

LA ARGENTINA TIENE REVANCHA DE LA MANO DE LOS ORGÁNICOS

Periodístico. 2015. La Nación, Bs. As.
www.produccion-animal.com.ar

Volver a: [Producción orgánica](#)

Ante la caída de las commodities, el país tiene un gran potencial para exportar alimentos saludables con más valor agregado y mejor precio.

La Argentina está en el podio de superficie cultivada de una producción tan sana como atractiva: la de alimentos orgánicos. El país ocupa el segundo lugar en el mundo, con 3,1 millones de hectáreas cultivadas, de las que sale el volumen que nutre a un mercado mundial de US\$ 72.000 millones, según The World of Organic Agriculture, detrás de Australia (17,1 millones de hectáreas). No sólo eso. La facturación por exportaciones es de US\$ 300 millones, mientras que el mercado interno mueve \$ 60 millones.

Se trata de un rubro que está en constante crecimiento desde hace cinco años, en los que se pasó de 150.000 toneladas exportadas a 169.110. El consumo local, en tanto, demanda unas 3400 toneladas, entre agricultura y ganadería, según datos aportados por Gonzalo Roca, secretario de la Comisión Directiva del Movimiento Argentino para la Producción Orgánica (MAPO), una ONG donde están nucleados los grandes productores orgánicos que exportan.

El 99% de lo que se produce en la Argentina tiene destino de exportación. Es un nicho que está movido por sectores de gran poder adquisitivo. Los 10 países líderes son Suiza, Dinamarca, Alemania, Estados Unidos, Canadá, Noruega, Luxemburgo, Liechtenstein, Austria, Suecia. Los 6 primeros están entre los 10 países con mayor Índice de Desarrollo Humano, mientras que los otros no bajan de la posición 21.

"La Argentina tiene una oportunidad creciente de proveer al mundo en el mercado de alimentos orgánicos, porque es una estrategia de nicho, ya que se dirige a los países con mayor poder adquisitivo y renta media per cápita más abultada", dice Damián Di Pace, director de la consultora Focus Market.

Según explican desde MAPO se considera productos orgánicos a aquellos que han sido elaborados sin la utilización de agroquímicos, aditivos químicos ni organismos genéticamente modificados. "No es una moda nada más -afirma Roca-, sino que es la parte ambiental en la producción de alimentos en todo el mundo".

Uno de los mayores productores de estos alimentos en la Argentina es Douglas Tompkins, quien además de ser ecologista y filántropo ambiental era dueño de la marca The North Face. Este hombre, que es parte de 1200 productores orgánicos del país (Brasil y Perú tienen 30.000, y México, 105.000, por caso), desarrolló la primera estación experimental de agricultura extensiva libre de químicos de la Argentina, que ocupa sus campos entrerrianos de Laguna Blanca (3150 hectáreas) y Malambo (1050 hectáreas).

Dentro de la evolución mundial, a nivel del consumo masivo, ya existen supermercados dedicados a los productos orgánicos, señala Di Pace. Éstos se comercializan a través de marcas blancas o de marcas pertenecientes a diferentes firmas que usan productos importados desde la de la Argentina.

En el mercado local aún no se venden en supermercados, pero sí existen negocios particulares que los comercializan, como así también varias ferias que se instalan los fines de semanas en parques, plazas y otros lugares de la ciudad de Buenos Aires y el Conurbano. MAPO, por ejemplo, tiene dos ferias: un sábado en Palermo, en la Plaza Perú (al lado del Malba), y otro, en la plaza Paraguay, en Peña y Larrea. Además, los viernes tiene una fija en Reconquista y Mitre.

Bettina De Girolamo, dueña de Feria Verde Adrogué, cuenta que en los últimos dos años creció mucho la venta de orgánicos. "Todas las semanas se suman clientes nuevos. En la feria que organizamos, siempre va gente nueva, algunos con conocimiento y otros que quieren saber de qué se trata -comenta-. La gente prefiere elegir lo que consume más, como espinaca, brócoli, zanahoria, tomate y manzana."

Los precios son una de las contras que tiene su consumo, puesto que más que duplican a los de alimentos comunes. En lo que se paga al productor se puede ver que mientras que un kilo de manzana normal cuesta \$ 1,60, el de orgánico sale \$ 14. Lo mismo sucede, por caso, con el brócoli (común cuesta \$ 9,16 y orgánico \$ 20), la berenjena (\$ 10,21 y \$ 26), la lechuga (\$ 8,25 y \$ 35), la naranja (\$ 0,70 y \$ 10), el limón (\$ 1,30 y \$ 20), o la calabaza (\$ 3,58 y \$ 20), según datos aportados por Feria Verde Adrogué y un informe al consumidor de Di Pace.

Desde el Ministerio de Agricultura de la Nación, detallaron que, de las 169.110 toneladas exportadas en 2014, 48.580 corresponden a industrializados de origen vegetal (azúcar, vino, aceite, pulpas, jugos, etc.); 47.680, a frutas (pera y manzana principalmente); 43.220, a cereales (principalmente, trigo y maíz); 20.740, oleaginosas (básicamente, soja, girasol y chía); 6910, otros productos vegetales, y 1980, otros productos de origen animal (carne, miel y lana).

En cuanto a la cantidad que va a cada destino, el Ministerio de Agricultura informó que 88.980 toneladas fueron a Estados Unidos (53%); 48.530, a la Unión Europea (29%); 29.070, a otros compradores, como China, India, Rusia (17%); 1910, a Suiza, y 620, a Japón. El precio medio de exportación es de US\$ 1200 por tonelada, siendo de US\$ 700 por tonelada el promedio de Manufacturas de Origen Agropecuario (MOA).

Un dato a tener en cuenta a la hora de promover las exportaciones de estos productos es que, según destaca Di Pace, mientras la tasa de crecimiento de la industria de alimentos orgánicos a nivel mundial crece a 9%, la de alimentos en general lo hace a 4,9%. El problema que enfrenta el mercado interno para expandirse es que, a diferencia de lo que sucede en economías desarrolladas, en la Argentina faltan políticas de promoción y, además, se cuenta con una renta media per cápita muy baja.

Celina Zavalía Lagos, gerente general de Bio Grains, una empresa exportadora de trigo, girasol, soja, maíz y garbanzos orgánicos, lamenta que no haya políticas de estado para expandir el área sembrada; mientras que las arcas estatales se llevan 5% de lo facturado con las ventas en concepto de retenciones a la exportación.

Más allá de estos contratiempos, entre los que se cuenta la falta de ventajas impositivas (al estilo de la ley del software), las exportaciones han crecido año a año y la tendencia en volumen es alcista. En medio, el principal destino ha cambiado: lo que hace cuatro años iba a Europa se está redireccionando a los Estados Unidos, que pasó de ser exportador a importador.

Los productos argentinos tienen un sistema de control muy bien visto por todo el mundo. Con su certificado de orgánicos pueden ingresar en la Comunidad Europea, porque tiene equivalencia con la Ley Orgánica europea. Es el único país en América latina que tiene esa cualidad; algo que debería aprovecharse para aumentar las ventas externas.

[Volver a: Producción orgánica](#)