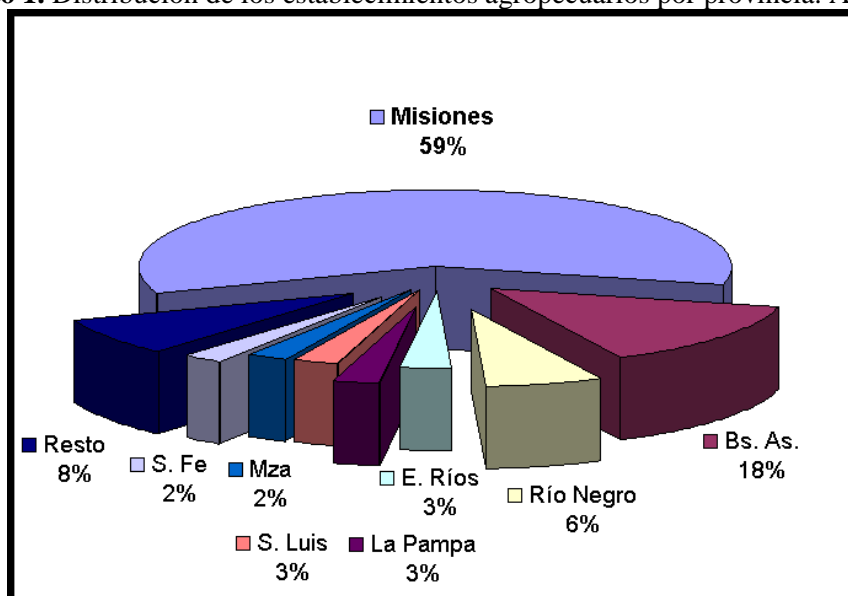
Las estadísticas que se disponen sobre la producción y la comercialización de productos orgánicos en la Argentina provienen del SENASA, el cual controla y supervisa el trabajo de las certificadoras y releva la información de los certificados expedidos por las mismas. De esta manera, se dispone de los volúmenes producidos y el destino de la comercialización. Debido a que los productos orgánicos no tienen una posición propia en el nomenclador arancelario, no se dispone de estadísticas emanadas del INDEC, especialmente en cuanto a los valores comercializados.

El cuadro 2 muestra la evolución de la producción orgánica argentina.

Como se puede observar, la producción de origen vegetal es netamente mayoritaria y con un crecimiento anual importante. La baja cifra de productos de origen animal se explica entre otras cuestiones por:

- ◆ el reciente inicio del proceso de certificación orgánica en ganadería (1995),
- ◆ la gran proporción de la superficie ganadera que se destina a la producción bovina de carne, la cual posee un ciclo más largo que el de la mayoría de los productos de origen vegetal,
- ◆ una importante cantidad de superficie ganadera corresponde a zonas de campos naturales con baja receptividad, y
- ◆ la no inclusión de los volúmenes comercializados de leche.



**Gráfico 1.** Distribución de los establecimientos agropecuarios por provincia. Año 1999.**CUADRO 2.-** Evolución de la producción total de productos orgánicos certificados entre 1995 y 1999 en Argentina.

(Elaboración propia a través de información estadística del PROMEX y el SENASA)

Productos	1995	1996	1997	1998	1999
Origen vegetal (ton.)	s/d	s/d	11.857	16.260	27.900
Origen animal (ton.) *	s/d	s/d	543	445	819
Total (ton.)	4.863	7.607	12.400	16.705	28.719
s/d : sin discriminar; * No se considera la producción de leche fluida					

Según Puppi et al (2000), los rasgos más relevantes de la evolución reciente (1998 vs 1999) de la producción orgánica en la Argentina fueron:

- ◆ la predominancia de las exportaciones en el destino de la producción orgánica argentina certificada,
- ◆ el incremento de las exportaciones de productos orgánicos certificados de origen vegetal,
- ◆ el sostenimiento del incremento de la cantidad de explotaciones bajo seguimiento registrado en 1998,
- ◆ el incremento de la superficie cosechada certificada y el aumento del volumen comercializado de productos de origen vegetal,
- ◆ el incremento de la superficie destinada a la producción ganadera debido fundamentalmente al ingreso de explotaciones dedicadas a la producción ovina,
- ◆ el incremento de los volúmenes comercializados de carne vacuna y aviar.

Como se comentara anteriormente, el destino principal de los productos orgánicos certificados ha sido la exportación representada mayoritariamente (90% del total en 1999) por los productos de origen vegetal. Los principales destinos fueron la Unión Europea (85%) seguida por los EE.UU. (10,5%) y Suiza (3,5%). Con menor relevancia se puede citar a Japón, Singapur y Brasil. Los cereales y las oleaginosas fueron los productos más importantes representando el 53% del tonelaje exportado (Puppi et al, 2000).

El consumo interno de productos de origen vegetal durante 1999 (2.577 toneladas) estuvo representado mayoritariamente por los cereales y las oleaginosas (60%) destacándose el maíz.

En cuanto a la comercialización de los productos orgánicos de origen animal, la información proporcionada por las certificadoras indican que, para el mercado interno, hubo un crecimiento en 1999 con respecto al año 1998 de los volúmenes certificados de carne vacuna (de 50 a 93 toneladas) y aviar (de 119 a 146 toneladas). La producción de quesos (1.037 kg) y de miel (996 kg) orgánicos disminuyó con respecto a 1998. La comercialización de leche orgánica fluida tuvo un incremento significativo (casi 30%) entre 1997 (920.968 litros) y 1999 (1.192.352 litros).

Como en años anteriores, el principal producto de origen animal exportado en 1999 fue la carne vacuna representando el 83% del total, siendo la Unión Europea el principal y casi único destino de las 452 toneladas certificadas. Cabe señalar que éste producto mostró un incremento de casi un 200% con respecto a 1998 cuando se habían exportado casi 149 toneladas. La miel fue el segundo producto exportado en importancia por tonelaje siendo también el único destino la Unión Europea (108,5 toneladas), denotando un incremento del 35% con respecto a 1998

cuando se habían exportado casi 81 ton. Finalmente, cabe señalar un muy pequeño volumen de queso orgánico exportado a la Unión Europea durante 1999 (Puppi et al, 2000).

Argentina, por lo descripto hasta ahora, ha transitado una primera etapa como productor/exportador de producción primaria. Es de esperar que en estos próximos años el sector comience a realizar la transformación de la producción, a fin de agregar valor a la misma y comenzar a mejorar y adaptar el "packaging" y etiquetas de acuerdo a las preferencias del consumidor. Esto ya se avizora en algunos productos.

### **Canales de comercialización**

El PROMEX (1999) señala que la estructura de los canales de comercialización de productos orgánicos ha seguido, a grandes rasgos, la misma evolución que en los mercados denominados "maduros".

Las primeras ventas de productos orgánicos se realizaban directamente en chacra o mediante reparto domiciliario. Luego, los comercios minoristas de productos naturistas y dietéticas incluyen a los productos orgánicos y se profesionalizan las ventas domiciliarias.

Mediante la operatoria del reparto domiciliario de productos orgánicos se comercializan: frutas, hortalizas, hierbas aromáticas frescas, lácteos (leche, yogur, quesos, dulce de leche), arroz, fideos, pan, galletitas, aceites de oliva o girasol, azúcar, yerba mate, huevos, carne vacuna, pollo y hierbas aromáticas. Este sistema cuenta con clientes que reiteran sus compras con frecuencia semanal, quincenal o mensual. Este sector ha mostrado un crecimiento sostenido.

La siguiente etapa fue la entrada de los productos orgánicos a los supermercados, lo que significó que el consumidor general tuviera un mayor y más fácil acceso a los mismos. Actualmente, los productos orgánicos se encuentran en seis cadenas de supermercados, cada una de las cuales poseen varias sucursales. Esta realidad ocurre principalmente en la ciudad de Buenos Aires y sus alrededores. En el interior del país prevalece la venta en negocios de especialidades naturales o herboristerías.

El crecimiento del sector orgánico en supermercados ha sido importante. En algunos casos los productos frescos se comercializan en góndolas diferenciadas, mientras que los demás se exhiben en forma conjunta con el convencional. Actualmente la canasta de productos en los supermercados más completos ronda los 50 ítems. Entre ellos se pueden mencionar: frutas y hortalizas, arroz, porotos, azúcar, infusiones (té y yerba mate), hierbas aromáticas, vinos, aceite de oliva, girasol, diversos dulces y mermeladas de frambuesas, frutillas y frutas finas, carne vacuna, pollos, huevos, miel, leche y quesos, jugos de uva y concentrados de manzana.

En los puntos de venta de algunos supermercados se realizan promociones con entrega de folletos informativos y degustación de los productos aunque se los considera insuficientes y/o incompletos.

### **CONSIDERACIONES FINALES**

La Argentina se encuentra en condiciones óptimas para incrementar la producción orgánica tanto vegetal como animal debido, entre otras razones, a que aún el uso de agroquímicos no es masivo y los sistemas de producción ganaderos poseen en general un fuerte componente pastoril. Además, en EE.UU. y Europa, se incrementa año tras año la demanda de alimentos orgánicos, la cual puede ser satisfecha parcialmente por nuestro país.

El Estado Nacional, mediante distintas Resoluciones de la SAGPyA y sus organismos dependientes, aportó el marco requerido para que el sistema tenga el respaldo legal y la seriedad necesaria para estar a nivel de los requerimientos tanto nacionales como internacionales.

Es de esperar que la tendencia se mantenga tanto en el incremento de la demanda como en la producción de los alimentos orgánicos, la cual debe ser acompañada por una actualización periódica de la legislación y el estricto control de la certificación que los garantiza.

### **BIBLIOGRAFÍA**

- Agromercado, 1996. Panorama actual del sistema de producción orgánico. Revista Agromercado, 113, 10 pp.
- Bailieux, P. and Scharpe, A. 1994. In: Organic Farming. Office for Official Publications of the European Communities. ECSC-EC-EAEC, Brussels. Luxemburg. 46 pp.
- California Agriculture. 1996. Vegetables, fruits and nuts account for 95% of organic sales in California. Vol. 50(6): 9-13.
- Colombato, E. 1999. An overview of the organic food market in Argentina. Biosearch 1999. PROMEX. SAGPyA. Argentina. 14 pp
- Comerón, E.A. y Andreo, N.A.A., 2000. Produção, industrialização e comercialização de leite orgânico na Argentina. Anais do II Simposio sobre Sustentabilidade da Pecuária de Leite no Brasil. Goianias (Brasil), 15 pp.
- Freire, V., Sanchez, J.C., Resch, G., Ruffo, M., Artusso, H., Issaly, L. Y Comerón, E.A., 2000. Prefactibilidad de producción de leche orgánica en un sistema de alta producción. Revista Argentina de Producción Animal, Vol. 20, Supl. 1, 2 pp.
- Freire, V., Galetto, A., Paccioretti, O., Comerón, E.A. y Rodríguez Alcaide, J., 1999. Leche y lácteos orgánicos certificados: 2.- Estudios de mercado. EEA del INTA Rafaela. Información Técnica para Productores 1997-1998. Publicación Miscelánea 89, 60-64.
- Freites, J., 2000. Producción Orgánica. Ni tanto ni tan poco. Revista Mercado Rural, nro 24, octubre 2000, 8-17.

- Frieder, T. and Vogel, R. 1993. Okologische Landwirtschaft. In: Organic Farming. Sustainable agriculture put into practice. Ed. Rosenow, S., Soltysiak U. And Verschuur G. IFOAM 1996. 18 pp.
- Fritz S. and Andresen T. 1994. Organic Animal Husbandry. 62 pp.
- Galetto, A. 1994. Aspectos económicos de la producción y consumo de leche orgánica. EEA del INTA Rafaela. Publicación Miscelánea n° 70, 11 pp.
- Gómez, P., 1999. Producción Orgánica. Concepto. Mercado. Perspectivas. In: IV Curso Producciones Ecológicas. Ed. Olga Rosso y Pedro Gómez, INTA-Unidad Integrada Balcarce. 5-17
- Granatstein, D. 1999. Tendencia en la producción orgánica de frutas en USA. In: Curso Internacional de Producción Integrada y Orgánica de Frutas. Gral. Roca. Río Negro. Argentina. Mayo de 1999, 12 pp.
- Gravino, P. 2000. Argentina pica en punta. Revista Super Campo (marzo 2000), 154-157.
- International Federation of Organic Agriculture Movements. IFOAM, 1996. Normas Básicas para la agricultura y el Procesamiento de Alimentos Ecológicos y Directrices sobre Café, cacao, y té. Evaluación de insumos. Mimeo, 46 pp.
- Lampkin, N. 1990. The principle of organic farming. Ipswich: Farming Press, 650 pp.
- Lampkin, N. and Meassures, M. 1999. 1999 Organic. In : Farm Management Handbook. 3<sup>rd</sup>. Edition (January 1999). Univ. of Nale, Aberystwyth. Elm Farm Research Centre. 21 pp.
- Natural Food Merchandiser (1996). Wrap up: Who's doing what in mainstream supermarkets. Vol.XVII, 12, 33 pp.
- Overgaard, J., Olsen, P., Rude, S. 1993. Resultados económicos de la producción de leche orgánica. Instituto de Economía Agraria. Reporte n° 73, 62 pp.
- Pena, S., Castelli, C., Berbery, M.T. 1997. Producción orgánica en Argentina. Factores a tener en cuenta y análisis económico de su conveniencia. Ed. SAGPyA. 51 pp.
- PROMEX. 1999. In: Comercio Internacional de productos orgánicos. Ed. PROMEX-SAGPyA, Argentina. 72 pp.
- Puppi, N., Ramirez, J.C., Falco, G., Gonzalez, L., Villata, E. 2000. Situación de la Producción Orgánica en la Argentina durante el año 1999. Coordinación de Producciones Orgánicas del SENASA. 23 pp.
- Segger, P. 1997. World Trade in Organic Foods: A growing reality. The Soil Association & International Federation of Organic Agricultural Movements. IFOAM, 1997. The 5<sup>th</sup> IFOAM International conference on Trade in Organic Products. The Future Agenda for Organic Trade. Crist Church College, Oxford, England. 24<sup>th</sup> – 27<sup>th</sup> September 1997. 18 pp.
- SENASA, 1997. Areas de producciones ecológicas de origen animal. Informe del Período 1995/1° setiembre 1997. Subgerencia de planificación. Area de Producciones Ecológicas de Origen Animal. 7 pp.
- Schilder, E., Comerón, E.A. y Andreo, N.A.A., 1995. Resultados económicos y costos estimativos de sistemas de producción de leche ecológica y convencional. EEA del INTA Rafaela. Información para Extensión 51, 5 pp.

Volver a: [Produccion orgánica y trazabilidad](#)