

Elsa M. Rodríguez (Compilador)

# El mercado de alimentos orgánicos

Producción y consumo de los principales productos argentinos



**El mercado de alimentos orgánicos  
Producción y consumo de los principales  
productos argentinos**

**Elsa M. Rodríguez  
(Compilador)**

**Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Universidad Nacional de Mar del Plata**


**Mar del Plata, Argentina  
2006**

**El mercado de alimentos orgánicos**  
**Producción y consumo de los principales productos argentinos**  
Elsa M. Rodríguez  
(Compilador)

**ISBN. 10 : 987-544-195-3**

**ISBN. 13: 978- 987-544-195-3**

*Imagen de tapa:* Fragmento del papel objeto de la serie mutación 2005/ Pablo Hansen

**Imprimió:**  0223-472-4434 - funes 3289 - Mar del Plata - Bs.As. - Argentina.

**Esta publicación puede solicitarse a :**

Elsa M. Rodríguez

emrodri@mdp.edu.ar

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales

Universidad Nacional de Mar del Plata

Funes 3250

(7600) Mar del Plata, Argentina

## INDICE

<b>Prólogo</b>	<b>V</b>
<b>Agradecimientos</b>	<b>VIII</b>
<b>Capítulo 1</b>	<b>I</b>
<b><i>-El mercado internacional de productos orgánicos y las posibilidades para Argentina</i></b>	
Miriam Berges, Karina Casellas, Augusto Vigouroux y Marcelo Sabbioni	
<b>Capítulo 2</b>	<b>21</b>
<b><i>-Análisis de la producción y comercialización de orgánicos en Argentina</i></b>	
Beatriz Lupín, Elsa Rodríguez y Natacha Gentile	
<b>Capítulo 3</b>	<b>35</b>
<b><i>-Las vinculaciones entre productores orgánicos. Evidencia empírica y análisis de sus determinantes</i></b>	
Karina Casellas, Miriam Berges y Daniela Calá	
<b>Capítulo 4</b>	<b>45</b>
<b><i>-El mercado interno de productos orgánicos: Actitudes de los consumidores argentinos</i></b>	
Elsa Rodríguez, Natacha Gentile, Beatriz Lupín y Laura Garrido	
<b>Capítulo 5</b>	<b>59</b>
<b><i>-El consumo de alimentos orgánicos: Aplicación de un modelo logit multinomial a la elección del canal de compra</i></b>	
Natacha Gentile y Elsa Rodríguez	

<b>Capítulo 6</b>	<b>79</b>
<b><i>·Incidencia de los atributos de calidad en las percepciones y elecciones de los consumidores de alimentos orgánicos</i></b>	
Elsa Rodríguez, Beatriz Lupín y Victoria Lacaze	
<b>Capítulo 7</b>	<b>99</b>
<b><i>·Las políticas públicas aplicadas al sector</i></b>	
Daniela Calá, Miriam Berges y Karina Casellas	
<b>Capítulo 8</b>	
<b><i>·Estudio de casos</i></b>	
<b>Miel orgánica argentina: posibilidades de crecimiento e inserción en el mercado internacional</b>	<b>117</b>
Daniela Calá	
<b>Factores que condicionan la elección de compra de alimentos frescos orgánicos: El caso del pollo</b>	<b>129</b>
Victoria Lacaze	
<b>Lista de Autores</b>	<b>137</b>

## Prólogo

Este libro presenta los principales resultados generados por el proyecto **«Análisis del desarrollo potencial de los mercados interno y externo de los principales productos orgánicos argentinos»** financiado por la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica (SECYT) y la Universidad Nacional de Mar del Plata (PICTO 02-9810). El objetivo fue ***evaluar el proceso de producción y comercialización de los productos orgánicos argentinos y analizar las perspectivas del mercado interno y externo***<sup>1</sup>.

La interacción de factores claves tales como: las condiciones agro-ecológicas favorables en Argentina, el mayor requerimiento de mano de obra por parte de estas producciones y las excelentes perspectivas de exportación que presentan estos productos diferenciados transforman al sector de orgánicos en una alternativa viable, que puede contribuir a impulsar el crecimiento y el desarrollo de las economías regionales de nuestro país.

La disponibilidad de una normativa nacional para productos orgánicos y de una estructura de certificación privada acreditada por el Servicio Nacional de Calidad Agroalimentaria (SENASA), acompañada por las múltiples acciones que en aspectos tecnológicos llevan a cabo los distintos organismos de investigación (INTA y Universidades) han posicionado ventajosamente a nuestro país y han logrando su reconocimiento por parte de la Unión Europea (1997) como país equivalente para ingresar productos a estos mercados. No obstante resulta imperioso cuantificar la oferta y demanda de estos nuevos productos a fin de lograr proyecciones más precisas sobre el crecimiento futuro de este sector.

La selección de trabajos que contienen los capítulos del libro pretende analizar y presentar conclusiones sobre las siguientes cuestiones:

a) El rol que Argentina desempeña en la producción y comercialización de orgánicos y el grado de conocimiento que disponen sus actores sobre el compor-

---

<sup>1</sup> Responsable: Elsa M. Rodríguez\*\* Integrantes del Grupo responsable: Pedro Gómez\* y Miriam Berges\*\* Investigadores: Karina Casellas\*\*, Beatriz Lupin\*\*, Laura Garrido\*\*, Natacha Gentile\*\*, Néstor Alfonso\*\*, Olga Rosso\*, Néstor Bruno\* Becarios de Investigación: Daniela Cala\*\* y M. Victoria Lacaze \*\* Ayudantes adscriptos a la investigación: Marcelo Sabbione y Augusto Vigouroux\*\*

\*\* Integrantes del Grupo de Economía Agraria, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina

\* Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), Argentina.

tamiento de los mercados internacionales y doméstico de estos productos.

b) El comportamiento de los productores de orgánicos en las diferentes regiones productoras, en cuanto al uso de la tierra, el régimen de tenencia, la mano de obra empleada, las decisiones de comercialización y vinculación con otros productores y asociaciones.

c) La incidencia de los costos de la certificación y las dificultades que presenta este proceso de certificación para productores localizados en las distintas regiones del país.

d) El grado de información que disponen los consumidores argentinos sobre estos productos, los motivos que llevan a adquirirlos y los canales de comercialización elegidos para su compra.

e) La eficiencia en la aplicación de políticas de apoyo al desarrollo de la producción orgánica.

De las conclusiones finales y dificultades de información encontradas durante la realización de este proyecto, surgen algunas cuestiones relevantes que deberían ser tenidas en cuenta para futuras investigaciones:

*-Faltan datos precisos que permitan cuantificar el tamaño real del sector de orgánicos en Argentina. En este sentido, debería disponerse de un relevamiento sistemático de volúmenes y valores de productos comercializados en el mercado interno y externo.*

*-Resulta insuficiente la disponibilidad de datos sobre rendimientos de producción de los diferentes cultivos orgánicos para realizar comparaciones entre costos de producción orgánica y convencional y cálculos de márgenes de las explotaciones en las diferentes regiones de Argentina. Esto dificulta las posibilidades de realizar proyecciones de oferta y de precios de estos productos.*

*-Dada la importancia de la producción convencional de los mismos productos obtenidos como orgánicos resulta necesario contar con información sobre los cambios en las relaciones de precio orgánico / convencional, su incidencia en las decisiones de venta de productos orgánicos y en qué medida estas decisiones afectan los volúmenes comprometidos para satisfacer la demanda internacional.*

*-Resulta imperioso estimar los márgenes en los distintos canales de comercialización a fin de evaluar la eficiencia de las distintas alternativas de venta de estos productos, tanto en el mercado interno como externo.*

*-El costo de la certificación y sus procedimientos aparecen como uno de los problemas que enfrentan los productores de diferente tamaño en las distintas regiones. Los costos operativos de este proceso se incrementan a medida que se amplía o dispersa la localización de las explotaciones. Esto genera una demanda concreta de apoyo gubernamental que promueva la agricultura orgánica fomentando enfo-*



*ques de integración alternativos, en particular para los pequeños productores.*

*-Las dificultades señaladas con relación al sistema de certificación y el desconocimiento manifestado por los consumidores resta eficacia para resolver problemas de asimetría de información entre productores y consumidores, lo cual dificulta la obtención de un sobre-precio por parte de los productores que compense los mayores costos.*

Por último, se deja expresado que las opiniones vertidas en cada uno de los trabajos son de exclusiva responsabilidad de sus respectivos autores.

Elsa M. Rodríguez  
Investigador Responsable del Proyecto



## **Agradecimientos**

Se desea destacar la valiosa colaboración del Dr. Pedro O. Gómez, especialista en producción orgánica del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), quien con su visión agronómica y vasta experiencia en el tema enriqueció al equipo de trabajo a lo largo de la investigación. La colaboración brindada por los Ing. Agr. Olga Rosso y Néstor Bruno de la misma Institución merece también un especial agradecimiento.

Debido a la insuficiente información disponible, excepto la relacionada con el mercado internacional que contó con abundante información secundaria para su análisis, la mayor parte de los datos se obtuvo mediante entrevistas a los actores vinculados al sector de orgánicos y a través de un arduo trabajo de campo para realizar encuestas a productores, comercializadores y consumidores en las principales regiones productoras y centros de consumo de Argentina. Es por ello que se desea agradecer la significativa colaboración de las instituciones públicas y privadas que brindaron su apoyo, a los informantes calificados y a las personas encuestadas que posibilitaron la obtención de los datos. Sin esta colaboración, no hubiera sido posible avanzar en la investigación ni realizar los trabajos contenidos en este libro.