

# PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE BOVINA ORGÁNICA

Ing. Agr. Damian Dulau Aguilar. 2009. Enviado por el autor.  
Investigación para el módulo "Negocios de especialidades"  
del posgrado de Agronegocios en la UNER.  
[damiandulau1@yahoo.com.ar](mailto:damiandulau1@yahoo.com.ar)  
[www.produccion-animal.com.ar](http://www.produccion-animal.com.ar)

Volver a: [Producción orgánica, casher, trazabilidad, certificación](#)

## ÍNDICE

1. Objetivos.
  - 1.1.- Generales.
  - 1.2.- Específicos.
2. Introducción – Justificación.
  - 2.1.- Fortalezas.
  - 2.2.- Oportunidades.
  - 2.3.- Debilidades.
  - 2.4.- Amenazas.
3. Análisis del negocio de “La carne bovina orgánica”.
  - 3.1.- Marco Institucional.
  - 3.2.- Producción primaria.
  - 3.3.- Industria y Distribución.
  - 3.4.- Mercado (Consumo/Demanda)
4. Propuestas de estrategias para consolidar el negocio.
5. Conclusiones.
6. Bibliografía.

## 1. OBJETIVOS

### 1.1.-Generales

- ◆ Conocer, adoptar y difundir entre productores ganaderos, las prácticas necesarias para la transformación de las explotaciones ganaderas clásicas, en orgánicas.
- ◆ Establecer y fortalecer vínculos entre los integrantes de la cadena (verticales y horizontales) como productores, frigoríficos, distribuidores, exportadores y vendedores para el desarrollo de carne orgánica.
- ◆ Difundir, promocionar y afianzar el comercio del producto orgánico salido del campo, tanto en el mercado internacional como nacional.

### 1.2.-Específicos

- ◆ Generar un documento que reúna la información necesaria para entender, difundir y atraer nuevos integrantes del sector ganadero a esta práctica. Este informe también debe permitir detectar fallas o falencias en la cadena, y esto será el punto de apoyo para proyectar estrategias destinadas a fortalecer y promocionar este producto en los distintos mercados.

## 2. INTRODUCCIÓN - JUSTIFICACIÓN

Dubra, E. y col. (20008) realizaron el siguiente Análisis FODA sobre la producción orgánica y alimentos ecológicos en Argentina; este nos permite comenzar a introducirnos en los diferentes aspectos de dicha producción.

### 2.1.-Fortalezas

- ◆ Existencia de agencias certificadoras con normas homologadas frente a Unión Europea, norma NOP-USA, Japón, Biossuize, Canadá.
- ◆ Sistema documental y de trazabilidad oficialmente bien organizado por SENASA-DICA.
- ◆ Crecimiento de los volúmenes de producción y de las exportaciones del rubro orgánico.

- ◆ Organización de productores a nivel nacional y regional (grupos de Cambio Rural), con la finalidad de mejorar los conocimientos tecnológicos.
- ◆ Existencia de masa crítica de investigación (INTA, Universidades, etc.) para éste tipo de producción.
- ◆ Conocimientos previos de investigación ya obtenidos en las EEAs, e implementados para validación en Unidades de Producción Ecológicas o sistemas Integrados.
- ◆ Condiciones medio-ambientales favorables y posibilidad de optimización de los recursos naturales.
- ◆ Seguridad de comercialización (certificados de exportación) y escasa intermediación en la cadena.
- ◆ Disponibilidad de sistemas mixtos de producción de granos y carnes (sustentabilidad).
- ◆ Buena disponibilidad de agua para riego o consumo, no contaminada, sin elementos tóxicos, ni salinización.
- ◆ Zonas agroecológicas aptas para producción de semillas orgánicas de forrajeras y abonos verdes.
- ◆ Bajos costos relativos de producción de sistema de producción de carne.
- ◆ Mantenimiento del status sanitario con respecto a BSE.
- ◆ Genética.

## 2.2.-Oportunidades

- ◆ Crecimiento de la demanda en forma sostenida a nivel mundial de los productos orgánicos.
- ◆ Presencia de nuevos rubros con características de alta calidad.
- ◆ Precio diferencial en crecimiento para algunos productos.
- ◆ Apertura de nuevos nichos (ej. Productos elaborados, deshidratados, envasados hortícolas) y mercados alternativos (ej. USA, Canadá, Japón).
- ◆ Posibilidad para el productor del interior de llegar en forma directa con productos frescos a un consumidor más exigente de las grandes ciudades.
- ◆ Valor intrínseco del alimento.
- ◆ Buenos precios de los novillos orgánicos en el mercado externo.
- ◆ Status sanitario a favor frente a problemas de BSE.
- ◆ Posicionamiento por calidad de producto en bovinos (ej. carnes de pastoreo, bajo colesterol) en el mercado externo.

## 2.3.-Debilidades

- ◆ Falta de políticas públicas y privadas de promoción.
- ◆ Insuficiente conocimiento tecnológico, debido a ausencia de investigaciones básicas con relación a las transferibles de mediano plazo.
- ◆ Falta de una visión integral de algunos empresarios (ej. integración horizontal e integración entre productos de toda la cadena).
- ◆ Escasa actitud y aptitud para asociarse.
- ◆ Predominio de cultura empresarial productivista e insumo dependiente.
- ◆ Menores niveles de producción en relación con los sistemas convencionales.
- ◆ Mayores costos internos y externos de comercialización, en relación a los productos convencionales.
- ◆ Logística y marketing, más caros.
- ◆ Falta de protocolos de comercialización de la producción orgánica.
- ◆ Tiempo de estabilización del sistema orgánico como un todo, mayor al convencional (es menos predecible de enunciar lo que puede ocurrir en lo orgánico a corto plazo, antes o durante la transición o conversión, que una vez ya estabilizado).
- ◆ Pocas estadísticas a nivel mundial del comercio externo, volúmenes y precios de los productos por rubro.
- ◆ Falta de germoplasma forrajero, variedades y semillas certificadas y específicas del sistema ecológico.
- ◆ Stock insuficiente para sostener la exportación de carne e infraestructura manufacturera insuficiente.
- ◆ Falta de establecimientos engordadores.

## 2.4.-Amenazas

- ◆ Ampliación de la Unión Europea.
- ◆ Variaciones de precios de productos muy grandes, no muestran bien las tendencias en el tiempo.
- ◆ Relación peso : dólar.
- ◆ Políticas proteccionistas (barreras paraarancelarias, subsidios, etc.).

- ◆ Escasa demanda interna de carnes y cereales, por los bajos niveles salariales de los consumidores en general.
- ◆ Fiebre aftosa.
- ◆ Tiempo de transición, hasta estabilización del sistema ecológico, demasiado extenso en relación a la variable país.
- ◆ Presencia de otro conjunto normativo, (BPA, BPM; MIP-OILB; EUREP) no necesariamente en complemento con lo orgánico, que aportan calidad al producto y también dan confiabilidad a los consumidores y distribuidores a cerca de la inocuidad de los alimentos.

El análisis anterior nos plantea las posibilidades con que cuenta el sector ganadero para transformarse y afianzarse en el mercado, principalmente, externo. También muestra los aspectos favorables con que cuentan las distintas cadenas de alimentos orgánicos.

Por otra parte resalta las dificultades de los distintos pasos de la cadena, desde la producción hasta la venta final. Estos aspectos negativos son los puntos a mejorar y superar, en forma individual o a nivel país; y de ellos se priorizaran y analizaran algunos (mas adelante en este informe), debido a que son los posibles de ser manejados en mayor o menor medida por el sector privado.

Otras variables a nivel país, como son las políticas de estado, en muchos casos no afectan solamente a este tipo de producción, sino que se generalizan a la producción de commodities también; pero al ser mas difícil la ingerencia del sector privado. Por lo tanto deberán ser consideradas y tenidas en cuenta a la hora de proyectar el negocio, pero priorizando otros aspectos que conduzcan a afianzar el sector y obtener representación a nivel país, como, por ejemplo, las asociaciones de productores lecheros u otros, que pueden proponer y negociar políticas de estado.

### 3. ANÁLISIS DEL NEGOCIO DE “LA CARNE BOVINA ORGÁNICA”

#### 3.1.-Marco Institucional.

Normas del SENASA para producciones orgánicas agrícolas y ganaderas

Leyes	Decretos	Notas
25.127 (1999)	97/01 206/01	DICA 66/00 DICA 135/00 DICA 136/00
Resoluciones de Origen Vegetal	Resoluciones de Origen Animal	Otras Resoluciones
SAGyP 423/92 IASCAV 82/92 SAGyP 354/93 IASCAV 116/94 IASCAV 331/94 IASCAV 188/95	SENASA 1286/93 SENASA 1505/93 SENASA 68/94 SAGPyA 451/01	Res. ME 184/2007 Res. ME 160/02 SAGPyA 424/92 SAGPyA 270/00 SAGPyA 503/05 IASCAV 42/94

Dichas normas exponen los diversos puntos a considerar y que se deben cumplir para que una producción sea orgánica.

En el caso de la producción ganadera se detallan aspectos tales como tipos de ganado, alimentación, condiciones ambientales, bienestar animal, manejo, tratamiento sanitario, Identificación, matanza, etc...

#### Certificadoras

Las agencias de certificación son aquellas entidades, que verifican el cumplimiento de las normas de producción y elaboración orgánicas, biológicas o ecológicas, volcadas en las resoluciones de SAGPYA-SENASA-( 423/92 y anexos), en la ley Nacional de Producciones Ecológicas 25.127 y en la resolución 20/92 de UE. Estos organismos también cumplen con un programa de acreditación de orden internacional de IFOAM (International Federation Organic Agriculture Movements) que las habilita a trabajar o no en el Mercado Europeo u otros.

En función del cumplimiento de los distintos marcos normativos los productores acceden a diferentes mercados con sus respectivas etiquetas. Las más destacadas agencias argentinas en el mercado internacional son: **ARGENCERT, OIA; LETIS, FOOD SAFETY**, habiendo se constituido en el 2003 **CACER**, que es la Cámara de Certificadoras de Productos Orgánicos y afines (Dubra, E. 2008).

A nivel internacional, la Regulación 1235/2008 establece las nuevas condiciones para la exportación de productos orgánicos a la UE a partir del 1º de enero de 2009, complementarias del nuevo reglamento del Consejo (CE) N° 834/2007.

La norma regla distintas modalidades para productos provenientes de países con garantías equivalentes o a través de la aceptación, caso por caso, de operadores con certificación que cumpla con la normativa sistema de control reconocido por un Estado miembro europeo.

También dicta las condiciones para el mantenimiento de esta condición, procedimiento de comunicación de cambios o notificación de novedades, etc

Con esta regulación, la Unión Europea amplió hasta el 30 de junio de 2013 para la Argentina el plazo de aceptación de la equivalencia para productos orgánicos vivos no transformados y transformados para alimentación humana.

Esta medida (el mayor plazo de aceptación de equivalencias establecido para terceros países por parte de la UE) convalida el buen desempeño que el sistema de control del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (Senasa) ha demostrado ante ese mercado receptor del 75 por ciento del volumen de exportaciones de productos orgánicos de la Argentina.

También confirma la aceptación de las entidades certificadoras habilitadas por el Senasa para la certificación de los productos orgánicos exportados a la UE.

El reconocimiento de equivalencia facilita la llegada de los productos exportados a las góndolas ya que evita que atraviesen por un sistema de evaluación - caso por caso - en el punto de ingreso a cada Estado miembro de la UE (Letis. 2009).

### **3.2.-Producción primaria.**

**La Producción de Carne Ecológica** constituye una buena oportunidad para un sector de la ganadería argentina, teniendo en cuenta que muchos de nuestros sistemas ganaderos pueden adaptarse a este tipo de producción sin mayores dificultades ni el requerimiento de grandes inversiones.

Gómez, P. (2001) indicaba que ya para el año 2001, Argentina había mostrado un significativo aumento en la superficie destinada a la producción ecológica, siendo el área dedicada a ganadería la de mayor crecimiento. Esto estaba relacionado a las características históricas de los sistemas de producción, preponderantemente pastoriles y con mínimo uso de fertilizantes y agroquímicos sintéticos; y por lo tanto muchos de estos sistemas se adaptaban fácilmente a las exigencias de las normativas, agregándole de esta forma, otro atributo a las ya bien diferenciadas carnes argentinas.

En el mismo informe, Gómez, P. (2001) da cuenta de dos ejemplos de transformaciones de producciones convencionales a orgánicas. Las mismas se realizaron en las Estaciones Experimentales del INTA Gral. Villegas y Balcarce.

En Gral. Villegas en el año 1992 se tuvo como objetivo convertir de convencional a ecológico, el sistema de engorde de 176 ha que venía produciendo unos 500 kg de peso vivo/ha/año, estando en la actualidad bajo certificación ecológica.

Del total de la superficie, el 6% se dedica a la producción de girasol confitero y del resto, dedicado a ganadería, el 20% se destina a verdeos anuales. Las pasturas perennes fueron de base alfalfa, con trébol blanco, festuca y cebadilla criolla. En el período 1995/96 y 1998/99, la producción de carne por hectárea en el sistema ecológico fue de 573 kg/ha promedio, el costo promedio de carne producida fue de \$ 0.37/kg de peso vivo y el margen bruto ganadero de \$ 286/ha.

El hecho de haber estado este sistema bajo las normas de certificación ecológica, posibilitó incorporar en las rotaciones durante los últimos tres años la producción de girasol confitero ecológico.

La rentabilidad promedio de todo el sistema de INTA Villegas fue de 7,27 %, consecuencia de varios factores concomitantes, siendo los más importantes: la alta productividad de carne/ha, el sobrepago pagado por los novillos ecológicos y la inclusión del girasol ecológico confitero en las rotaciones.

En la otra experiencia, en el INTA Balcarce, durante tres años se realizó engorde de novillos en cuatro sistemas de producción ecológica, lográndose producir hasta 500 kg de peso vivo/ha en esta zona de la Provincia de Buenos Aires.

Todos ellos tuvieron como base una pastura de festuca, falaris y pasto ovido y se diferenciaron entre sí por la época en que fueron suplementados con grano de maíz. Cabe destacar que las normativas ecológicas indican que la suplementación con concentrado no debe superar el 30 % de la ración total, debiéndose hacer preferentemente con suplementos de la propia producción, o en su defecto ser también ecológicos.

Los resultados obtenidos en las EEAs de Gral. Villegas y Balcarce, muestran claramente que es factible obtener altos niveles de productividad en sistemas de engorde, aplicando las normativas de producción ecológica, las cuales exigen también que los terneros/as provengan de sistemas que estén bajo las mismas normas de certificación (Gómez, 2001).

Los dos ejemplos anteriores son una muestra de la posibilidad y conveniencia del cambio de producción; pero para garantizar la correcta transición entre un tipo de producción y otro, los productores deberán contratar una empresa certificadora habilitada para tal fin.

En nuestro país la mayoría de las certificadoras son privadas, y están reguladas, habilitadas y controladas por el SENASA. Actualmente existen 12 certificadoras, de las cuales hay cuatro con reconocimiento internacional.

El productor escogerá una certificadora, esta le proveerá la documentación de las normativas correspondientes; y confeccionara un plan de conversión a la producción orgánica evaluando las diferencias entre el sistema actual de explotación y el orgánico. Por ejemplo Letis s.a. es la Certificadora de Calidad Orgánica o Ecológica (Habilitación SENASA Resoluciones: 598/98 y 599/98; EU approval Regl CEE 2426/00) que certifica los sistemas de producción y demás integrantes de la cadena de ACABEEF y cuenta con el documento Normas de Producción Orgánica (2002-05-31) donde figuran las normas a cumplir en una producción orgánica.

El productor deberá firmar el contrato-compromiso con la certificadora, donde se compromete a:

- ◆ Tomar conocimiento de las normas.
- ◆ Producir bajo las normas de producción ecológicas de la certificadora aprobadas por el SENASA y de acuerdo a la normativa nacional vigente.
- ◆ Informar anualmente el programa de producción por lote.
- ◆ Llevar registros que permitan al organismo de control localizar el origen, naturaleza y cantidad de todos los insumos y su utilización; así como la naturaleza, cantidad y destinatarios de todos los productos agrarios vendidos.
- ◆ Aceptar el régimen de inspección establecido por la certificadora así como al personal acreditado por el SENASA.
- ◆ Aceptar el régimen de sanciones previstas por la certificadora en caso de infracción a las normas.

Además se completara la documentación requerida y los análisis solicitados. En general se solicita al productor datos sobre el establecimiento (ubicación geográfica, superficie, planos, historia de las parcelas, plan de producción, etc) y pide la actualización constante de estos datos (siembras, cosechas, stock de hacienda, etc).

Habiendo realizado los pasos anteriores, se podrá realizar la primera inspección de diagnóstico, y posteriormente el establecimiento tendrá un seguimiento constante que dependerá del tipo de producción. Además de las visitas de inspección sin previo aviso, el organismo de control deberá efectuar, como mínimo una vez al año, un control físico completo de la unidad. Esta estará a cargo de un inspector, quién recorrerá el establecimiento en compañía del productor o de un encargado, el cual será entrevistado con el fin de verificar el cumplimiento de la normativa.

Por último, se cumplirá con la etapa de transición hasta el otorgamiento del estado "Orgánico", momento en que los productos podrán ser comercializados como tales. El período de transición dura dos años para cultivos anuales y tres para plurianuales. A partir del año de seguimiento los productos adquieren la categoría de "Orgánicos en Transición" (OT). El período puede ser acortado o prolongado de acuerdo a los antecedentes comprobables.

Dicho proceso fue adaptado cada vez por mas productores, dando como resultado un aumento en el area destinada a este tipo de producción a través de los años, con algunos altibajos, como puede apreciarse en el siguiente cuadro:

Evolución del área ganadera bajo certificación orgánica (SENASA 2009)

Año	ha Ganaderas (sin miel)
1995	104.357
1996	215.800
1997	207.600
1998	269.866
1999	987.254
2000	2.643.037
2001	2.896.016
2002	2.711.195
2003	2.684.831
2004	2.391.083
2005	2.296.123
2006	2.164.200
2007	2.543.186
2008	3.646.472

### 3.3.-Industria y Distribución.

Una vez que el productor cumple con los pasos anteriores, en donde declara su adhesión al sistema y procede al registro de los datos según las especificaciones pertinentes, comenzara a formar parte de la cadena.

Esta continua con una cooperativa o empresa que forma y/o controla los lotes de animales destinados a faena y luego al exportador controlara el proceso de faena, producción, empaque, frío y embarque, según las especificaciones del comprador, en el caso de ventas a mercado externo.

Esto puede verse en el siguiente “Esquema de Control de Calidad en la Cadena”, según ACABEEF:



ACABEEF, mediante su certificadora Letis S.A., realiza también el control de los siguientes pasos en la industrialización del procedimiento industrial ([www.acabeef.com.ar](http://www.acabeef.com.ar)):

#### Recepción de hacienda

- ◆ Pesada.
- ◆ Registro de caravanas y planilla de trazabilidad.
- ◆ Descanso 12 Hs. con agua.

#### Ingreso a la playa de faena

- ◆ Bañado de animales.
- ◆ Insensibilización.
- ◆ Faena, cuereado, eviscerados, etc.
- ◆ Sellado de rótulos de carnes.
- ◆ Tipificación.
- ◆ División de carcasas.

#### Ingreso a cámara de oreo y refrío

- ◆ Oreo.
- ◆ 24 hs. de maduración a 6°C.
- ◆ 24 hs. a 0°C.

#### Sala de cuarteo

- ◆ Separación en cuartos.

#### Sala de despostados

- ◆ Deshuesado y charqueo.
- ◆ Preparación de cortes anatómicos y/o porcionados.
- ◆ Envasado al vacío y rotulado.
- ◆ Termo contracción, encajonado y rotulado.

### **Cámara de frío**

- ◆ Enfriamiento y conservación a 0°C.

### **Embarque**

- ◆ Certificación sanitaria, romaneo, pesado y despacho.

En esta etapa de la cadena hay diferentes sectores (y actores) relacionados al procesamiento y distribución de carne orgánica en nuestro país; los mismos se encuentran descritos en el informe realizado por Dubra, E. (2008):

### **Sector externo carnes bovinas**

- ◆ ACA BEEF: comercialización, faena, procesamiento (cortes especiales) y packaging con destino a mercados externos (cortes especiales) e interno (resto de la integración de la res). La carne orgánica es un negocio más (BioACABeef).
- ◆ ECOPAMPA: comercialización, faena a facón, procesamiento (cortes especiales en planta propia), packaging con destino a mercados externos (cortes especiales) e interno (resto de la integración de la res). En EcoPampa, la carne orgánica es el único negocio actualmente.

En este punto cabe aclarar que según información suministrada por N. Lotrecchiano, de ACABEEF: “desde la prohibición de exportación del 2006, hemos cancelado nuestros programas de trabajo con los productos orgánicos de nuestros productores”. Por lo tanto, actualmente solo EcoPampa sigue exportando cortes de carne orgánica.

### **Sector Interno de carnes bovinas**

- ◆ Nichos muy reducidos a consumidores de alto poder adquisitivo.
- ◆ Supermercados (Jumbo).
- ◆ Rincón Orgánico.
- ◆ Restaurants (Vida Natural, La Cátedra).
- ◆ Industria (Matarazzo).

### **Cámaras de productores o exportadores**

El **MAPO** (Movimiento Argentino de Producción Orgánica) nuclea a empresas, productores, comercializadores y **CAPOC** (Cámara Argentina de Producción Orgánica) a exportadores de productos ecológicos, siendo a nivel institucional las entidades de primer orden en cuanto a representatividad del sector. Todas ellas a su vez participan en el Foro de Orgánicos de la SAGPyA.

## **3.4.-Mercado (Consumo/Demanda)**

### **Mercados Internacionales**

A los efectos de dimensionar la magnitud del valor mundial del mercado de productos orgánicos, cabe mencionar que en la Unión Europea, EE.UU. y Japón se han comercializado productos ecológicos por valor aproximado de 15.000 millones de dólares y 21.000 millones en 1999 y 2000, respectivamente, llegando a 100.000 millones en 2006. Es de destacar que la mayoría de estos países no logran la autosuficiencia, registrándose casos como el del Reino Unido que importan hasta el 70 % de los alimentos ecológicos que consumen (**Gomez, P. O. 2001**).

Según información suministrada por SENASA, en 1999 se comercializaron en el mercado interno 93 ton de carne ecológica y se exportaron 453 ton en casi su totalidad a la Unión Europea, quien incrementó sus compras en un 200% con respecto al año anterior. En el año 2000 el total de carne exportada fue de 522 toneladas. Esta tendencia exportadora se quebró abruptamente durante el año 2001, por haberse interrumpido la importación de carne argentina debido al problema generado por la fiebre aftosa (**Gomez, P. O. 2001**).

En los años posteriores, siguió incrementándose el mercado de productos orgánicos a nivel mundial. Así por ejemplo, para el caso de los productos exportados a EE. UU. por Chile en el periodo 2000 – 2005, un estudio de la Organic Trade Association (OTA) indica que la mayor parte de los rubros mostró un crecimiento de alrededor del 10% medio anual.



## Principales categorías de alimentos orgánicos vendidos en EE.UU.:

PRODUCTOS	VENTAS AÑO 2000	CRECIMIENTO	VENTAS 2000-2010
Frutas y hortalizas frescas.	2.340	12,0%	4.893
Jugos, Leche de Soja.	984	15,0%	3.038
Pan y granos.	848	15,7%	2.821
Alimentos preparados y envasados.	710	16,8%	2.688
Productos lácteos.	588	16,3%	2.046
Bocadillos.	153	15,1%	464
Condimentos.	108	18,4%	475
Carne, Pescado y Pollo.	69	13,8%	179
<b>Total</b>	<b>5.800</b>	<b>14,6%</b>	<b>16.605</b>

El informe de mercado de alimentos orgánicos en los Estados Unidos realizado por el Consulado General y Centro de Promoción de la República Argentina en Nueva York (Septiembre de 2008), indica que en el año 2006 las ventas totales de productos orgánicos en los EE. UU. alcanzaron aproximadamente los 17 millones de dólares, esto representa un incremento del 16% en las ventas con respecto al año anterior.

Asimismo la Asociación Americana de Orgánicos (Organic Trade Association) proyectó un crecimiento del 21% para el año 2007, y para los tres años siguientes un crecimiento promedio del 18% anual.

En el caso puntual de la carne el crecimiento fue del 55%, pasando de 256 millones en 2005 a 330 millones en 2006; y del 20% en el 2007 con 400 millones de dólares.

Lo anterior se explica porque en EE.UU. la demanda de carne orgánica supera ampliamente la oferta; y aunque la producción ha subido en el 2004 y 2005, la importación tendrá que suplir la oferta interna por varios años.

Una demanda excepcionalmente alta de carne orgánica ha sido observada desde que el primer caso de BSE fue reportado entre los rodeos americanos y canadienses. Aunque los incidentes de BSE no han horadado la confianza del consumidor en los productos carnicos, han elevado la confianza en los métodos de producción orgánica.

Nuevas investigaciones de mercado dejan saber que el sector de la carne será el de mas rápido crecimiento en la industria orgánica de América del Norte.

Un estudio reciente del Organic Monitor establecía que la carencia de proveedores traería como consecuencia el florecimiento de la importación de carne, y se comprobó que el mercado de carne orgánica se ha convertido en altamente dependiente de la carne orgánica proveniente de América Latina, Australia, algunos países de Asia y Canadá (Cartas de Letis. Año 8. Nro. 3).

Recientemente el Organic Monitor divulgo el informe *“Global Organic Market: Time for Organic Plus Strategies...”*; en donde señala que la retracción económica por la crisis financiera, está afectando las ventas de alimentos orgánicos a nivel internacional.

Después de presentar altas tasas de crecimiento por mas de una década, el 2009 podría ser el primer año en el cual el crecimiento del mercado sea de solo un dígito.

La demanda está siendo afectada por la reducción del gasto del consumidor y la declinación en inversión de la industria.

Algunos indican que es difícil aumentar las ventas de alimentos orgánicos en el clima económico actual debido a su mayor del precio. El aumento de las expectativas del consumidor seria otro factor que influye en el desaliento por la compra de productos orgánicos, ya que los consumidores están exigiendo cada vez más de estos productos alimenticios; están mirando lo ético, la trazabilidad, la huella de carbono, la sustentabilidad y la responsabilidad social corporativa.

Los productores de alimentos orgánicos y los minoristas necesitan responder a las expectativas del consumidor que cambian para seguir siendo acertados. Los pioneros en alimentos orgánicos están enfrentando este desafío y han adoptado los productos orgánicos con más estrategias.

Las agencias de certificación están respondiendo a la sofisticación cada vez mayor del mercado de alimentos orgánicos integrando aspectos de sustentabilidad en sus estándares. IMO y Ecocert han introducido los estándares del *“fairtrade”* que complementan los métodos de producción orgánicos. El estándar de EcoSocial de IBD que se relaciona con la biodiversidad, está ganando renombre en América latina.

De lo dicho hasta aquí se desprende que la industria de alimentos orgánicos ha crecido a una tasa considerable durante los últimos años, por encima del crecimiento experimentado por la industria de alimentos en su conjunto. Las ventas minoristas crecieron a un promedio de 20% por año en la década del 90 y continuaron a ese nivel hasta el 2005, esperándose que sigan creciendo entre un 9 - 16% hasta el 2010 (*“Global Organic Market: Time for Organic Plus Strategies”*. Sustainable Foods Summit website. May. 29th 2009).



Con todas estas expectativas y desafíos, el sector exportador de productos orgánicos, y particularmente el de carne bovina, podrá seguir afianzándose en el mercado internacional, en menor o mayor medida dependiendo de las propias políticas del país y de la organización que se logre en toda la cadena.

## Precios

Más allá del conocimiento, absolutamente necesario, que se debe tener sobre el mercado internacional y sus variables macroeconómicas, tiene igual importancia conocer otras variables que influyen directamente sobre la cadena, tales como los costos y precios.

Como se explico anteriormente, es muy factible la transformación de una producción ganadera tradicional a una orgánica, sin demasiados cambios y/o inversiones. Por otra parte a excepción de algún gasto extra surgido del proceso de certificación orgánico, el resto de los gastos de control de trazabilidad, industrialización, exportación, etc, son similares para la carne tradicional y la orgánica.

De esta manera llegamos a que es más rentable el negocio de la carne orgánica ya que se obtiene un sobreprecio del producto de entre el 7 al 20 % respecto al producto tradicional.

Así un productor ganadero orgánico podrá cobrar, en promedio un sobreprecio estimado en alrededor del 8%, mientras que en algunos países de Europa los productores recibieron hasta un 40% de premio. Estos sobreprecios que se pagan al productor dependen del año y del precio del novillo convencional de categoría equivalente (Gomez, P. O. 2001).

Según información suministrada por Nicolás Lotrecchiano, gerente de carnes de ACABEEF, sólo el 20% (entre el 7 y el 25%) del animal, los cortes mejores, se exportan con un sobreprecio de entre 7 y 15% en relación a los cortes de animales criados naturalmente; el resto, pese a ser orgánico, se vende sin certificados en el mercado externo o bien se liquida como natural en el mercado interno, ya que actualmente el mercado orgánico interno es prácticamente inexistente.

En España, el diferencial de precios entre los cortes orgánicos y comunes en supermercados es del 19%. Esto puede verse en la siguiente comparación de precios de cortes similares obtenidos en el supermercado Carrefour (cortes convencionales) y en [www.ecologicadelospirineos.com](http://www.ecologicadelospirineos.com) (cortes orgánicos):

### Filete (Dif. 21%)

- ◆ Filete tierno Plancha. **Filete 1ra ternera eco.** Envase 320 gr. €6,40: **19,90 €/kg**
- ◆ Filetes de aguja para plancha. **Calidad y Origen.** Bandeja 2-3 unid. Aprox. 550 gr. €8,75: **15.90 €/Kg.**

### Lomo (Dif. 24%)

- ◆ Corte al gusto. **Lomo Ternera eco.** Envase 375 gr. Aprox. €11,25: **29,95 €/kg.**
- ◆ Entrecot de lomo de ternera. **Calidad y origen.** Bandeja 2-5 unid. 510 gr. Aprox. €11,68: **22, 90 €/kg.**

### Solomillo (Dif. 12%)

- ◆ Corte al gusto **Solomillo de ternera eco.** €13,50.
- ◆ Solomillo. **Novillo argentino.** Bandeja 250 gr. Aprox. €11,90.

Por otra parte, en algunos cortes como el Morcillo, la diferencia puede no ser tal:

- ◆ Rotti con malla para horno. **Morcillo Ternera eco.** Envase 500 gr. €5,86: **10,95 €/kg.**
- ◆ Trozo morcillo de ternera. **Calidad Y Origen.** Bandeja 1- 2 unidades, 410 gr. Aprox. € 4,88: **11,99 €/kg.**

Esto puede explicarse en parte porque el otro producto es también de excelente calidad, controlado con normas de calidad y origen, que le dan también un valor agregado.

Por otra parte, como se menciono anteriormente, el mercado nacional es prácticamente inexistente, por lo que será uno de los puntos a mejorar y promocionar en el futuro.

## 4. PROPUESTAS DE ESTRATEGIAS PARA CONSOLIDAR EL NEGOCIO.

Considerando todo lo descrito anteriormente, para lograr consolidar el negocio de la ganadería orgánica, se debe aumentar la cantidad de productores dedicados esta actividad, y consolidar la cadena desde la producción primaria hasta la exportación, informando y capacitando a los integrantes de la cadena en aspectos que se deben respetar para lograr y mantener la acreditación de un producto orgánico.

Una experiencia prometedora, que cumple con dichos puntos, fue descripta en un artículo periodístico (publicado el 20/05/09 en [www.elonce.com](http://www.elonce.com)) y señala lo que están realizando los municipios de Paranacito, Ibicuy y Ceibas, de Entre Ríos.

Estos municipios vienen trabajando con organismos nacionales en la creación de un frigorífico de carne orgánica, para faenar carne orgánica para mercados extranjeros.

Convocados por la Secretaría de la Producción de Entre Ríos trabajan en el proyecto el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), docentes de la Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER) y la certificadora Food Safety (de licencia internacional), entre otros sectores. La finalidad es darle un perfil de producción orgánica al sur provincial, tanto de carne como de miel.

En las diversas reuniones realizadas, varios productores afirmaron que “Es un proyecto adecuado, interesante, pero que deberá apuntar a que se sortee la actitud individualista que suelen tener los productores argentinos, porque hay que trabajar en conjunto. Las condiciones están dadas, el método de producción, tanto como las pasturas naturales hacen que podamos pensar en producir carne orgánica”.

En este marco, se desarrollan conferencias técnicas para ilustrar sobre las posibilidades de mercado que encuentran los productos orgánicos, el método de trabajo y el control y seguimiento de la trazabilidad de los productos.

Según expresó el titular de la firma Food Safety, Roberto Rapela, la posibilidad de contar con un lugar propio para la faena evitará “el cuello de botella” de la producción que se origina cuando se depende de grupos concentrados externos, que “suelen quedarse con el fruto económico de la calidad diferenciada”.

El secretario de la Producción, Roberto Schunk, destacó que el proyecto oficial prevé que todos los sectores productivos de Entre Ríos tengan sello de calidad “en algunos casos, como el que nos estamos planteando en Departamentos Islas: de carne orgánica y de miel orgánica, porque si lo logramos tenemos la mitad de las retenciones, no tenemos encaje y tenemos la posibilidad de anticipar una cuota Hilton a través de la cobertura de un frigorífico”.

Sin duda, el anterior es un ejemplo a seguir en distintas partes (zonas agroecológicas) del país, con el objetivo de consolidar este tipo de producción.

Partiendo del logro de asociaciones entre productores, y de estos con otros actores de la cadena (tanto privados como estatales) el próximo paso será comenzar a promocionar este tipo de carne en el mercado local (teniendo en cuenta el alto nivel de consumo de carne bovina tradicional per capita de nuestro país) para asegurar la venta aunque sea de una pequeña parte de los cortes que no se exportan, a un sobreprecio respecto al producto tradicional.

Dicha promoción podría realizarse de manera similar a la que esta llevando adelante el IPCVA, promocionando el consumo de carne vacuna tradicional; pero en el caso de la carne orgánica podría promocionarse como “la verdadera carne Argentina”, de animales criados en campos naturales, resaltando sus cualidades nutritivas y alimenticias, apoyándose en estudios realizados, tales como contenidos diferenciales de grasas y/o proteínas.

Algunos des estos estudios pueden encontrarse en diferentes publicaciones y diferencian la calidad de animales criados a pasto vs. criados en Feedlot:

Grasa intramuscular y contenido de colesterol en músculo Longissimus dorsi de novillos en pastoreo y en confinamiento (Rearte, D. 2007).

	Pastoreo	A corral
Grasa intramuscular (%)	2.9	3.9
Colesterol (mg %)	66.6	72.2

Información nutricional (www.acabeef.com.ar)



De manera conjunta deberán promocionarse los lugares de venta de este producto orgánico, ya sean grandes cadenas de supermercados o lugares especializados en este tipo de alimentos.

De esta manera, fortaleciendo el sector con las medidas propuestas (y otras), se podrán afrontar mas y mejores mercados externos e internos; y se estará en condiciones de sacar provecho de cualquier política estatal que impulse al sector ganadero.

## 5. CONCLUSIONES

El mercado de productos orgánicos (y dentro de este el de Carne Vacuna) esta incrementándose a nivel mundial y los principales países consumidores no logran abastecerse con su propia producción, por lo que se encuentra abierta la posibilidad del ingreso de productos de otros países como el nuestro.

En el escenario actual del país se encuentran limitadas las exportaciones de carnes argentinas; pero es de suponer que dicho problema será superado y esto reflotará la posibilidad de que nuestras carnes accedan nuevamente a los mercados que privilegian la calidad y manifiestan una demanda creciente por carne ecológica.

Ante esta expectativa existen sistemas convencionales que sin mayores inversiones estarían en condiciones de iniciar la conversión a sistemas orgánicos certificados para aprovechar nuevamente esta oportunidad.

Para lograr el desarrollo y mantenimiento del mercado externo e interno, se deberá lograr la unión firme y comprometida de todos los integrantes del sector, y de esta forma poder garantizar la oferta.

Se deberá trabajar en el aumento del casi inexistente mercado interno de carne orgánica, aprovechando el alto nivel de consumo de carne bovina per capita de nuestro país, promocionando las características nutricionales de este producto, como así también sus beneficios ambientales.

De manera conjunta se deberán difundir los lugares de venta en donde podrá encontrarse este producto.

Por ultimo, se necesitara seguir avanzando en diversas formas de diferenciación, buscando cumplir con los requisitos cada vez mayores de los consumidores, ya que existen otras formas de diferenciación de alimentos, que le agregan valor y compite con los orgánicos.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- Dubra, E.; Torra, E.; Gonella, C.; Davies, R.; Ulle, J.; Marti, H.; Arano, A.; Torchelli, J. C.; Piola, M. 2008. "Plan tecnológico regional 2006-2008. informe diagnostico de situación". Producción orgánica y alimentos ecológicos. INTA.
- "El mercado de productos orgánicos en los Estados Unidos, Oportunidades y desafíos para Chile". 2004. [www.exportapymes.com](http://www.exportapymes.com)
- "Global Organic Market: Time for Organic Plus Strategies". [Sustainable Foods Summit website](http://SustainableFoodsSummit.com) (May 29th 2009).
- GÓMEZ, Pedro O. 2001. "Carne Bovina Ecológica – Situación Actual Y Futura". 6ª Jornada El Negocio de la Carne, La Voz del Campo – EEA INTA Manfredi.
- "Informe sobre el Congreso Mundial de Carnes en Alemania". 14º Congreso Mundial de la Carne. Berlín. Mayo 2002.
- "Informe de mercado de alimentos orgánicos en los Estados Unidos". Consulado General y Centro de Promoción de la República Argentina en Nueva Cork. Nueva York, Septiembre 2008.
- Rearte, D. 2007. "La Producción de Carne en Argentina".
- "Situación de la Producción Orgánica en la Argentina durante el año 2008". Dirección Nacional de Fiscalización Agroalimentaria. Dirección de Calidad Agroalimentaria. Coordinación de Productos Ecológicos. SENASA. Buenos Aires, Marzo 2009.
- [www.acabeef.com.ar](http://www.acabeef.com.ar)
- [www.alimentacion-sana.com.ar](http://www.alimentacion-sana.com.ar)
- [www.clarin.com](http://www.clarin.com)
- [www.sagpya.mecon.gov.ar](http://www.sagpya.mecon.gov.ar)
- [www.elonce.com](http://www.elonce.com)
- [www.carrefour.com.es](http://www.carrefour.com.es)
- [www.ecologicadelospirineos.com](http://www.ecologicadelospirineos.com)

Volver a: [Producción orgánica, casher, trazabilidad, certificación](#)