



CAW 396/16
2016

5 de octubre de

Mercado de Productos Orgánicos de Estados Unidos: Participación de Empresas Argentinas en Feria Internacional

Del 22 al 24 de septiembre se llevó a cabo en la ciudad de Baltimore, Maryland la feria Natural Products Expo East 2016. Natural Products Expo East es una de las ferias más importantes de la costa este de los Estados Unidos de productos orgánicos y naturales, con que contó este año con más de 25.000 participantes y casi 1.500 expositores de diversos orígenes.

Argentina estuvo representada con un pabellón institucional de la Fundación Export-Ar del que participaron 19 compañías con productos de diversos rubros incluyendo semillas (por ej. chíá, amaranto, lino), granos y subproductos (por ej. aceites, harinas), productos aromáticos, alimentos y cosméticos.

Estados Unidos es el principal mercado de productos orgánicos del mundo¹ y según la Asociación de Comercio de Productos Orgánicos de Estados Unidos (OTA), la demanda ha crecido a tasas de dos dígitos desde la década del 90 y se estima que esta tendencia continuará. Las ventas de productos orgánicos en los Estados Unidos se incrementaron de US\$ 3.600 millones en 1997 a US\$ 43.300 millones en 2015, una tasa de crecimiento del 10,8% con respecto al 2014, mientras que la tasa de crecimiento de los alimentos en general fue del 3,3%.

De los US\$ 43.300 millones vendidos en productos orgánicos, US\$ 39.700 millones corresponden a los alimentos, representando aproximadamente el 5% de las ventas totales, mientras que US\$ 3.600 millones son de otros productos no alimenticios.

La categoría con mayores ventas en los Estados Unidos dentro de los productos orgánicos son las frutas y hortalizas², con ventas en 2015 por US\$ 14.400 millones, 10,5% más que el año anterior y representando 13% del total nacional. La mayor parte corresponde a productos frescos (US\$ 13.000 millones). Sin embargo, dentro de la categoría de frutas y hortalizas los jugos frescos de frutas y hortalizas experimentaron un crecimiento explosivo del 33,5%, el mayor crecimiento de todas las subcategorías.

La categoría con mayor tasa de crecimiento durante el 2015 fue la de los condimentos que superó por primera vez los US\$ 1.000 millones, con un crecimiento del 18,5% con respecto al año anterior. La segunda categoría con mayor tasa de crecimiento fueron los productos lácteos con ventas por US\$ 6.000 millones, 10%

¹ Fuente: The World of Organic Agriculture: Statistics and Trends 2016

² Fuente: 2016 Organic Industry Survey, OTA

más que el año anterior. Otra categoría con gran crecimiento fue el rubro de los snacks, con ventas por US\$ 2.300 millones, 14% más que el año anterior.

Los consumidores estadounidenses no solo están incrementando su demanda en alimentos orgánicos, sino también en productos orgánicos no alimenticios. A pesar que esta categoría representa solamente el 8,2% del total de los productos orgánicos, tuvo una tasa de crecimiento del 13%, mayor a la tasa de crecimiento de alimentos orgánicos (10,8%) y muy superior a la tasa de crecimiento de los mismos productos convencionales (2,8%). Este crecimiento en el rubro se debe principalmente a las mayores ventas de fibras y suplementos.

Según la OTA, la tasa de crecimiento de los productos orgánicos en los Estados Unidos se explica en gran medida por una mayor disponibilidad en los mercados minoristas convencionales y que cada vez son más los supermercados, mercados y negocios que ofrecen este tipo de productos.

El crecimiento en la demanda de productos orgánicos en los Estados Unidos sigue superando la oferta nacional y por lo tanto, hay una creciente dependencia de las importaciones. Algunos de los productos orgánicos importados no son producidos en los Estados Unidos, como las bananas y el café, pero el resto de las importaciones son de productos que los Estados Unidos producen, pero que dependen de las importaciones para satisfacer la demanda interna tales como soja, vino, maíz, aceite de oliva, arroz y miel.

Durante 2015, Estados Unidos importó US\$ 1.578 millones de productos orgánicos y Argentina pasó a ser el 4° proveedor luego de México, Italia y Perú (en 2014 estaba en el 9° lugar) con 7% del total importado.

País	2014 (miles US\$)	2015 (miles US\$)	Cambio %	Participación 2015
México	\$132.205	\$141.039	7%	9%
Italia	\$127.993	\$135.923	6%	9%
Perú	\$99.558	\$115.493	16%	7%
Argentina	\$51.729	\$103.570	100%	7%
India	\$88.829	\$95.830	8%	6%
España	\$78.461	\$77.238	-2%	5%
Ucrania	\$16.608	\$72.981	339%	5%
Ecuador	\$49.291	\$66.952	36%	4%
Colombia	\$49.029	\$66.074	35%	4%
Canadá	\$54.076	\$62.514	16%	4%
Brasil	\$72.316	\$61.906	-14%	4%
Rumania	\$11.620	\$58.594	404%	4%
Indonesia	\$50.821	\$51.396	1%	3%
Turquía	\$19.307	\$50.116	160%	3%
Total	\$1.263.358	\$1.578.542	25%	100%

Fuente: Elaboración CAW con datos del FAS/USDA

Según los datos del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, las exportaciones argentinas de productos orgánicos a los Estados Unidos se duplicaron en 2015 con relación al 2014, alcanzando los US\$ 103 millones. Este crecimiento se debe fundamentalmente al crecimiento en las exportaciones de aceite de oliva a granel (US\$ 14,8 millones), granos de soja (US\$ 26 millones), peras (US\$ 20,5 millones), maíz (US\$ 10,3 millones), manzanas (US\$ 15 millones), trigo (US\$ 3,6 millones), arándanos (US\$ 3,1 millones) y miel (US\$ 1,2 millones).

A continuación se puede observar un detalle de las exportaciones de productos orgánicos de Argentina a los Estados Unidos durante el 2014 y 2015 en valor y volumen y su porcentaje de crecimiento durante dicho periodo.

Producto orgánico	2014		2015		Variación %	
	Valor (miles US\$)	Cantidad (toneladas)	Valor (miles US\$)	Cantidad (toneladas)	Cantidad	Valor
Soja (excepto semilla)	\$14.183	16.547	\$26.055	29.667	84%	79%
Peras	\$11.250	10.399	\$20.516	15.120	82%	45%
Manzanas	\$8.627	353.418	\$15.047	542.456	74%	53%
Aceite de Oliva >=18Kg	\$0	0	\$14.801	3.708	--	--
Maíz Amarillo (excepto semilla)	\$3.677	8.214	\$10.303	23.031	180%	180%
Vino Tinto	\$5.436	400	\$5.298	395	-3%	-1%
Trigo (excepto semilla)	\$836	2.042	\$3.633	8.697	335%	326%
Arándanos	\$1.914	184	\$3.109	365	62%	99%
Ajo	\$2.239	1.662	\$1.680	1.577	-25%	-5%
Arroz	\$2.304	2.578	\$1.518	1.607	-34%	-38%
Miel	\$229	59	\$1.160	257	407%	339%
Vino Blanco	\$429	26	\$417	26	-3%	-1%
Vino Espumoso	\$84	4	\$23	1	-73%	-64%
Aceite de Oliva <18Kg	\$0	0	\$11	2	--	--
Membrillo	\$30	25	\$0	0	-100%	-100%
Semillas de Lino	\$491	323	\$0	0	-100%	-100%
TOTAL	\$51.729	48.763	\$103.570	94.365	100%	94%

Fuente: Elaboración CAW con datos del FAS/USDA

Las empresas argentinas manifestaron conformidad con su participación en la feria ya que les permitió tomar contacto directo con potenciales compradores, fortalecer los contactos logrados en ferias anteriores y estrechar vínculos con clientes para aquellas compañías que ya están exportando sus productos a los Estados Unidos. La mayoría de las empresas presentes en la feria ya exporta sus productos a los Estados Unidos y con excepción de 3 de ellas (La Voluntad, Agronegocios Jewell SRL y Golondrina Trading SRL) el resto ya había participado de esta feria en el pasado.

El pabellón de Argentina estuvo integrado por las siguientes empresas: **Aname Vio de Onsibon S.A.** (cosméticos orgánicos), **Bio Grains S.A.** (granos, semillas y legumbres orgánicos), **Chía Seed** (semillas de chía orgánicas y convencionales), **Eco Holding S.R.L.** (pulpas de frutas y hortalizas orgánicas), **Lartirigoyen y Cía** (semillas de chía, quinua y sésamo), **Neofarms SRL** (arroz, sorgo, maíz pisingallo y semillas de lino orgánicas), **Organic Latin America S.A.** (arroz orgánico), **Organic Suppliers S.R.L.** (cereales, granos y aceites), **Petroagro S.A.** (granos, aceites y harinas orgánicos), **Rivara S.A.** (maíz, harina de maíz, polenta), **Santa Anita Oil S.A.** (arroz, sorgo y semillas de lino y coriandro), **Agronegocios Jewell SRL** (girasol, trigo, lino, soja y legumbres), **Golondrina Trading SRL** (porotos, garbanzo, trigo, maíz colorado, mijo, maní y semillas de lino, sésamo y chía), **La Voluntad S.A** (semillas de chía), **Nutrin S.A** (pasta, harina, aceite y grana de maní; maní tostado, frito, crudo y blanqueado), **Pachamama Productos SRL** (granos de chía, sésamo natural, amaranto, lino trigo sarraceno) y tres certificadoras de productos orgánicos: **Argencert S.A.**, **Organización Internacional Agropecuaria (OIA)** y **Food Safety**.

Autor: **Ing. Agr. José D. Molina**

Consejero Agrícola - Embajada de la República Argentina en los Estados Unidos