

# Productos Orgánicos

Agroalimentos Argentinos II

## 1.- Perfil

<b>Producción</b>	
Países con producción orgánica	110 países
Cantidad de establecimientos	558 mil
Superficie orgánica mundial	26 mill. de ha
Superficie orgánica argentina	2,77 mill. de ha
Participación sobre la superficie mundial	11%
<b>Producción animal argentina</b>	
Superficie ganadera	2,6 mill. de ha
Participación de las provincias	45% Santa Cruz, 26% Chubut
Cabezas certificadas	695 mil ovinas, 121 mil bovinas
Vacunos por provincias	40% Bs. As., 20% La Pampa
Ovinos por provincias	62% Santa Cruz, 24% Chubut
<b>Producción vegetal argentina</b>	
Superficie agrícola	160 mil ha (cosechada 45 mil ha)
Part. sobre la superficie agrícola total	1,7%
Sup. agrícola por provincias	39% Bs. As., 19% Salta
Producción por grupo de cultivos	61% cereales y oleaginosas, 23% cultivos industriales, 11% hortalizas y legumbres
Sup. de cereales y oleaginosos por pcias.	56% Bs. As., 12% Salta, 11% San Luis

<b>Exportación</b>	
Comercio mundial	23.000 mill. de u\$s
Exportación argentina	35 mill. de u\$s (0,15% de la mundial)
<b>Exportación orgánica de origen animal</b>	
Principales destinos	Unión Europea
Grupos de productos	55% miel, 25% carne vacuna, 5% carne ovina
<b>Exportación orgánica de origen vegetal</b>	
Principales destinos	UE (76%), EE.UU. (10%), Suiza (7%)
Grupos de productos	43% cereales y oleaginosas, 33% frutas
Productos más exportados en volumen	Soja, peras, manzanas, cebolla, girasol aceitero

<b>Consumo</b>	
Mercado interno	Muy pequeño, la mayoría son hortalizas y legumbres

Fuente: Elaboración propia

## 2.- Introducción

Debido a la gran expansión de la agricultura en el mundo y la aplicación de paquetes tecnológicos, se comenzó a vislumbrar ciertas externalidades negativas, como la contaminación de las napas de agua, erosión y pérdida de materia orgánica en los suelos, aparición de nuevas plagas, disminución de la diversidad biológica y problemas relacionados con la seguridad alimentaria. Es por ello que comienza a emerger una conciencia ecológica caracterizada por la preocupación sobre el medio ambiente, la calidad de los alimentos y su inocuidad.

La producción orgánica o ecológica radica en producir alimentos por medio de un manejo racional de los recursos naturales, sin la utilización de productos de síntesis química; brindando alimentos sanos y abundantes, manteniendo o incrementando la fertilidad del suelo y la diversidad biológica. Debe ser una producción sustentable en el tiempo.

Hace referencia a un proceso, más que a un producto; comprendiendo las etapas de producción, elaboración, envase, embalaje, transporte y comercialización. A su vez, El Codex Alimentarius define a la agricultura ecológica como un sistema global de producción agrícola, tanto vegetal como animal, en el que se da prioridad a los métodos de gestión sobre el uso de insumos externos.

Por otra parte este sistema requiere de un seguimiento que permita reafirmar el producto obtenido y la sustentabilidad mantenida.

Si bien esta actividad genera actualmente una pequeña rama de la actividad económica, está adquiriendo una creciente importancia en el sector agrícola-alimenticio de algunos países. El crecimiento del sector de alimentos orgánicos en el mundo se ha ido acelerando, en especial durante los últimos quince años. Las tasas de crecimiento del consumo promediaron en los últimos 7 años el 20% anual, con picos en países como Dinamarca, Reino Unido y Suecia cercanos al 40%. Hoy en día la tasa promedio ha disminuido un poco, pero igualmente permanece en crecimiento.

Debido a la ausencia de estadísticas oficiales sobre comercio exterior de productos orgánicos las cifras provienen de estimaciones hechas a partir de opiniones de cuerpos de certificación, profesionales y revistas especializadas en orgánicos.

El mercado estimado en el 2002 estuvo alrededor de los 23.000 mill. de u\$s; el cual según el Instituto de Comercio Internacional (ITC) en el año 1997 era de sólo 10.000 mill. de u\$s, implicando un crecimiento en estos 5 años del 130%. Según un trabajo sobre la demanda internacional de productos orgánicos realizado por SAGPyA en el 2001, se estima que la demanda mundial de orgánicos llegará en el año 2006 a los 100.000 mill. de u\$s. No obstante se trata de estimaciones, suponiendo un desvío del 30 ó 40% en el cálculo, el mercado podría ser de 60 o 70 mil mill. de u\$s.

Los consumidores de los países desarrollados han demostrado estar dispuestos a pagar sobrepuestos del 10 al 40 % por los productos orgánicos, mientras que las subvenciones gubernamentales han ayudado a que la agricultura orgánica resulte económicamente viable en algunos países.

### Sobrepuestos pagados por consumidores europeos por productos orgánicos

(en %, según productos y países - año 2001)

País	Vegetales	Cereales	Leche	Papa	Frutas
Suecia	30	10	15	30	100
Dinamarca	20	20	20	20	50
Finlandia	94	64	31	78	-
Austria	40	40	10	50	50
Suiza	-	20	25	50	-
Alemania	20	20	25	50	20
Italia	50	125	20	70	50

Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica

A pesar de las altas tasas de crecimiento, el sector orgánico continúa siendo un mercado especializado dentro del sector alimentario. Su participación en el mercado alimentario es alrededor del 1% para la mayoría de estos países. Los valores más altos se encuentran en Dinamarca, Suiza y Austria, con una participación estimada en 3%, 2% y 1,8% respectivamente.

Según proyecciones realizadas por la FAO y el Centro de Comercio Internacional (UNCTAD/OMC) el mercado mundial de productos orgánicos podría participar en un 10-15% del total del mercado mundial de alimentos, para el fin de la década corriente.

Este crecimiento también se empieza a observar en las principales cadenas de supermercados europeas y americanas, que han decidido entrar en el mercado de productos ecológicos (inicialmente dominado por tiendas

especializadas), no sólo ofreciendo mayor participación del espacio en góndola, sino también promoviendo el consumo de una amplia gama de productos orgánicos.

La buena imagen del consumidor respecto de los productos orgánicos; el apoyo existente en los países desarrollados por parte de gobiernos, ONG's y empresas; la entrada al negocio de grandes multinacionales y la baja existencia de

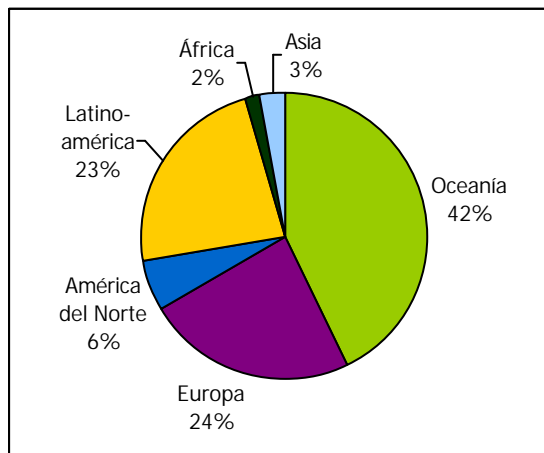
barreras para-arancelarias específicas, son algunos de los factores que ayudan a augurar un alto potencial de desarrollo del sector. A esto se le agrega que, a pesar de que hay un gran crecimiento en la producción, la demanda en los principales países supera a la oferta, tanto en cantidad como en variedad de productos, y que a diferencia de otros productos, la demanda de productos ecológicos nace en el consumidor.

### 3.- Situación Mundial

Existen pocas estadísticas sobre la situación actual de la agricultura orgánica en el mundo. La mayor parte de las estadísticas recogidas hasta la fecha han sido esporádicas en términos de frecuencia y de zona geográfica considerada; además de no haber un organismo oficialmente aceptado. A nivel de mercados también surgen problemas debido a que muchos no poseen números arancelarios para diferenciarlos de la producción convencional. Sin embargo, a medida que crece el mercado de productos orgánicos, también crece el interés en su dinámica y se llevan a cabo estudios para analizar el potencial futuro del sector.

La superficie total mundial dedicada a la producción orgánica es de 26 mill. de ha; de las cuales 11,3 mill. de ha pertenecen al continente oceánico, 6 mill. al latinoamericano y otros 6 mill. al europeo.

**Superficie orgánica mundial**  
(en % del total, según continentes - año 2005)

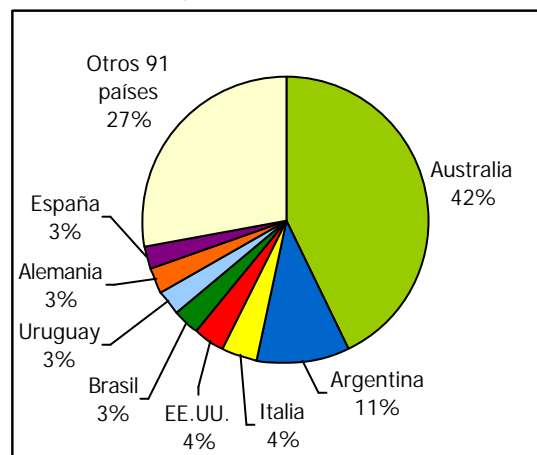


Fuente: The Word of Organic Agriculture

A nivel de países la mayor superficie se encuentra en Australia, con 11 mill. de ha. Lo sigue Argentina

con 3 mill., en tercer lugar Italia con 1 mill. y Estados Unidos con 0,93 mill. Dentro de los países en desarrollo, Brasil y Uruguay se encuentran por debajo de la Argentina. El resto está distribuido entre otros 91 países; lo cual indica que hay gran cantidad de países que realizan producción orgánica con poca superficie.

**Superficie orgánica mundial**  
(en % del total, según países - año 2005)



Fuente: The Word of Organic Agriculture

Esto último también se refleja en la cantidad de establecimientos bajo seguimiento que poseen los distintos países. Se puede observar que hay países, como México, que poseen el 21,5% de todos los establecimientos mundiales, y solamente el 0,9% de la superficie. A su vez hay países que tampoco poseen gran cantidad de superficie, pero sin embargo tienen un alto porcentaje de área orgánica con respecto al área total agrícola. Tal es el caso de Liechtenstein (26,4%), Australia (11,6%) y Suiza (10%). En el caso de Argentina el porcentaje es del 1,7%, Brasil se encuentra por debajo con 0,24% y Uruguay por encima con 4%.

### Establecimientos orgánicos certificados

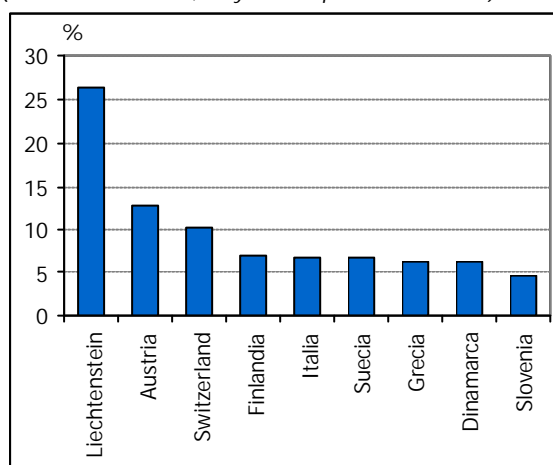
(en unidades, año 2005)

Países	Cantidad	%
Total	558.449	100,0%
México	120.000	21,5%
Indonesia	45.000	8,1%
Italia	44.000	7,9%
Uganda	33.900	6,1%
Brasil	14.000	2,5%
EE.UU.	11.998	2,1%
Reino Unido	4.017	0,7%
Argentina	1.781	0,3%
Australia	1.380	0,2%

Fuente: The Word of Organic Agriculture

### Superficie orgánica certificada

(en % del área total, mayores 10 países - año 2005)



Fuente: The Word of Organic Agriculture

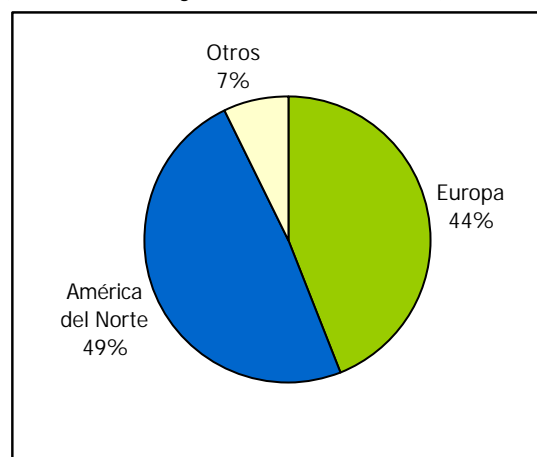
El comercio internacional de productos orgánicos está dominado en su mayoría por Europa y América del Norte. Juntos conforman el 93% del comercio orgánico, también representan los mercados que mayores precios ofrecen con respecto a otros.

Una característica de la producción orgánica, es que los grandes mercados consumidores (con excepción de Japón principalmente) son, a la vez, destacados productores.

El mercado europeo fue tradicionalmente el más importante, pero hoy en día lo ha superado el norteamericano. Las ventas europeas crecieron en el 2002 un 8%, llegando a 10.500 mill. de u\$s. En estos últimos años, el gran crecimiento que se venía dando desde los `90, comenzó a estabilizarse. La demanda de carne y lácteos se encuentra prácticamente cubierta, debido a que los primeros establecimientos en cambiar al sistema orgánico fueron justamente los dedicados a la ganadería y lechería.

### Participación en el comercio mundial de productos orgánicos

(en % del total, según continentes - año 2004)



Fuente: The Word of Organic Agriculture

Los países más importantes en el mercado orgánico son Alemania, con ventas por 3.060 mill. de u\$s, Inglaterra, con 1.500 mill. de u\$s, Italia y Francia con 1.300 mill. de u\$s cada uno. Otros países importantes son Suiza, Dinamarca, Suecia, Austria y Holanda. Los dos primeros se destacan por ser los que mayor gasto por persona al año poseen. Suiza gasta alrededor de 105 u\$s, Dinamarca 71 u\$s, y el promedio de Europa es de 27,2 u\$s, debido a que poseen una gran variación entre países. Gran Bretaña, Suecia y Países Bajos, en virtud de sus altas tasas de crecimiento podrían entrar en los próximos años en esta "selecta" lista de grandes consumidores.

América del Norte tuvo el mayor crecimiento anual (12%), logrando llegar a los 11.750 mill. de u\$s en el 2002. América del Sur, a pesar de ser el segundo continente con mayor superficie orgánica, posee un mercado pequeño de 100 mill. de u\$s. Por último, dentro del continente asiático, el país con mayor peso es Japón con 350 mill. de u\$s en ventas. Otros importantes son, China, Corea del Sur, Hong Kong y Taiwán. Se estima que Malasia, Tailandia e India, poseen un gran potencial de crecimiento.

En el 2003 hubo un pequeño número de países europeos que registraron un crecimiento significativo de sus respectivos mercados, principalmente fueron Dinamarca, Austria y Suiza. En tanto que en otros, conformados por Alemania, Francia, Reino Unido, Estados Unidos y Japón, el paso ha sido menor pero sostenido. El denominador común de estos países es que prácticamente toda su producción orgánica, se consume en sus propios mercados.

A diferencia de estos, en los países en desarrollo el destino comercial prioritario es la exportación; tal

es el caso de la Argentina, la cual exporta alrededor de un 90% de su producción.

#### 4.- Mercado Local

La Argentina posee ventajas naturales y competitivas, ya que, a lo largo de los años, su producción se ha caracterizado por la utilización de un bajo nivel de agroquímicos y, a pesar de haber aumentado su utilización en los últimos años, no llega a niveles comparables a los de los países desarrollados. También posee el beneficio de estar en contra estación con relación a los principales mercados mundiales, diversidad climática y edáfica y agua abundante.

Otro factor a tener en cuenta, es la oferta insuficiente respecto a los productos demandados internacionalmente.

Además posee un conjunto de factores que le brindan un alto potencial de desarrollo. Entre ellos cabe mencionar:

- Adecuada legislación en tiempo y forma (Ley 25127 y legislación complementaria).
- Reconocimiento de la UE (Reglamento N° 2092/91) como país autorizado a exportar productos orgánicos al territorio comunitario.
- Organismos de certificación reconocidos internacionalmente.
- Apoyo de organismos técnicos (INTA, SENASA, etc.).
- Ventajas comparativas: climáticas, edáficas y sociales.
- Mercado interno en desarrollo y con perspectivas de crecimiento.
- Imagen natural de los productos argentinos.
- Correcto sistema de información sobre producción y comercio.

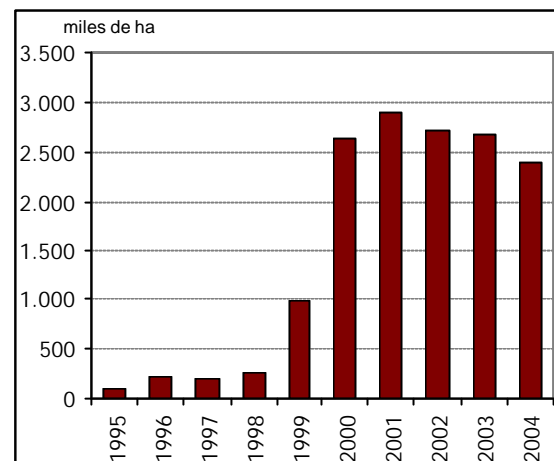
Es por ello que la Argentina posee las condiciones de aportar una importante parte de la oferta necesaria para satisfacer la demanda internacional en aumento. Esto no sólo a nivel de producción de materias primas agroalimentarias, sino también de productos con distintos grados de transformación.

El sector orgánico en la Argentina ha crecido, en sus comienzos, a una tasa sumamente elevada, aunque los últimos años ha tendido a estabilizarse. Se encontró en el año 2001, 27 veces más superficie ganadera que en el año 1995. En cuanto

a la superficie cosechada esta relación fue solamente de 4 veces.

#### Superficie orgánica ganadera

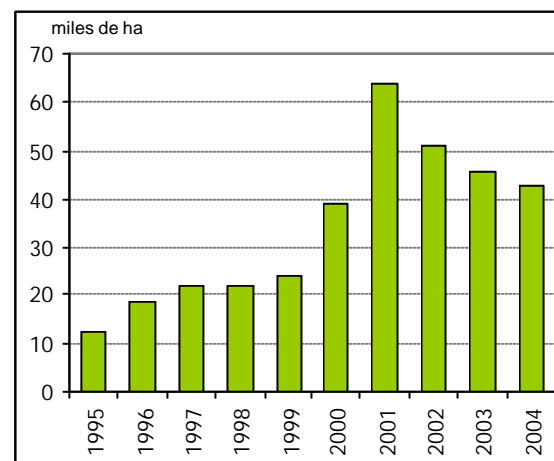
(en miles de ha - años 1995 a 2004)



Fuente: SENASA

#### Superficie orgánica cosechada

(en miles de ha - años 1995 a 2004)



Fuente: SENASA

#### Comercio

A pesar de todos los méritos de reconocimiento internacional y las mencionadas ventajas comparativas naturales, en la actualidad, la Argentina sólo vende al mundo producción por un valor de 35 mill. de u\$s al año, en un mercado mundial de más de 23.000 millones. Esto significa una participación de menos del 0,15%, lo que

demuestra que aún falta un largo camino por recorrer.

Uno de los rasgos más destacables de la producción orgánica en la Argentina es que prácticamente toda la producción es destinada a la exportación.

El principal destino es la Unión Europea, la cual recibe el 76% de la mercadería vegetal exportada; además dentro de cada grupo de productos tiene un porcentaje fuertemente mayoritario.

Los principales productos vegetales adquiridos son cereales y oleaginosas (43%), y frutas (33%). EE.UU. posee el 10% del total exportado por la Argentina, de ello el 77% está compuesto por el subgrupo frutas. También está Suiza con un 7%, teniendo como principal productos los cereales y oleaginosas. Otros productos comercializados son legumbres y hortalizas (12%) y productos industrializados (11%).

### Exportaciones orgánicas de origen vegetal

(en t - año 2003)

	UE	EE.UU.	Suiza	Otros	Total
Total	36.396	5.034	3.298	3.596	48.324
Cereales y oleaginosas	15.034	157	2.900	3.044	21.135
Cultivos industrializados	3.554	919	398	442	5.313
Frutas	12.026	3.853	-	105	15.984
Hortícola y Legumbres	5.769	101	-	4,5	5.874
Aromáticas	13	4	-	0,8	18

Fuente: SENASA

Analizando por grupos de productos, las exportaciones muestran que el 71% de los cereales y oleaginosas son adquiridos por la UE y, dentro de ésta, los países que mayor relevancia poseen son Bélgica y Países Bajos.

## 5.- Regiones Productoras

En Argentina la mayor superficie orgánica corresponde a la ganadería. La misma se concentra principalmente en la zona sur del país, donde se practicó la ganadería extensiva sobre pasturas naturales, y por lo tanto no se necesita un gran período de transición. En el año 2003, se encontraron 2,7 mill. de ha con destino ganadero y

En cuanto al mercado de frutas, el 75% pertenece a la UE siendo el mayor representante Alemania con 4.500 t. Por último se destaca que también posee el 98% del mercado de hortalizas y el 67% del de productos industrializados.

Dentro de los subgrupos se encuentran diferentes características; algunos poseen un producto de gran relevancia y otros una gran diversidad de productos.

Tomando como ejemplo el producto de mayor relevancia, dentro de cereales y oleaginosas el 43% pertenece a la soja, en cultivos industriales el 34% al azúcar, dentro de frutas el 52% son peras y 34% son manzanas, y por último dentro de las hortalizas un 81% son cebollas.

Se puede apreciar en el cuadro que prácticamente toda la exportación de carne tanto bovina como ovina es destinada específicamente al Reino Unido dentro de la UE

### Exportaciones orgánicas de origen animal

(en t - año 2003)

	Carne Vacuna	Lana	Carne ovina	Dulce de Leche
Total	538,6	275,9	108,7	7,8
UE	269,1	141,0	55,9	3,9
Alemania	-	33,2	-	-
Bélgica	-	84,1	-	-
Reino Unido	268,6	-	52,8	3,9
Otros	0,9	17,6	-	-

Fuente: SENASA

En el año 2003, los principales productos orgánicos destinados a mercado interno, fueron las hortalizas y legumbres, por su volumen y por la diversidad de productos. En éste se destacan los siguientes productos: papa, cebolla, zapallo. Otros productos que tuvieron un gran consumo fueron las harinas, el azúcar y los dulces.

alrededor de 160 mil ha agrícolas, de las cuales, sin incluir la recolección silvestre, 45 mil fueron cosechadas. Las provincias patagónicas poseen grandes explotaciones dedicadas a la ganadería ovina, sumando el 72% de la superficie ecológica nacional, con sólo el 4% de las explotaciones del país. La superficie promedio de las explotaciones

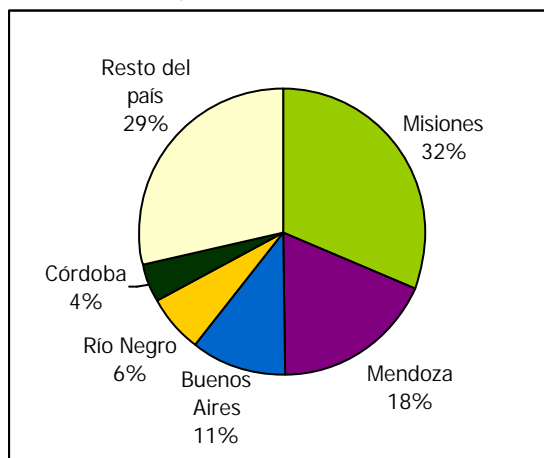
bajo seguimiento son de 69 mil ha en Santa Cruz y 47 mil ha en Tierra del Fuego.

El número de establecimientos con producción orgánica en el año 2003 fue de 1.779, los mismos se distribuyeron principalmente entre las provincias de Misiones, Mendoza y Buenos Aires, sumando un 60% del total.

Las provincias con mayor número de establecimientos orgánicos, como Misiones y Mendoza, poseen sólo el 0,16% y 5% de la superficie ecológica nacional.

**Establecimientos orgánicos certificados**

(en % del total, según provincias - año 2004)

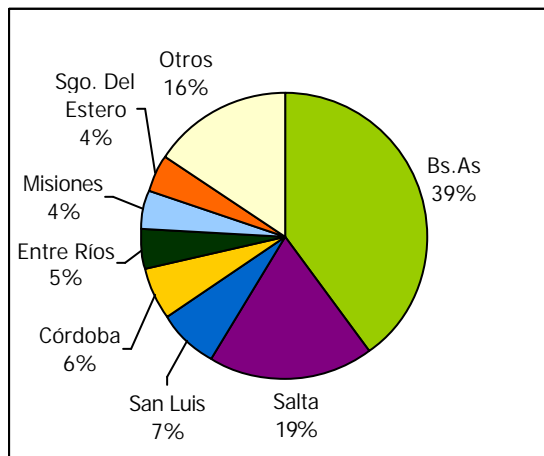


Fuente: SENASA

Con respecto a la distribución regional de la superficie cosechada, se observa que Bs. As. (18 mil ha) junto con Salta (8,6 mil ha) y San Luis (3 mil ha), suman el 65% del total.

**Superficie orgánica cosechada**

(en % del total, según provincias - año 2004)



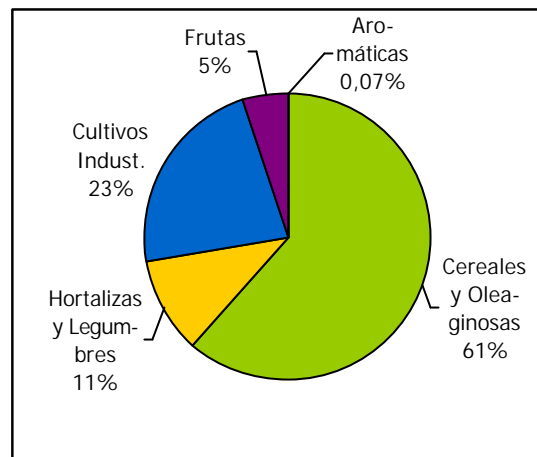
Fuente: SENASA

Dentro de la producción vegetal certificada, 28 mil ha estuvieron destinadas a la producción de

cereales y oleaginosas, más de 10 mil a cultivos industriales, cerca de 5 mil a hortalizas y legumbres, 2 mil a frutas y sólo 33 ha a aromáticas.

**Superficie orgánica cosechada**

(en % del total, según grupos de cultivos - año 2004)



Fuente: SENASA

Dentro de los cereales y oleaginosas el 79% de la superficie está repartido entre Buenos Aires (56%), Salta (12%) y San Luis (11%).

En lo que respecta a cultivos industriales, la producción se encuentra distribuida de manera más uniforme, sobresaliendo la provincia de Misiones con el 19%, Salta con 18% y Bs. As. con el 14%.

En cuanto a la superficie dedicada a frutas, las provincias que poseen una importancia relativa son Mendoza con el 30%, Río Negro con el 29% y Tucumán y Entre Ríos, ambas con el 13%.

Los cultivos más concentrados son las hortalizas y las aromáticas; las primeras se distribuyen principalmente en Salta (70%), las segundas en Buenos Aires (97%).

En el cuadro se especifican los cultivos de mayor relevancia dentro de cada grupo en cuanto al nivel de superficie que poseen.

**Cultivos más relevantes**

(según superficie y principales grupos)

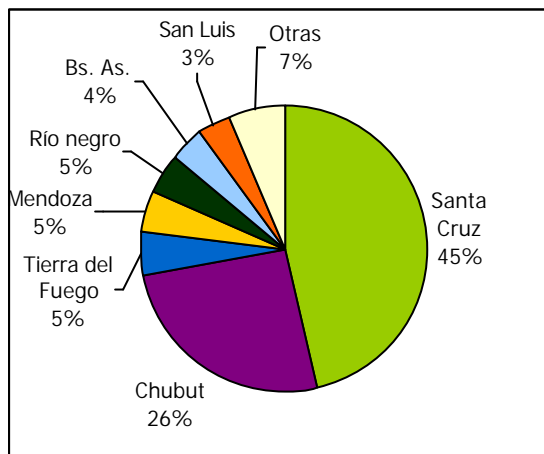
Cereales y oleaginosas	Frutas	Cultivos industriales	Hortalizas y legumbres
Soja	Peras	Olivícola	Porotos
Girasol Aceitero	Manzanas	Caña de azúcar	Cebollas
Girasol Confitero	Cítricos		Ajos
Trigo Pan			

Fuente: elaboración propia

Respecto a la superficie bajo seguimiento orgánico ganadero, se observa una gran concentración entre Santa Cruz y Chubut, por la gran extensión de sus establecimientos.

**Superficie orgánica destinada a la producción animal**

(en % del total, según provincias - año 2004)



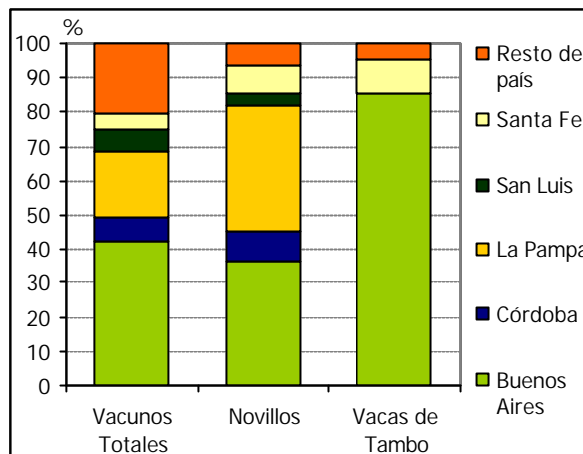
Fuente: SENASA

Analizando los datos por cantidad de existencias, se cuenta con un total de 695 mil ovinos, 24 mil caprinos, y 121 mil bovinos.

A nivel nacional se encuentra una distribución de vacunos en su mayoría en las provincias de Bs. As y La Pampa, y se destaca la provincia de Buenos Aires con casi la totalidad de las vacas de tambo.

**Existencias de vacunos orgánicos certificados**

(distribución en %, según provincias - año 2004)

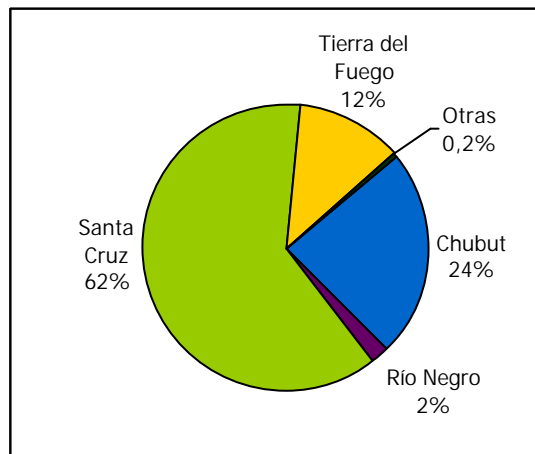


Fuente: SENASA

De las existencias ovinas 434 mil se encuentran ubicadas en la provincia de Santa Cruz, y 165 mil en Chubut. Por otra parte de las 26 mil colmenas, 9,5 mil están en Entre Ríos, y cerca de 5 mil en Buenos Aires y también en Chaco.

**Existencias ovinas orgánicas certificadas**

(en % del total, según provincias - año 2004)



Fuente: SENASA

**6.- Cadenas y Mercados**

**Reglamento, sistema de certificación y organizaciones involucradas**

El continente europeo fue uno de los mayores impulsores de la producción orgánica, creando en el año 1991 las primeras normas oficiales (2092/91). Ésta sentó el precedente para el resto del mundo e incentivó a que los demás países comenzaran a gestionar sus propios reglamentos.

En 1992 la Argentina creó su propio Sistema Nacional de Control de Productos Orgánicos y en 1999 puso en vigencia la Ley Nacional 25.127 de Producción Orgánica, marcando el liderazgo en todo el continente americano en la materia.



La Argentina logró que su sistema normativo sea oficialmente reconocido por la Unión Europea, transformándose en uno de los 6 países de todo el mundo en contar con dicha equivalencia.

La certificación de los productos es efectuada por entidades públicas o privadas, habilitadas por el Estado a través del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria - SENASA. Éste cumple el rol de autoridad de aplicación en todo el sistema normativo y es quien establece los requisitos para poder inscribirse en el Registro Nacional de Entidades Certificadoras de Productos Orgánicos.

Como consecuencia del rápido crecimiento de la actividad, son muchas las empresas privadas interesadas en brindar servicios de certificación. En la actualidad existen 14 certificadoras habilitadas por el SENASA con distintos grados de reconocimiento internacional y nacional. De las cuales cinco se especifican en lo vegetal, una en lo animal y ocho en ambos.

El funcionamiento y crecimiento de la actividad en la Argentina está coordinado por distintas organizaciones tanto públicas como privadas.

#### Desde el sector público:

- .- El SENASA es quien desarrolla la tarea de controlador de la certificación.
- .- La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación promueve la actividad en el ámbito nacional y es la encargada de administrar el Programa Nacional de Producción Orgánica.
- .- El Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto tiene a su cargo la promoción de las exportaciones.
- .- La Fundación Exportar, una entidad mixta entre el sector público y privado, se encarga de acompañar a las empresas en distintas ferias en el exterior y es, junto con la Cancillería, la que confecciona estudios de mercado y organiza misiones comerciales a pedido del sector.

#### Desde el sector privado:

- .- La agrupación más antigua del sector es el Movimiento Argentino para la Producción Orgánica - MAPO - quien no solo reúne a productores, sino también a comercializadores, exportadores, certificadoras, científicos, técnicos, educadores y consumidores. Entre sus objetivos se destacan la promoción de la producción orgánica y demostrar a la comunidad los beneficios de la alimentación ecológica.
- .- La Cámara Argentina de Productores Orgánicos Certificados (CAPOC) es una entidad empresaria que aglutina a las principales empresas exportadoras de productos orgánicos. Sus

objetivos son expandir el comercio, mejorar el acceso a los mercados, defender los intereses de sus asociados y propiciar mejoras en el sistema de certificación.

#### **Industria: grado de transformación de los alimentos**

Dentro de las posibilidades potenciales de comercialización de los países exportadores de alimentos orgánicos, el sector de transformación y envasado forma parte de un segmento muy importante. La gran mayoría de los productos (producidos localmente e importados) se comercializan con muy poca o sin ningún tipo de transformación. En general, sólo se realiza una transformación primaria y el envasado de los productos alimenticios de un modo adecuado para su venta.

A medida que crece la demanda de productos orgánicos, se van diversificando y ampliando los requerimientos de los consumidores, abriéndose un sinnúmero de nuevas posibilidades para los países exportadores. El grado de transformación, el packaging y la particularidad del producto dependerá de cada mercado y estrato social objetivo.

Según un estudio realizado por el Centro de Comercio Internacional (CCI) sobre alimentos y bebidas ecológicas, publicado en el año 1999, las principales transformaciones que se dan a las materias primas agro alimenticias en la actualidad son las siguientes:

- .- Frutas deshidratadas: para panadería, muesli (alimento preparado a base de copos de cereales, manzana, leche o yogur y miel), aperitivos y complemento de yogures
- .- Frutos secos comestibles: para pastas de frutos, salsas, panadería, aperitivos y muesli.
- .- Frutas y hortalizas frescas: para consumo directo. En diversas presentaciones.
- .- Frutas y hortalizas transformadas: en jugo y pulpa, congeladas y enlatadas, conservas, purés, sopas, alimentos para niños, postres, etc.
- .- Granos, cereales y arroz: harinas para panadería y repostería, muesli, tortas de arroz, copos inflados, bebidas derivadas de cereales, piensos.
- .- Semillas oleaginosas: para uso industrial (aceites, margarinas, harinas, etc), para aperitivos.
- .- Hierbas y especias: para venta en fresco a consumo y/o industria (deshidratados, comidas preparadas, etc.).
- .- Legumbres: envasadas para venta minorista, para pastas de untar, y otros alimentos. La soja (en diversas presentaciones) tiene distintos usos en casi todos los sectores alimentarios como las

bebidas, postres, tofu, hamburguesas vegetales, etc.

.- Miel: fraccionada y para industria, diferenciada y/o saborizada.

.- Café, té y yerba mate: fraccionados para su venta minorista, también saborizados o diferenciados

.- Lácteos: en todas sus variedades para consumo minorista, industrial y sus distintas aplicaciones.

### Segmentación de mercado

En general, el comercio de productos orgánicos, en los países desarrollados, puede clasificarse en tres segmentos principales: la comercialización minorista, el sector de la industria de la transformación y el sector servicios de catering y uso institucional. Dentro de la primera, el comercio varía dependiendo de si prevalecen las cadenas de supermercados de alimentos en general o las tiendas especializadas en lo ecológico.

En el caso de la industria de la transformación alimenticia en la mayor parte de los mercados se concentra en una transformación primaria y de envasado del producto en cuestión. Por otro lado, la transformación secundaria se realiza en un número reducido de productos y en general por el mismo supermercado o tienda especializada para su venta en el mercado interno. Uno de los países que ha aprovechado adecuadamente este nicho de mercado son los Países Bajos, quienes importan grandes cantidades de productos orgánicos por sus puertos, los transforman –en algunos casos- y los

exportan a otros países de Europa.

Si se tiene en cuenta el desarrollo actual y las perspectivas esperadas, se prevé que la demanda del consumidor requiera, con el transcurso del tiempo, una gama de productos cada vez más completa, presionando para que se asemeje a la oferta de productos convencionales. Un fuerte indicio del rumbo que tomará el mercado de la transformación es la aparición de actores multinacionales que provienen de la industria de la transformación convencional. Heinz, Nestle, Mc. Donalds, Danone, Swiss Air, entre otros, han iniciado actividades con ramas específicas de orgánicos dentro de su producción.

Dentro de los segmentos de comercialización, debemos mencionar al sector de "catering" o servicios de comidas y el uso institucional para los alimentos orgánicos. Con una utilización reciente pero en crecimiento, algunas entidades públicas (municipios, hospitales, universidades, residencias geriátricas, etc.) en países europeos han comenzado a exigir el ofrecimiento de menús elaborados con alimentos orgánicos. Por otro lado compañías aéreas como Swiss Air y Lufthansa, ofrecen en sus vuelos comidas ecológicas. Un crecimiento muy esperado, aunque por el momento incipiente, es el de los restaurantes especializados en alimentos ecológicos o que poseen en sus cartas una alternativa de comidas elaborados a base de productos orgánicos.