



# **EL MERCADO DE PRODUCTOS ORGANICOS EN LOS ESTADOS UNIDOS, OPORTUNIDADES Y DESAFIOS PARA CHILE**

## INDICE

## Página

1.	Introducción	5
2.	Metodología	6
2.1.	Levantamiento de información.	6
2.1.1.	Entrevistas en los EE.UU.	6
2.1.1.1.	Entrevistas en Washington	6
2.1.1.2.	Entrevistas en Los Ángeles	7
2.1.2.	Entrevistas a exportadores	7
2.1.3.	Levantamiento de información secundaria y estadísticas.	7
2.1.4.	Levantamiento de información acerca de regulaciones de los EE.UU.	7
2.2.	Análisis de la información.	7
3.	EL MERCADO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN EE.UU.	8
3.1.	Visión general	8
3.1.1.	Tamaño del mercado orgánico en EE.UU.	8
3.1.2.	Crecimiento del mercado orgánico en EE.UU.	8
3.1.3.	Rubros de mayor crecimiento.	11
3.2.	Consumidores y tendencias	11
3.3.	Precios	13
3.4.	Requerimientos	13
3.4.1.	Kosher.	13
3.4.2.	HACCP	14
3.4.3.	Comercio Justo	14
3.5.	Visión de la producción nacional.	14
3.6.	Participación del sector hortofrutícola chileno en el mercado orgánico de EE.UU.	14
3.7.	Riesgos.	15
3.7.1.	Mejoramiento de la tecnología de guarda.	15
3.7.2.	Privilegiar lo local.	16

4.	Proceso de exportación	17
4.1.	Obtención de antecedentes acerca de la situación del mercado en EE.UU.	17
4.1.1.	Calidad requerida.	17
4.1.2.	Período crítico de oferta.	17
4.1.3.	Magnitud y calidad de la oferta	18
4.2.	Otros elementos a considerar	18
4.2.1.	Tiempos de transporte y cadena de frío.	18
4.2.2.	Establecimiento de relaciones comerciales duraderas.	18
5.	Regulación de los productos orgánicos en Estados Unidos.	19
5.1.	Certificación de productos orgánicos en Estados Unidos.	19
5.1.1.	El National Organic Program.	19
5.1.2.	Acreditación USDA NOP.	20
5.1.3.	Situación de las certificadoras en Chile.	21
5.2.	Regulación sobre Bioterrorismo.	21
6.	El Tratado de Libre Comercio	23
7.	Conclusiones	25
	Anexos	29
	Anexo I. Productos demandados por algunos de los principales importadores y distribuidores de productos orgánicos chilenos	30
	Anexo II. Valor de las exportaciones de productos hortofrutícolas orgánicos por producto y destino (temporada 1999/00)	31
	Anexo III. Importaciones totales de frutas y hortalizas de los Estados Unidos y potencial teórico de los productos orgánicos	32
	Anexo IV. Exportaciones de productos orgánicos chilenos por volumen y valor (1994/95-1999/00)	33
	Anexo V. Evolución de las exportaciones orgánicas de Nueva Zelanda.	33
	Anexo VI. Comparación de la participación de 4 países del Hemisferio sur en el mercado exportador de manzanas frescas hacia EE.UU.	34
	Anexo VII. Ventas de los almacenes de productos naturales por categoría	35
	Anexo VIII. Etapas del proceso de certificación NOP y puntos críticos.	36

Anexo X. Título III: Protegiendo la inocuidad y la seguridad del abastecimiento de los alimentos y medicamentos.	44
Definiciones	44
Sección 303: Detención administrativa de embarques de alimentos:	44
Sección 305: Inscripción de establecimientos que exportan alimentos a los EE.UU.	44
Sección 306: Mantenimiento de registros para la trazabilidad de los alimentos.	45
Sección 307: Notificación previa de embarques de alimentos.	45
Anexo XI. Evolución de precios orgánicos y convencionales de distintas variedades de manzanas frescas.	47
Anexo XII. Caracterización de los principales países competidores de Chile en el mercado estadounidense de productos orgánicos de contratemporada	50
Anexo XIII. Participación de las exportaciones orgánicas de frutas frescas en el total importado por EE.UU. durante la temporada 1999-2000.	53
Anexo XIV: Organizaciones de certificación y empresas de servicios.	53

# INDICE DE TABLAS

Tablas	Nombre	Pág
1	Consumo de frutas y hortalizas (convencionales y orgánicas) per cápita en los Estados Unidos.	11
2	Aumento del consumo de frutas y hortalizas por razones dietéticas o sanitarias en Estados Unidos.	11
3	Principales categorías de alimentos orgánicos vendidos en EE.UU.	12
4	Precios de los productos frescos, orgánicos y convencionales.	14
5	Operaciones que no requieren certificación	21
6	Lista de certificadoras orgánicas presentes en Chile	22
7	Resumen de la desgravación arancelaria para exportaciones agrícolas chilenas a EE.UU.	24

# 1. INTRODUCCION

El presente documento ha sido elaborado por la Agrupación de Agricultura Orgánica de Chile (AAOCH), con el apoyo de ProChile, como parte del Programa Trienal de Apoyo a las Exportaciones Agropecuarias Orgánicas, Año 2, presentado al Fondo de Promoción de Exportaciones Agropecuarias. El objetivo principal de este trabajo es entregar una visión y análisis general del estado actual y tendencias del mercado orgánico de los Estados Unidos, así como del estado de sus regulaciones. Ello, junto a las oportunidades y desafíos que tiene Chile para posicionarse en este mercado. Se busca cumplir al menos con dos objetivos específicos, el primero, orientar la toma de decisiones de los potenciales inversionistas que miran con interés el mercado orgánico estadounidense, ya sea para su ingreso a través de ciertos productos, o para ampliar un mercado en el que ya están presentes, y, segundo, entregar algunos elementos de diagnóstico y análisis que sirvan a los tomadores de decisión respecto al diseño de instrumentos de política que apoyen el desarrollo de este mercado.

La firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos plantea diversos desafíos y genera varias posibilidades de incrementar la competitividad de la producción nacional. Significa a la vez mayores exigencias de calidad y la necesidad de un andamiaje institucional y legal claro. La agricultura orgánica es un claro ejemplo de esto. Por una parte el TLC abre ciertas posibilidades arancelarias mejores que las existentes previamente para estos productos. Por otra parte, este tratado significa posibilidades de identificación y de mejor valoración de la imagen de los productos orgánicos chilenos.

No obstante, probablemente los mayores desafíos para la agricultura orgánica nacional se encuentran en el contar con una institucionalidad y normativa clara y adecuadamente complementaria a la establecida por el Nacional Organic Program (NOP) de los EE.UU. Por ejemplo la mayor o menor agilidad en establecer algún sistema de acreditación ante el NOP será determinante en las facilidades y simplificación de los trámites de ingreso que los productores nacionales puedan tener a los mercados norteamericanos, teniendo a la vez un importante efecto validador, en términos de calidad, para la producción nacional.

El otro gran desafío se encuentra en aprovechar las oportunidades que para el país se abren hoy en el mercado orgánico norteamericano. Por una parte, el hecho que se trata de un mercado en plena expansión y con importantes diferenciales de precios con la producción convencional. Por otra parte, la imagen de limpieza ambiental y calidad de la producción hortofrutícola que ostenta el país. Finalmente el hecho que Chile muestra interesantes cifras de posicionamiento en el mercado hortofrutícola convencional de los Estados Unidos, lo que significa una oportunidad para lograr un rápido posicionamiento de los productos orgánicos en dicho mercado.

En este marco, es necesario destacar que otros países del hemisferio han tenido una actitud más activa y proactiva hacia el desarrollo de la agricultura orgánica de exportación, lo que les esta permitiendo posicionarse en forma más rápida y sólida en el mercado del norte, hecho que Chile debe tener en consideración para no quedar en el mediano plazo desplazado de este mercado.

## 2. METODOLOGIA

El estudio de mercado contempló las siguientes actividades:

1. Levantamiento de información de mercado.
2. Análisis de la información obtenida.
3. Preparación del documento final con las conclusiones y recomendaciones del estudio.

No obstante, es importante destacar que, con el objeto de incrementar la utilidad del estudio, se procedió, previo al inicio de éste, a entrevistar a directivos de la AAOCH y personal de ProChile, con miras a precisar el público objetivo y su orientación. Producto de tal labor, se definió como público objetivo a los socios de la AAOCH y en general a los productores agropecuarios orgánicos o convencionales interesados en incursionar en el mercado orgánico de los EE.UU.

### 2.1. Levantamiento de información

La metodología utilizada para el levantamiento de información correspondió a una combinación de entrevistas con análisis de estadísticas y de información secundaria.

#### 2.1.1. Entrevistas en los EE.UU.

El estudio contempló desde su diseño la realización de entrevistas a importadores, distribuidores y comercializadores mayoristas en los EE.UU. Para tal fin, se programó visitar dos lugares relevantes en el mercado de productos orgánicos de Estados Unidos: Washington, D.C. y Los Ángeles, California.

El levantamiento de información se realizó a través de entrevistas abiertas. Tales entrevistas se ordenaron de acuerdo a una pauta que apuntó a los siguientes aspectos:

- Determinar las características y tendencias de la demanda.
- Las tasas de crecimiento de la industria y de las empresas.
- Los márgenes de cada uno de los actores que participan en estos mercados.
- El diferencial de precios entre productos orgánicos y convencionales.
- Identificación de los productos de interés directo de los importadores y distribuidores con quienes se tuvo contacto.

##### 2.1.1.1. Entrevistas en Washington

Las entrevistas en Washington se realizaron en el marco de la Expo East: Biofach<sup>1</sup>. Esta se realizó en Washington entre los días 4 y 7 de Septiembre del 2003 y contó con alrededor de 1.700 empresas exhibiendo sus productos. Entre ellos se encontraban productores, importadores, exportadores distribuidores y comercializadores de productos orgánicos. Esto hacía de esta feria una excelente oportunidad para acceder a información para el estudio en cuestión.

En Washington, se realizó un total de 21 entrevistas con importadores y distribuidores de productos orgánicos.

---

<sup>1</sup> Organic Products Expo – BioFach America, 2003 es una muestra internacional de productos orgánicos inserta en una gran exposición de productos naturales.

### **2.1.1.2. Entrevistas en Los Ángeles**

En Los Ángeles, se realizaron 5 entrevistas a distribuidores e importadores y se visitaron 3 supermercados orgánicos y convencionales para observar los diferenciales de precios específicos por productos.

### **2.1.2. Entrevistas a exportadores**

Se entrevistó a exportadores para conocer y sistematizar su experiencia en la exportación a los EE.UU. Sobre esta base, se elaboró una guía indicativa de los pasos y criterios más relevantes a considerar en tal proceso.

### **2.1.3. Levantamiento de información secundaria y estadísticas**

En primer lugar se procedió a recopilar la información disponible del mercado de productos orgánicos en Estados Unidos. Se recurrió a bibliografía disponible en el país y a la búsqueda de información en Internet. Esta información fue complementada con la adquisición de material electrónico con informes sobre este mercado.

Por otra parte, se analizó estadísticas de fuentes gubernamentales nacionales, así como de organismos internacionales.

Para algunos de los productos con mayor potencial de exportación se accedió a bases de datos de precios orgánicos y convencionales de la costa este y oeste de los Estados Unidos (The New Farm<sup>2</sup> y FAO).

### **2.1.4. Levantamiento de información acerca de regulaciones de los EE.UU.**

La información de este capítulo fue obtenida principalmente de la página WEB del Programa Nacional de Agricultura Orgánica de los Estados Unidos (NOP) y de la bibliografía que se referencia. Para el análisis de esta información se contó con el apoyo de una experta en el tema de certificación de productos orgánicos y en el NOP.

## **2.2. Análisis de la información**

El análisis de la información se orientó en dos direcciones principales. Por una parte, determinar las posibilidades más promisorias para la exportación a EE.UU. de productos orgánicos factibles de producir en Chile. Por otra, analizar, preliminarmente, el desempeño nacional en el mercado orgánico de EE.UU. Para este último fin, se compara, para un rubro relevante, la participación de Chile en el mercado convencional de fruta de los EE.UU., con la participación de que se da en el mercado orgánico. Similar comparación se realiza respecto de Nueva Zelandia.

---

<sup>2</sup> Ver: <http://www.newfarm.org/opx/index.shtml>



## 3. EL MERCADO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN EE.UU.

### 3.1. Visión general

#### 3.1.1. Tamaño del mercado orgánico en EE.UU.

Actualmente la superficie de cultivos orgánicos en EE.UU. es de 950 mil ha, lo que representa un 4,1% de la superficie bajo manejo orgánico en el mundo<sup>3</sup>. Por otra parte, el mercado de productos orgánicos de EE.UU. es el de mayor tamaño, alcanzando un volumen de ventas al detalle de alrededor US \$11 mil millones/año<sup>4 5</sup> que representa un 30% del total global. Este nivel de ventas está apoyado en un 40% de los hogares de EE.UU. y en una red de distribución de estos productos de más de 40,000 tiendas al detalle y supermercados<sup>6</sup>. Se estima que al 2005 el mercado orgánico de los EE.UU. alcanzará un tamaño de US \$ 20 mil millones<sup>7</sup>

#### 3.1.2. Crecimiento del mercado orgánico en EE.UU.

El mercado orgánico en EE.UU. ha mostrado en los últimos 13 años una tasa de crecimiento anual que bordea el 20%<sup>8</sup>, cifra que supera ampliamente la del mercado agrícola convencional que alcanza tasas de crecimiento menores al 3%. No obstante, se espera que el sector se estabilice alrededor de una tasa de crecimiento medio anual del 9 %, a partir de 2004. Así, se espera que en el año 2010 el mercado orgánico alcance un tamaño cercano a los US\$ 21 mil millones por año. Cifras similares, pero no coincidentes respecto del crecimiento futuro del mercado se obtuvieron a través de las entrevistas realizadas en la EXPO East- Biofach. Los entrevistados consideran que el mercado se encuentra en una etapa de rápido crecimiento, estimándolo en un 18% en el caso del mercado de frutas y hortalizas<sup>9</sup>. Esta cifra se incrementa cuando se inquiriere acerca del crecimiento alcanzado por las propias firmas entrevistadas, que en promedio se estima en un 63%<sup>10</sup>. Por otra parte, de acuerdo a Bob Scrowcroft<sup>11</sup>, el 44% de los productores norteamericanos estima que el mercado para los productos orgánicos ha crecido; el 19 % habla de un crecimiento de alrededor de un 20% o más; el 33% estima que el mercado se ha mantenido; y el 6% considera que el mercado ha disminuido de tamaño.

Las tasas de crecimiento planteadas se deben en gran medida a la creciente aceptación de estos productos por parte de los supermercados y mercados masivos. Un 73% de estos ha incorporado los productos orgánicos en sus estanterías, a lo que se suma el hecho que grandes compañías de alimentos convencionales estén entrando a la industria de los productos naturales y orgánicos. Por otra parte, nuevos productos orgánicos están continuamente incorporándose. El algodón, con un crecimiento de un 22%, entre 1996 y 2000 y con un crecimiento proyectado de un 44% para el 2000-2005 destaca dentro de

---

<sup>3</sup> Yussefi, M., Willer, H., 2003. The World of Organic Agriculture. SOEL-Survey, February 2003.

<sup>4</sup> Packaged Facts. 2003. U. S. Market for Organic Foods and Beverages.

<sup>5</sup> International Trade Center, 2002. Overview World Markets for Organic Food & Beverages.

<sup>6</sup> Somavía, J., 2003. Productos Orgánicos en EE.UU.: El futuro es ahora. Presentación en Encuentro Exportador Unión Europea-EE.UU.-Corea. Nov. 3-7, 2003.

<sup>7</sup> DiMatteo, K. 2003. State of the Industry: Organic Focus. Charla en la Feria 2003 *Natural Products Expo- Biofach*. Washington, D. C. Sept. 4-7, 2003.

<sup>8</sup> DiMatteo, op cit.

<sup>9</sup> Valor obtenido sobre la base de siete estimaciones.

<sup>10</sup> Valor obtenido sobre la base de tres estimaciones.

<sup>11</sup> Scrowcroft, B. 2003. State of the Industry: Organic Focus. Charla en la Feria 2003 *Natural Products Expo- Biofach*. Washington, D. C. Sept. 4-7, 2003. Antecedentes provenientes de un estudio realizado por la Organic Farming Research Foundation, de la cual Bob Scrowcroft es Director Ejecutivo.

ellos<sup>12</sup>. De igual forma, los productos cosméticos orgánicos están mostrando un acelerado crecimiento, con una tasa que alcanzó al 60% durante 2002<sup>13</sup>. Los textiles y ropa se encuentran, asimismo, dentro de estas nuevas áreas promisorias. Otro indicador del crecimiento del mercado orgánico estadounidense se observa en que el número de predios productores orgánicos ha crecido a una tasa superior al 12% anual.

Otro aspecto importante de señalar es que de acuerdo al estudio realizado por la Organic Farming Research Foundation<sup>14</sup> un 92% de los productores entrevistados señala haber recibido diferenciales positivos de precios, respecto de la producción convencional al vender sus productos; un 41% indica que este diferencial fue del 100% o más; y un 30% arguye que el diferencial fue del 50% o más.

En relación a las tendencias, es relevante destacar que la principal vía de adopción de productos orgánicos es a través de los productos frescos. Estos últimos, con US\$ 2,3 mil millones en ventas en el año 2000, representaban a ese año el 40% del mercado estadounidense de alimentos (ver tabla 3). Las ventas de productos frescos orgánicos por su parte, situadas en 833 millones de dólares de EE.UU., representan el segmento mayor de las ventas de productos orgánicos<sup>15</sup> (69,4 por ciento de todos los productos frescos vendidos como productos orgánicos)<sup>16</sup>. Cabe esperar que la demanda de frutas frescas y hortalizas siga incrementándose en la medida que el mercado se amplíe.

Actualmente, las frutas y hortalizas frescas constituyen el primer grupo de adopción de productos orgánicos por parte de la población. No obstante, se debe colocar atención a que estos productos son seguidos muy de cerca, dentro del primer grupo de adopción, por las bebidas y preparados lácteos y no lácteos, especialmente aquellos dirigidos a lactantes. El segundo grupo de adopción corresponde a jugos, bebidas individuales, leche, aves, cereales y bocadillos. El tercer grupo corresponde a alimentos congelados, panes y salsas tanto naturales como en tarro. El cuarto grupo corresponde a productos enlatados y al por mayor.

Por otra parte, un factor que parece haber jugado un rol muy importante en el crecimiento del mercado orgánico es que desde hace años el gobierno de los EE.UU. ha alentado a los consumidores a comer más frutas y hortalizas por razones de salud. Algunos organismos del ámbito de la salud iniciaron un programa nacional llamado "CINCO AL DIA" que alienta a los consumidores a comer frutas u hortalizas, al menos cinco veces al día, para conservar una buena salud. Tal como se aprecia en la Tabla 1 entre 1989 y 1998 el consumo per cápita de frutas y hortalizas de los Estados Unidos aumentó un 6,2%.

En el caso de las frutas el crecimiento fue de sólo un 1,2%, lo que es explicado por el fuerte descenso experimentado por las frutas envasadas, cuyo consumo disminuyó en un 18,4%. Las frutas frescas por su parte mostraron un incremento de un 7,2%. El caso de las hortalizas es aún más positivo logrando en promedio un crecimiento de 10,6% del consumo per cápita.

---

<sup>12</sup> DiMatteo, op cit.

<sup>13</sup> Organic Beauty News. s/f.

<sup>14</sup> Scrowcroft, op cit.

<sup>15</sup> Un análisis detallado de este tema lo desarrolla Kortbech-Olesen, en *The U.S. Market for organic food and beverages*, International Trade Centre (marzo, 2002).

<sup>16</sup> Natural Foods Merchandiser, junio de 2000, en FAO

**Tabla 1. Consumo de frutas y hortalizas (convencionales y orgánicas) per cápita en los Estados Unidos (kilogramos por año)**

Tipo de Producto	1989 (kg/año)	1998 (kg/año)	Variación porcentual entre 1989 y 1998
Total de frutas	278.0	281.4	1.2
Frutas frescas	122.9	131.8	7.2
Frutas envasadas	21.2	17.3	-18.4
Frutas secas	13.2	12.8	-3.0
Frutas congeladas	4.1	4.2	2.4
Nueces, avellanas, castañas	2.2	2.3	4.5
Total de hortalizas	378.0	418.1	10.6
Frescas	172.2	186.5	8.3
Envasadas	102.4	108.0	5.5
Congeladas	67.4	82.3	22.1
Deshidratadas	29.8	32.9	10.4
Legumbres	6.3	8.4	33.3

Fuente: USDA Agricultural Outlook, Septiembre de 2000

En el caso de las hortalizas, el repunte general se debe en gran medida a la evolución del consumo de hortalizas congeladas (22,1%). Las hortalizas frescas representaron el 44,6 por ciento de todas las hortalizas consumidas, lo que representa un incremento de 8,3 por ciento desde 1989. Las envasadas continúan siendo la segunda variedad de hortalizas más consumidas, si bien este segmento creció más lentamente que todos los otros sectores de hortalizas.

La Tabla 2 muestra los resultados de una encuesta realizada en los EE.UU. respecto del cambio en el consumo de frutas y hortalizas, por razones de salud, respecto de un momento previo por parte del consumidor estadounidense.

**Tabla 2. Aumento del consumo de frutas y hortalizas por razones dietéticas o sanitarias en Estados Unidos**

Frutas		Hortalizas	
21 %	Plátanos	19 %	Brócoli
17 %	Manzanas	15 %	Lechuga
14 %	Naranjas	14 %	Zanahoria
8 %	Frutillas	9 %	Tomates
6 %	Uvas	8 %	Espinacas
6 %	Duraznos	6 %	Coliflor
5 %	Melón Cantaloupe	6 %	Porotos
		6 %	Repollo

Fuente: Fresh Trends, 2001<sup>17</sup>.

Según se desprende del estudio de Fresh Trends, las frutas no tropicales con mayor crecimiento en el consumo son las manzanas, seguidas por naranjas y fresas. Un crecimiento menor obtienen las uvas, duraznos y melones.

<sup>17</sup> Fresh Trends, 2001 Profile of the Fresh Produce Consumer, The Packer, Vance Publishing Corp., 10901 W. 84th. Terr., Lenexa, KS 66214-1631

### 3.1.3. Rubros de mayor crecimiento

De acuerdo a un estudio de la Organic Trade Association (OTA<sup>18</sup>) la mayor parte de los rubros mostrará un crecimiento de alrededor del 10% medio anual para el periodo 2000-2005. Este mismo estudio señala que se espera que los productos lácteos y de soya crezcan un 60% o más en el mismo período. No obstante, otras fuentes entregan cifras mas altas (ver tabla N° 3)<sup>19</sup> que señalan además que el rubro de los condimentos adquirirá mayor peso al año 2010.

**Tabla 3. Principales categorías de alimentos orgánicos vendidos en EE.UU.**

PRODUCTOS	VENTAS AÑO 2000	CRECIMIENTO	VENTAS 2000 -2010
Frutas v hortalizas frescas	2.340	12.0%	4.893
Jugos. Leche de Soya	984	15.0%	3.038
Pan v granos	848	15.7%	2.821
Alimentos preparados v 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. Pollo	69	13.8%	179
<b>Total</b>	<b>5.800</b>	<b>14.6%</b>	<b>16.605</b>

Fuente: Nutrition Business Journal (2001)<sup>20</sup>

Por otra parte, mediante entrevistas, realizadas en la BioFach EE.UU., se procedió a determinar los productos más demandados por un grupo de los más relevantes importadores y distribuidores mayoristas estadounidenses que comercian con productos orgánicos chilenos (Ver Anexo I). De acuerdo a tales entrevistas, la demanda se centra hoy en manzanas, seguidas cercanamente por las ciruelas y los berries; e inmediatamente después por cerezas y duraznos. Las cerezas son vistas como un producto altamente exitoso, en cambio, de los duraznos se destacó las dificultades habidas con la calidad, producto del transporte. Para el mediano plazo la atención está puesta con fuerza en la uva y en menor medida en manzanas.

Estas mismas fuentes indican que las perspectivas son muy buenas para la producción orgánica nacional y que el mayor crecimiento del mercado estadounidense se observa en los productos de contraestación. Esta positiva situación se combina con que en las últimas temporadas ha habido problemas de abastecimiento de productos orgánicos

### 3.2. Consumidores y tendencias

El elevado crecimiento observado en el mercado orgánico de los EE.UU. está marcado principalmente por la creciente sensibilidad de los consumidores al nexo existente entre la salud y un comer saludable. Adicionalmente a este hecho, cabe considerar otros factores entre los que destacan:

1. El envejecimiento de la población estadounidense y el interés de ésta de disminuir la velocidad de estos procesos;
2. El incremento de la atención por parte de los medios acerca del impacto en la salud de los pesticidas, hormonas, transgénicos, preservantes y otros productos potencialmente presentes en lo alimentos;
3. Las nuevas regulaciones gubernamentales: NOP<sup>21</sup> está dando legitimidad a la industria e incrementando la confianza de los consumidores en los productos orgánicos; y

<sup>18</sup> Citado en DiMatteo, op cit.

<sup>19</sup> "NBj's Organic Foods Report 2001 – October 2001". Nutrition Business Journal

<sup>20</sup> "NBj's Organic Foods Report 2001 – October 2001". Nutrition Business Journal

4. La competencia de precios impulsada por una mayor demanda, un sistema de distribución más amplio, dando como resultado un incremento de la eficiencia y la rentabilidad<sup>22</sup>.

La información existente indica que una de las principales razones que lleva a los estadounidenses a consumir productos orgánicos es la seguridad que les genera en tanto alimentos sanos y limpios. Un estudio reciente de The Hartman Group resumía la opinión del consumidor diciendo que “la gente esta comprando alimentos orgánicos debido a lo que no está en ellos”, refiriéndose de esta forma a la ausencia de restos de pesticidas, transgénicos, preservantes, etc. que estos aseguran<sup>23</sup>.

A estos factores se agrega información reciente que indica que los consumidores orgánicos no se restringen solamente a sectores de origen anglo sajón, de altos ingresos como había sido hasta años recientes. The Hartman Group encontró hace poco tiempo que el 31% de los compradores frecuentes de productos orgánicos tiene ingresos bajo los US\$ 15.000 al año y que más del 50% de ellos tienen ingresos bajo los US\$ 30.000/año. Esta ampliación del mercado se observa asimismo en la creciente incorporación de sectores de la población negra, asiática y latina entre los consumidores<sup>24</sup>. Esta información concuerda con lo indicado por el Natural Marketing Institute, quien señala que cerca del 70% de los consumidores estadounidenses sienten que su salud y bienestar es más importante que lo era hace un tiempo<sup>25</sup>. Esto se ve facilitado además por que los precios de los productos orgánicos están ahora más cerca de los convencionales. Estas tendencias avalan el que en la encuesta de la revista *Bon appetit* magazines, los alimentos orgánicos hayan sido los preferidos por un 59% de los encuestados y que en el grupo de gente entre los 18 y los 64 años de edad el 60% haya indicado que los alimentos orgánicos están “in” y la comida rápida esta “out”<sup>26</sup>.

---

<sup>21</sup> Nacional Organic Program: Programa Nacional Orgánico del Gobierno de los EE.UU. Ver 5.1.1.

<sup>22</sup> Shriftman, M. 2003. Internacional Organic Trade: How to enter the U.S. Market. Charla en la Feria 2003 *Natural Products Expo- Biofach*. Washington, D. C. Sept. 4-7, 2003.

<sup>23</sup> Citado por DiMatteo, *op cit*

<sup>24</sup> Ver *Expanding the whole health market*. Grocery Headquarters. Agosto 2003.

<sup>25</sup> Idem anterior.

<sup>26</sup> Citado por DiMatteo, *op cit*

### 3.3. Precios

El análisis se centra en peras, manzanas y uvas, y en el caso de las hortalizas, tomates, lechugas y espinacas.

**Tabla 4. Precios de los productos frescos, orgánicos y convencionales**

Frutas			Oeste		Este		% Sobreprecio Oeste	% Sobreprecio Este
Calidad	Cantidad	Certif.	Conven.	Certif.	Conven.			
Manzanas: Golden Delicious								
PQ	88	29,95	22	36,5	27	36	35	
Uvas: Ruby (red #23)								
PQ	48	24,95	13,5	20,5	9,5	85	116	
Peras: Danjou								
PQ	70	19,95	18,5	Nd	22	8		
Frambuesas								
PQ	8/1#	39,95	35,5	41	26	13	58	
Hortalizas			Oeste		Este		% Sobreprecio Oeste	% Sobreprecio Este
Calidad	Cantidad	Certif.	Conven.	Certif.	Conven.			
Lechuga (hoja verde)								
PQ	24	33,95	24	19	20	41	-5	
Lechuga (Romaine)								
PQ	24	34,75	15,5	26	14	124	86	
Cebollas								
PQ	48	34,75	18,5	nd	34	88		
Espinacas								
PQ	24	29,95	16	16	15	87	7	
Tomates (precio orgánicos para 10 tomates)								
PQ	10	29,95	13,5	26,5	10	122	165	
PQ: Calidad Premium								
RQ: Calidad Regular								
Fuente: The New Farm. Organic Price Index <sup>27</sup> . Actualizado a Diciembre del 2003.								

Según se muestra en la tabla anterior, los mayores sobrepuestos se alcanzan en las hortalizas. En general, para ellas hay un alto sobrepuesto, a excepción de las lechugas de hoja verde, en que incluso en la costa oeste se paga un precio menor a la convencional. En el caso de las frutas, los mayores sobrepuestos se lograron para las uvas, manzanas y las frambuesas en la costa oeste.

### 3.4. Requerimientos

Además de la certificación de la calidad orgánica, para algunos productos orgánicos se está requiriendo otro tipo de estándares de calidad. De acuerdo a las entrevistas realizadas, Kosher y HACCP son los más requeridos.

#### 3.4.1. Kosher

Pese a que existen objeciones a la exigencia de este tipo de certificación, por tratarse de estándares asociados a una fe religiosa determinada, su uso se ha ido extendiendo en el área de productos procesados. Tal situación lleva a la necesidad que los productores y

<sup>27</sup> Ver <http://www.newfarm.org/opx/index.shtml> respecto de la metodología utilizada para generar el Organic Price Index

exportadores consulten si existen requerimientos al respecto previo a iniciar el procesamiento o la exportación de determinados productos.

El tipo de productos para los cuales es posible que existan requerimientos Kosher son los siguientes:

- deshidratados
- congelados
- secos
- lácteos
- jugos
- aceitunas y aceites
- algunos granos y productos destinados a la elaboración de otros productos

Las frutas frescas, así como los vinos no requerirían este tipo de certificación.

### **3.4.2. HACCP<sup>28</sup>**

Este estándar fue mencionado en un número sustantivamente menor de ocasiones a lo largo de las entrevistas, refiriéndose en todos los casos a productos procesados.

### **3.4.3. Comercio Justo<sup>29</sup>**

Esta certificación no es actualmente demandada para los productos de origen templado. Hoy es requerida sólo por una parte del mercado de café y está comenzando a ser requerida por una parte menor del mercado del té y cocoa. La organización que impulsa este tipo de requerimientos tiene programado incluir al plátano, las frutas tropicales y algunos productos templados en un futuro próximo.

## **3.5. Visión de la producción nacional**

De acuerdo a las entrevistas realizadas, la producción orgánica nacional es vista en general en forma positiva por los importadores y distribuidores que comercian con el país. Así, a Chile se le considera un buen abastecedor de contraestación, que cuenta con una buena cadena de abastecimiento y que presenta, como territorio, una imagen asociada con ciertos niveles de limpieza ambiental. Sin embargo, se observa a la vez que se han registrado ciertos problemas con el empaque y que el exportador chileno no siempre valora y cumple adecuadamente con los estándares de calidad comprometidos.

Por otra parte, se indica que Chile compite bien con Argentina y Sudáfrica, pero no así con Nueva Zelanda, país hacia el que existe un fuerte prejuicio favorable en los EE.UU. Nueva Zelanda es visto como más "limpio", ambientalmente hablando, que Chile. En este sentido, se considera importante que Chile divulgue y capitalice la importancia del clima con que cuenta, los ambientes libres de contaminación, la calidad y la limpieza de los productos. Como factor negativo, se destaca que la desconfianza que existe en EE.UU. hacia los productos orgánicos provenientes de México afecta a los productos chilenos, al tratarse también de un país latino.

## **3.6. Participación del sector hortofrutícola chileno en el mercado orgánico de EE.UU.**

Chile se ha constituido en uno de los exportadores más relevantes de frutas y hortalizas del hemisferio sur hacia los EE.UU. Al año 2000 nuestro país tenía una participación aproximada del 16,4% de tal mercado. Esta situación ha sido el resultado de largos años de

---

<sup>28</sup> Hazard Analysis and Critical Control Point. Estándar desarrollado inicialmente para asegurar la calidad de los alimentos que llevaban los tripulantes de naves espaciales, en 1959. Corresponde hoy a un requerimiento internacionalmente aceptado para asegurar la sanidad de los alimentos. Para mayor información ver: <http://vm.cfsan.fda.gov/~lrd/haccp.html>

<sup>29</sup> Para mayor información respecto de este tipo de requerimiento ver : <http://www.fairtradefederation.com>

trabajo de distintos actores que han decidido impulsar el cultivo, manejo y comercialización de productos frutícolas y hortícolas. No ha sucedido lo mismo con la agricultura orgánica. Para ese mismo año, las exportaciones totales orgánicas hacia EE.UU., desde Chile, alcanzaron US\$ 2,14 millones<sup>30</sup> (ver Anexo II), de un potencial de importación de US\$ 126 millones desde los EE.UU. (ver Anexo III), es decir, Chile participaba sólo en un 1,6%. Evidentemente, la estructura de importaciones orgánicas de los EE.UU. no ha alcanzado aún la madurez que se observa en el sector convencional, situación que hace difícil la comparación presentada, sin embargo, si se compara la situación con lo que ocurre con nuestro principal competidor la situación no mejora mucho. En la misma temporada Nueva Zelandia exportó alrededor de US\$ 3,8 millones hacia EE.UU., con una participación del 3,0%. Este diferencial favorable hacia Nueva Zelandia, tiene aún más relevancia si se considera que la participación de tal país en el mercado convencional estadounidense es menor que la nacional.

Al comparar la evolución de las exportaciones orgánicas totales de Nueva Zelandia (NZ) respecto a Chile, en el período 1996 y 2000, se aprecia que nuestro país ha crecido en un 190%, mientras que Nueva Zelandia lo ha hecho en un 465%. Mientras en 1996 NZ exportaba US\$ 4,9 millones, Chile exportaba sólo US\$ 1,3 millones, y en el año 2000, mientras NZ exportaba US\$ 28 millones, Chile sólo exportó US\$ 4 millones (ver Anexos IV y V). Así, mientras en el año 1996 las exportaciones orgánicas de NZ superaban en 3,5 veces las de Chile, en el año 2000 esta diferencia aumentó a 7 veces.

Ahora, si se analiza la situación en lo que respecta a algunos rubros relevantes no se observan grandes cambios de tendencia. En el mercado convencional de manzanas Chile tiene una participación dominante en el mercado de los EE.UU. Su principal competidor ha sido Nueva Zelandia, país que lideraba las exportaciones a ese mercado hasta el año 2000, momento en el cual Chile lo desplaza y asume el liderazgo, logrando posicionarse con una participación del 46% del mercado en lo que va corrido del año 2003 (cifras enero-octubre), en que ha exportado US\$ 57 millones, respecto de los US\$ 125,6 millones que ha importado EE.UU. Cabe destacar que en el año 2000 Chile generaba sólo un 24% de estas exportaciones a ese país, mientras que NZ representaba un 45% (ese año EE.UU. importó US\$ 92 millones) (ver Anexo VI).

El caso del mercado orgánico ha sido diferente. En la temporada 1999/00, Chile exportó US\$ 321.840 de manzanas frescas orgánicas hacia EE.UU. (ver Anexo II)<sup>31</sup>. A ese momento, se estimaba que EE.UU. importaba US\$ 1,8 millones en manzanas frescas (ver Anexo III). Esto significa que la participación de Chile en el mercado estadounidense de manzanas frescas alcanzaba a sólo el 17,88%.

### **3.7. Riesgos**

Si bien la mayor parte de los antecedentes hablan de un futuro muy promisorio para la exportación de productos orgánicos hacia los EE.UU., existen dos procesos que pueden generar riesgos para la producción nacional. Estos, son hoy de escasa relevancia y no afectan la creciente demanda que se observa. No obstante, deben ser seguidos con atención por los productores para observar su evolución.

#### **3.7.1. Mejoramiento de la tecnología de guarda**

La tecnología de postcosecha ha venido mejorando, lo que ha permitido la sustitución de producción de contraestación por producción local. Se trata de una tendencia que afecta por igual a la producción convencional como orgánica.

<sup>30</sup> Hernández, L. M. 2000 Breve diagnóstico del sector de productos orgánicos chilenos, ProChile.

<sup>31</sup> Hernández, op cit.



### 3.7.2. Privilegiar lo local

Existe una tendencia en lento, pero paulatino crecimiento entre los compradores de productos orgánicos en orden a privilegiar la producción local. Dado que una de las razones por la cual ciertos sectores consumen productos orgánicos dice relación con la limpieza ambiental de estos, se ha venido desarrollando el mensaje que la producción local es mejor. La producción local es presentada como más sostenible en términos de energía, dada la cantidad que se requiere para transportarla hacia los mercados de destino<sup>32</sup>. En opinión de un funcionario del Ministerio de Agricultura de NZ, esto podría llevar al establecimiento de barreras comerciales, justificadas en razones de sustentabilidad<sup>33</sup>.

---

<sup>32</sup> Ver: *Potential trade barriers could impact on organic producers*, Medai Release. octubre de 2002. <http://www.maf.govt.nz/mafnet/press/071002organic.htm>; y *Globalisation of the Organic Food Industry Research News*. Organic Monitor. Julio 2003. <http://www.organicmonitor.com/r1407.htm>

<sup>33</sup> Ver Medai Release (op cit)

## 4. PROCESO DE EXPORTACION

Exportar no es una tarea sencilla. Existen diversos antecedentes, requerimientos, etc. que es necesario tener en cuenta. Muchos de los pasos y antecedentes pueden ser conocidos acudiendo a ProChile<sup>34</sup>. Sin embargo, existe una serie de aspectos operacionales que pueden decidir el éxito o fracaso de una iniciativa exportadora que, por su carácter específico, no pueden ser obtenidos de tal organismo. En el sector convencional, esto es resuelto por las exportadoras que aportan su expertizaje en tales aspectos. Tal situación no se da, o sólo se da muy débilmente en el sector orgánico, donde, debido a los volúmenes aún reducidos que se exportan, existe un escaso desarrollo de tal tipo de empresas, lo que lleva a que en muchas oportunidades sean los propios productores quienes tengan que hacerse cargo de todo el proceso de exportación. Se presenta a continuación una sistematización acerca de lo que diversos exportadores de productos orgánicos consideran relevante para llevar adelante el proceso exportador.

### 4.1. Obtención de antecedentes acerca de la situación del mercado en EE.UU.

Uno de los primeros pasos para llevar adelante en forma exitosa el proceso exportador es contar con información acerca de la situación existente en el mercado norteamericano.

Una primera aproximación debe considerar, solicitar apoyo a ProChile; visitar los EE.UU. y conectarse directamente con importadores y distribuidores; o asistir a ferias o eventos relacionados con el comercio.

Una vez que se ha decidido el o los rubros a producir resulta importante prepararse para el período de exportación. Se debe colocar atención tres aspectos:

- calidad que se está requiriendo;
- período crítico de oferta; y
- magnitud y calidad de la oferta nacional.

#### 4.1.1. Calidad requerida

Los estándares de calidad requeridos cada año varían. De igual forma varía la calidad que los productores están en condiciones de ofrecer. Se debe, por lo tanto obtener antecedentes precisos de la calidad (color y tamaño en el caso de la fruta) que está requiriendo el mercado. Tal información puede ser solicitada a ProChile, quien puede aportar antecedentes de la calidad requerida en la temporada anterior. Otra posibilidad es solicitar información directamente a algún importador o distribuidor en EE.UU.

#### 4.1.2. Período crítico de oferta

La definición del precio está fuertemente influenciada por la oferta disponible. En este sentido, resulta fundamental conocer cuando se acaba la oferta de fruta norteamericana y cuando se inicia la oferta de fruta de Nueva Zelanda y Australia<sup>35</sup>. El período que media entre ambos momentos es el que significa la mejor oportunidad de precios y demanda para los productores nacionales, pues no existe otra oferta de contratemporada disponible.

La búsqueda de esta información se debe hacer apoyándose en importadores o distribuidores.

---

<sup>34</sup> Una herramienta de gran utilidad y sencillez es el *Manual para exportar a los Estados Unidos de América. Oportunidades para productos chilenos*. ProChile. Nueva York. 1999.

<sup>35</sup> La oferta de estos países se da, normalmente, más tardíamente que la oferta nacional.

### **4.1.3. Magnitud y calidad de la oferta**

Otro aspecto relevante de conocer con antelación, se refiere a la calidad que se está enviando y los volúmenes por categoría de calidad. Se trata de una tarea de seguimiento que apunta a conocer el ritmo del mercado de interés, identificando que se está ofertando, de tal modo de poder programar las entregas y maximizar el beneficio de la producción propia, seleccionando las calidades y tamaños requeridos y enviándolas en los máximos volúmenes posibles. En esta tarea es importante comparar esta información con aquella de calidad requerida, pues ello permite orientar la oferta propia a las categorías más demandadas de calidad y tamaño, posicionarse en los mercados y obtener niveles de utilidad más elevados.

Por otra parte, es frecuente que ciertos oferentes comprometan a inicios de temporada calidades, tamaños y volúmenes que exceden su disponibilidad y capacidad real. Esto abre oportunidades importantes en orden a seleccionar, dentro de la producción disponible, volúmenes que concuerden con las expectativas no satisfechas del mercado, obteniendo así importantes réditos y posicionándose como un productor confiable. Para avanzar por este camino es importante buscarse buenos socios en EE.UU. y/o aprovechar los instrumentos de información disponibles en ProChile.

## **4.2. Otros elementos a considerar**

### **4.2.1. Tiempos de transporte y cadena de frío**

Un elemento normalmente descuidado por los productores y por muchos exportadores y que incide fuertemente en la calidad de la fruta y en los niveles de precios obtenidos son los tiempos de transporte y la cadena de frío. Con frecuencia producciones de muy buena calidad ven mermados sus estándares y precios producto de deficiencias en los tiempos de transporte o en la cadena de frío que exponen a la fruta a temperaturas elevadas o alargan innecesariamente los tiempos de transporte, provocándole pérdidas de humedad, sobremadurez, o deterioro.

### **4.2.2. Establecimiento de relaciones comerciales duraderas**

El establecimiento de relaciones comerciales basadas en la confianza y duraderas es fundamental en el mercado orgánico, a diferencia de lo que ocurre en el mercado convencional. Factores importantes son el alcanzar reconocimiento en cuanto a calidad y confiabilidad.

## **5. REGULACIÓN DE LOS PRODUCTOS ORGÁNICOS EN ESTADOS UNIDOS**

Este capítulo tiene por finalidad describir las principales regulaciones existentes para la entrada de productos orgánicos a Estados Unidos. Se revisa el proceso que definió el involucramiento directo del gobierno federal en la estandarización orgánica; se presentan las alternativas de acreditación disponibles en el programa NOP y finalmente se hace una breve referencia a las alternativas existentes en Chile para la certificación NOP. Se finaliza este capítulo describiendo las recientes regulaciones que se imponen en ese mercado para prevenir el “bioterrorismo”.

Debido a la gran cantidad de detalles asociados a los aspectos regulatorios, es que se ha incluido importante información adicional en los respectivos anexos.

### **5.1. Certificación de productos orgánicos en Estados Unidos**

El desarrollo de un Programa Nacional de Agricultura Orgánica en los Estados Unidos se inició en 1990 con la ley de Producción de Alimentos Orgánicos.

En el año 1999, el gobierno de los Estados Unidos determinó que la Secretaría de Agricultura (USDA) desarrollara un Programa Nacional de Agricultura Orgánica, en el que se regulara el proceso de certificación para predios agrícolas, cosechas silvestres y procesadores de productos agrícolas que han sido producidos utilizando métodos de producción orgánica.

Este mandato se implementó a través del Organic Foods Production Act (OFPA) de 1990, del Título de The Food, Agriculture, Conservation and Trade Act de 1999, del Título 7 de U.S.C.

En la sección 6501 del OFPA se señala que las regulaciones fueron propuestas con los siguientes objetivos: (1) establecer estándares nacionales para normar el comercio de ciertos productos agrícolas producidos orgánicamente; (2) asegurar a los consumidores que los productos producidos orgánicamente reúnen estándares consistentes; y (3) facilitar el comercio interestatal de productos frescos y procesados producidos orgánicamente.

#### **5.1.1. El National Organic Program**

El National Organic Program, administrado por el Servicio de Marketing Agrícola (AMS) del USDA, definió lo que se entendería como producto orgánico y estableció estándares nacionales uniformes para la producción, procesamiento y etiquetado de alimentos orgánicos. Por lo tanto, cualquier operación que se realice con estos alimentos entre la producción y la comercialización (ambas incluidas) debe ser certificado por un organismo certificador acreditado por el USDA. Estos estándares fueron publicados en el Código de Regulaciones Federales (CFR).

Los estándares nacionales abarcaron todos los aspectos de la producción, la cosecha, el procesamiento y envasado de cualquier producto agrícola etiquetado como orgánico, incluyendo los cultivos anuales, bianuales y perennes; los alimentos silvestres de recolección; y el ganado.

En la Tabla 5 se presenta un listado de operaciones que puede ser excluida del proceso de certificación.

**Tabla 5. Operaciones que no requieren certificación**

- |  |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1. Operaciones con ventas brutas de menos de US\$ 5000 al año.</li><li>2. Vendedores finales en la cadena de comercialización, quienes manejan pero no procesan productos orgánicos.</li><li>3. Quienes manejan productos que contiene menos de un 70% de ingredientes orgánicos.</li><li>4. Quienes reciben sólo productos preenvasados que permanecen en el mismo envase o contenedor mientras está bajo su control.</li><li>5. Minoristas que procesan o preparan alimentos para ser consumidos en los locales.</li></ol> |
|--|

El sistema de certificación desarrollado por el NOP considera como obligatorio someter a este procedimiento a todas las operaciones que producen o manipulan productos agropecuarios tales como cultivos anuales o perennes, ganado u otros alimentos que tengan la intención de comercializarse como “orgánico” o “hecho con productos orgánicos”. Este procedimiento de certificación sólo puede ser realizado por agencias certificadoras acreditadas por el USDA.

El sistema de certificación que opera con la acreditación NOP considera los siguientes componentes:

- (1) El NOP-USDA que corresponde a la autoridad estatal del país;
- (2) El Estándar 7 CFR Part 205 que corresponde a la norma de referencia bajo la cual es evaluada la operación considerada;
- (3) La agencia certificadora acreditada que corresponde a la tercera parte que tiene la responsabilidad de aplicar el Estándar 7 CFR Part 205 incluyendo las inspecciones in situ; y
- (4) El operador que corresponde a la instancia sometida a control que busca obtener la autorización para etiquetar los productos de acuerdo al Estándar 7 CFR Part 205.

### **5.1.2. Acreditación USDA NOP**

A partir de Octubre del 2002, el NOP estableció que todos los productos comercializados, etiquetados y/o presentados como orgánicos en los Estados Unidos deben estar certificados por un agente acreditado por el USDA<sup>36</sup>. Es así, como los productos orgánicos importados tienen que cumplir también con esta exigencia a través de 3 alternativas: (1) Certificación otorgada por un agente certificador que fue acreditado por el USDA (2) Reconocimiento de un gobierno extranjero por parte del USDA de la evaluación de conformidad o, (3) Determinación de equivalencia entre países.

- (1) Certificación otorgada por un agente certificador privado que fue acreditado por el USDA: Esta certificación puede ser realizada en Chile por cualquier agente certificador nacional o extranjero que tenga su acreditación NOP al día.
- (2) Reconocimiento de un gobierno extranjero por parte del USDA de la evaluación de conformidad: Este reconocimiento debe ser otorgado por el USDA en base a una solicitud de un gobierno extranjero, donde se establezca que el agente gubernamental de certificación es capaz de cumplir los requisitos del NOP. Se encuentran en proceso en esta categoría Canadá, Dinamarca, Israel, Nueva Zelanda, España y el Reino Unido.
- (3) Determinación de equivalencia: Significa que el USDA ha determinado que los requerimientos del programa del NOP-USDA son equivalentes a los del sistema de certificación oficial del país que lo solicita. Se encuentran en proceso en esta categoría India, Japón, Australia y la Unión Europea.

<sup>36</sup> Para obtener mayores detalles sobre el proceso de certificación NOP para Estados Unidos, véase el ANEXO VIII.

Chile ha iniciado los primeros contactos para conocer los procedimientos y exigencias de las alternativas 2 y 3 y definir cuál puede resultar más conveniente para el país.

El listado de agencias certificadoras acreditadas puede ser consultado en la página: <http://www.ams.usda.gov/nop/CertifyingAgents/Accredited.html>

### 5.1.3. Situación de las certificadoras en Chile

Las certificadoras que operan actualmente en Chile utilizan distintas modalidades para acceder al mercado de los Estados Unidos. A continuación se presenta una Tabla con el listado de certificadoras que operan en Chile:

**Tabla 6. Lista de Certificadoras Orgánicas presentes en Chile**

Certificadora	Origen	Mercados de acceso
ARGENCERT	Argentina	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unión Europea</li> <li>• Estados Unidos</li> <li>• Japón (re-certificación con JONA)</li> </ul>
BCS Öko Garantie – CHILE	Alemania	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estados Unidos</li> <li>• Unión Europea</li> <li>• Japón</li> </ul>
CCO – Certificadora Chile Orgánico	Chile	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unión Europea (cocertificación con Bio. Inspecta de Suiza)</li> <li>• Mercado interno (Chile)</li> <li>• Estados Unidos (en proceso de acreditación).</li> </ul>
IMO - Chile	Suiza	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estados Unidos</li> <li>• Unión Europea</li> <li>• Suiza</li> <li>• Japón (a través de JONA y OCIA)</li> </ul>

Los costos de la certificación constituyen un ítem de gasto de consideración especialmente en los pequeños y medianos productores. Los costos de certificación entre una certificadora y otra varían de acuerdo a: las políticas de cobro de cada una de ellas; el tipo de certificación requerida por el operador; la complejidad y tamaño de cada caso; la ubicación del predio y/o instalaciones; los volúmenes transados; etc.

## 5.2. Regulación sobre Bioterrorismo

A partir del 12 de diciembre de 2003 comenzó a regir en Estados Unidos la normativa que permitirá la entrada en vigor de la Ley sobre Bioterrorismo de los Estados Unidos: “Public Health Security and Bioterrorism preparedness and response Act of 2002”. Esta norma está destinada a proteger la producción, distribución y venta de alimentos –de origen nacional e importado– contra posibles acciones terroristas.

A partir del 11 de septiembre de 2001, Estados Unidos adopta una serie de medidas para proteger la vida y la salud de su población. Estas incluyen, entre otras, la creación del US Department of Homeland Security y la coordinación –bajo su alero– de actividades y servicios tales como la protección de las redes de infraestructura, seguridad del transporte de carga y de pasajeros, así como la inspección en frontera de los embarques de alimentos y productos agrícolas realizada en el pasado por el USDA-APHIS.

Contexto general de la ley sobre bioterrorismo.

En junio de 2002, con la aprobación de la ley de bioterrorismo, se establece el principal conjunto de medidas destinado a proteger el sistema alimentario de Estados Unidos, otorgando nuevas y mayores atribuciones a la Food and Drug Administration (FDA) para el control de la producción, importación, distribución y venta de alimentos en el país. Con fecha 10 de octubre de 2003, la FDA publicó las primeras dos normas finales que permitirán iniciar

la implementación de la Ley: el registro de establecimientos y la notificación previa de embarques de alimentos.

Conjuntamente con la publicación de estos reglamentos, la FDA ha establecido el 12 de diciembre del 2003 como fecha de inicio de la aplicación de las nuevas medidas y controles. No obstante, la FDA ha destacado que a partir del 16 de octubre, abrirá sus registros para el proceso de inscripción de los establecimientos que producen en, o exportan alimentos a EE.UU.

La ley de bioterrorismo de 2002 incorpora cinco Capítulos (“Títulos”) que cubren los siguientes tópicos:

- I. Preparativos nacionales contra el bioterrorismo y otras emergencias de salud pública;
- II. Fortaleciendo el Control de agentes biológicos peligrosos y de toxinas;
- III. Protegiendo la inocuidad y la seguridad del abastecimiento de los alimentos y medicamentos;
- IV. Inocuidad y seguridad del agua potable; y
- V. Otras medidas.

Para obtener mayores detalles sobre el Título III Protegiendo la inocuidad y la seguridad del abastecimiento de los alimentos y medicamentos, este documento incluye detalles en el ANEXO IX.

## 6. EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO

En los últimos meses Chile firmó el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos (TLC). Dicho tratado implica la consolidación y ampliación del acceso de productos y servicios a la economía de mayor tamaño a nivel mundial. Además implica el establecimiento de reglas claras en el comercio entre ambos países y sus inversiones.

El TLC establece una zona de libre comercio sin excepciones, es decir todos los productos gozarán de arancel 0% en un plazo máximo de 12 años. Algunos productos agrícolas sensibles se desgravarán en el plazo más largo contemplado en el Tratado, alcanzando un arancel de 0% en el año 12.

Para la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (DIRECON), el beneficio más notorio de este tratado es la consolidación de las actuales condiciones de acceso de las exportaciones de Chile a EE.UU. por la vía de la cláusula de stand still de los aranceles aplicados y la consolidación de las condiciones del SGP. Se distingue en este caso que hasta el momento, EE.UU. ha otorgado las concesiones bajo este sistema, de manera unilateral, condicionada y sujeta a mecanismos de revisión, por lo que su consolidación en el Tratado otorga certidumbre a los exportadores chilenos con la entrada liberada de aranceles al mercado estadounidense<sup>37</sup>.

Un resultado inmediato del TLC es que un 95% de los productos exportados desde Chile a ese mercado y un 87% de los montos, tendrán desgravación inmediata, todos los aranceles y cuotas cesan al final del período de transición. La extensión máxima de éste período es de 12 años.

Uno de los principales sectores beneficiados con este tratado es el sector silvoagropecuario, que según estimaciones de la SNA permitirá un aumento de US\$ 263 millones en exportaciones<sup>38</sup>.

En cuanto a la desgravación de los productos de este sector, en la Tabla 7 se aprecia que un 86% de los productos agrícolas (un 84% de los montos) exportados a EE.UU., gozarán de una desgravación inmediata. Por otra parte, el 4,8% de los productos agrícolas (13,7% de los montos) exportados se desgravarán en los plazos máximos de 10-12 años. Muchos de estos productos ya son competitivos en EE.UU. con los aranceles actuales, lo que permite adelantar que con la desgravación arancelaria estarán en condición de ingresar en forma muy ventajosa al mercado estadounidense<sup>39</sup>. La mayoría de los productos que no cuentan con desgravaciones a corto plazo, se beneficiarán de cuotas que permitirán un acceso inmediato (carnes blancas, quesos, paltas, entre otros).

**Tabla 7. Resumen de la Desgravación Arancelaria, para exportaciones agrícolas chilenas a EE.UU. (MUS\$)**

Categoría	Nº Items	%	Monto de las exportaciones Chilenas	%
Desgravación inmediata	1514	86,1	865.309	84
4 años	93	5,3	5.698	0,6
8 años	66	3,8	17.401	1,7
10 años	30	1,7	207	0
12 años	56	3,2	141.508	13,7
Total	1759	100	1.030.123	100

Fuente: Direcon

<sup>37</sup> "Tratado de Libre Comercio Chile-Estados Unidos". Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales. Agosto 2003. En [www.direcon.cl](http://www.direcon.cl).

<sup>38</sup> "Oportunidades para la agricultura chilena con los nuevos TLC". Presentación de Gustavo Rojas Le Bert. SNA. (Agosto del 2003).

<sup>39</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales. En [www.direcon.cl](http://www.direcon.cl).



La DIRECON hace un análisis para los principales productos agrícolas que se verán beneficiados por el TLC con Estados Unidos. Si bien no hay un análisis específico para productos orgánicos, se aplica para ellos lo establecido para productos similares convencionales.

- Para las paltas se logró una cuota de 49.000 toneladas libres de arancel, que aumentarán un 5% cada año, hasta lograr el comercio sin cuotas en el año 12.
- Las uvas, ciruelas, damascos y frambuesas frescas, ingresarán libres de arancel desde el primer día y sin cuotas.
- Los duraznos en conserva que están afectos a un arancel de un 17%, tendrán una desgravación no lineal y entrarán libres de arancel y sin cuotas al año 12.
- En el caso del jugo de uvas y limones frescos la liberación será a ocho años con una desgravación lineal anual y los tomates frescos entre 0 y 8 años con la misma modalidad de desgravación dependiendo la temporada de exportación.
- La miel natural ingresará libre de arancel y sin cuotas desde el primer año.
- Productos como los espárragos frescos\*, aceites de oliva, ajos frescos, cebollas frescas y flores y capullos frescos, que hoy gozan del beneficio del SGP, pero que en otras temporadas pagan diversos aranceles, ingresarán libres de cuotas y arancel una vez que entre en vigencia el Tratado.

\*para envíos aéreos del 15 de septiembre al 15 de noviembre pagarán cero arancel, pero el resto del año es 21,3%, lo que se desgravará a 8 años.

## 7. CONCLUSIONES

Diversos antecedentes muestran que el mercado de productos orgánicos norteamericano se encuentra en un período de elevado crecimiento, proyectándose tasas de crecimiento futuras medias a altas y estables hacia el futuro. Las proyecciones de crecimiento hasta ahora disponibles y que se presentan en este estudio no consideran el efecto de la NOP. Cabe pensar que el efecto legitimador y el carácter de garante que esta norma entrega a los consumidores pueda llevar a un incremento de la demanda mayor que el proyectado. Los productos orgánicos han pasado de ser una tendencia marginal del mercado norteamericano de los alimentos a ser una línea totalmente internalizada y central de él, sin perder por ello el carácter de tendencia dominante y crecientemente relevante. Ilustrador, al respecto, es el hecho que los productos orgánicos son vistos como in, mientras la comida rápida, componente clásico de la dieta estadounidense, sea vista como out. Por otra parte, es altamente probable que la reciente aparición del mal de las vacas locas (Encefalopatía Espongiforme Bovina (EEB) en los EE.UU., fortalezca la demanda por los productos orgánicos y en particular la demanda por carne orgánica<sup>40</sup>. Ello dado que para los consumidores los productos orgánicos representan sanidad y limpieza.

La producción hortofrutícola orgánica nacional cuenta con grandes posibilidades de expansión en el mercado de los EE.UU. Las tendencias ya señaladas se refuerzan con los elevados crecimientos observados en el consumo de vegetales y frutas, los que probablemente se verán favorecidos por la revisión de la pirámide alimenticia que se está realizando en los EE.UU. En tal revisión, el único grupo de alimentos que está fuera de escrutinio y duda son las hortalizas y frutas por su aporte a la salud, lo que hace altamente probable que se mantenga la directriz de consumir cinco al día<sup>41</sup>. Dicha revisión, así como el incremento de la complejidad de las directrices para la mayoría de los otros alimentos, pueden llevar a un fortalecimiento de la imagen de los productos hortofrutícolas como productos valiosos para la salud, situación que probablemente fortalecerá aún más la demanda de productos orgánicos por su ya consolidada asociación con salud y limpieza.

En este marco, cabe esperar un aumento de las oportunidades para la producción orgánica chilena, las que se refuerzan si se considera que la producción de contraestación es la que ha mostrado mayor crecimiento de demanda.

La manzana es probablemente uno de los productos más promisorios para el mercado estadounidense. Esta fruta muestra uno de los más altos índices de crecimiento en la demanda de frutas templadas; se ubica en el primer lugar de interés de los importadores y distribuidores de productos orgánicos chilenos en EE.UU.; y cuenta con un buen soporte de infraestructura, tecnología de cultivo y exportación en el país, lo que le ha significado ser líder en la exportación de contraestación de fruta convencional a EE.UU. Los otros rubros relevantes son las ya mencionadas ciruelas, berries, cerezas y duraznos. Estos últimos concitan gran atención, sin embargo exigen gran responsabilidad de los potenciales exportadores, de modo de resolver los problemas de calidad que hasta el momento se han observado en muchos embarques. Gran potencial tienen las uvas orgánicas, siempre y cuando se logren resolver las exigencias de tratamiento fitosanitario que hasta ahora han impedido la exportación desde Chile. Dentro de los nuevos cultivos se debe seguir con atención, está el desarrollo de algunas nuevas especies-variedades, dentro de la cual destaca el plout, que corresponde a un híbrido entre damasco y ciruela. De momento su cultivo no ha tenido los resultados de rendimiento esperados, sin embargo existen grandes expectativas puestas en su futuro.

---

<sup>40</sup> La demanda de carne orgánica creció en más de un tercio durante 2003 en Canadá, después que en mayo de ese año se detectó allí el primer caso de EEB. Se espera que la demanda por carne orgánica se duplique en EE.UU. producto de la aparición de la EEB Ver al respecto: Impact of BSE on Organic Meat Industry Research News. Organic Monitor. Julio 2003: <http://www.organicmonitor.com/r1407.htm>

<sup>41</sup>. Willett, W. y Stampfer, M. 2003. NUTRITION. Rebuilding the Food Pyramid. Scientific American. Enero 2003.

En el área de las hortalizas las demandas de los importadores distribuidores fueron menores, destacando sólo los espárragos.

Otra área de gran crecimiento y por ende potencial corresponde a la de los lácteos y bebidas derivadas de la soya. No obstante, no se visualiza fácil el ingreso de productores nacionales tanto por la difícil competencia con los productores estadounidenses, como por la pronta y fuerte entrada de Nueva Zelandia en dicho mercado orgánico.

En general, es dable pensar que Chile debe avanzar en orgánico por la senda establecida por los productos convencionales. El país ha desarrollado amplio expertizaje, eficiencia y capacidad negociadora en un gran número de rubros convencionales de frutas y hortalizas en el mercado de los EE.UU. Parte importante de esta experiencia, así como la infraestructura que se ha desarrollado para la actividad hortofrutícola convencional puede ser aprovechada por la producción orgánica, minimizando los costos de aprendizaje y transacción. Bajo esta perspectiva y vista la promisorio situación de demanda que se observa en los EE.UU., los productores deben orientar sus esfuerzos hacia los principales rubros convencionales que nuestro país exporta al mercado de EE.UU. Dados los volúmenes significativamente más reducidos de exportación que se observan en orgánico respecto de convencional, no se considera conveniente avanzar de momento en productos con mayor nivel de agregación de valor que requieran sistemas de procesamiento complejos o que requieren elevadas economías de escala. Esto, sin embargo no es obstáculo para introducir productos con características muy particulares o únicas que enfrentan escasa o nula competencia, tales como condimentos locales, murtilla, hongos silvestres.

La visión antes planteada, así como el avance sustantivamente menor que Chile tiene en orgánico respecto de Nueva Zelandia y de nuestros vecinos argentinos, deja de relieve que el país no está aprovechando adecuadamente las oportunidades que abre el mercado orgánico de los EE.UU. Si bien no se ha valorado, es altamente probable que no avanzar más rápidamente en desarrollar la producción orgánica, le esté significando importantes pérdidas económicas al país. Al respecto, cabe recordar que el 70% de los agricultores orgánicos norteamericanos señalan haber captado un diferencial de precios, superior al 50%, respecto de los productos convencionales. Se hace necesario por tanto, superar las barreras y desconfianzas que, tanto en el sector privado como en el público, han impedido que Chile se vuelque con mayor celeridad a aprovechar las oportunidades que abren los EE.UU. Se debe destacar en este sentido el sustantivo crecimiento que a 2-3 años plazo se observará en la producción y exportación orgánica de Nueva Zelandia a los EE.UU. Vía los productos lácteos dicho país espera incrementar sustantivamente su participación en el mercado de los EE.UU.

Sin perjuicio de lo antes señalado, se debe estar atento a las amenazas que el mejoramiento de la tecnología de conservación y el privilegio por la producción local, por razones tanto solidario-emocionales como ambientales, significan para la producción nacional. Estos factores deben ser objeto de un adecuado seguimiento. Sobre tal base se pueden generar orientaciones a los productores hacia rubros que sean menos vulnerables al impacto de estas tendencias. De igual forma es necesario estudiar la posibilidad de trabajar en conjunto con Nueva Zelandia y otros productores del hemisferio sur para enfrentar en conjunto algunas de estas amenazas.

A nivel de los productores y sin perjuicio del apoyo que pueda ser otorgado por los entes de Gobierno y en particular por ProChile, al exportar se debe colocar particular atención en determinar la calidad que se está requiriendo; el período crítico de oferta; y la magnitud y calidad de la oferta nacional. Estos factores, junto a otros normalmente enunciados para cualquier proceso productivo deben ser objeto de particular atención, pues son los que desde el punto de vista de la comercialización definen los márgenes posibles de obtener.

Un punto particularmente relevante para exportar a los EE.UU. es cumplir cabalmente con las exigencias del NOP, para lo cual se debe contar con los servicios de una certificadora acreditada ante el USDA. Adicionalmente, los productores deben estar atentos a verificar si existen requerimientos adicionales tales como Kosher, HACCP o Comercio Justo. Sin embargo, el requisito más nuevo dice relación con la recientemente establecida Ley sobre Bioterrorismo. Dado su origen y orientación resulta fundamental que los agricultores se aseguren en contar con la orientación adecuada y oportuna. Ello visto que las sanciones por incumplimiento son bastante más severas que las establecidas para el NOP.



# **ANEXOS**

## Anexo I. Productos demandados por algunos de los principales importadores y distribuidores de productos orgánicos chilenos

Producto	Demanda actual (Nº casos)*	Demanda futura próximo (Nº casos)‡	Comentarios
<b>Frutas Frescas</b>			
Berries	5	2	
Cerezas	4	1	Producto muy exitoso
Ciruelas	5	1	Ha tenido problemas de calidad producto del transporte
Chirimovas	1		Algunos embarques han tenido problemas de madurez
Damascos	2		Producto interesante
Duraznos	4		Producto difícil. tiene problemas en transportes largos
Kiwi	2		
Lúcumas		1	
Manzanas	6	3	alta demanda
Melones		1	
Naranias		1	
Nectarines	1		
Paltas	1		
Peras	3	1	
Uvas	2	6	Elevado interés. Tiende a partirse. (Toda la uva que entra a Estados Unidos esta sujeta a tratamiento cuarentenario: fumigación con bromuro de metilo en Chile o puertos de destino. Por lo tanto, de momento es imposible comercializar uva orgánica de Chile)
<b>Deshidratados</b>			
Duraznos	1		
Manzana	1		
Pasas	1		
Hierbas	1	1	
<b>Hortalizas</b>			
Alcachofas	1		
Espárragos	3		Complicados de manejar
Cebollas	1		
<b>Granos</b>			
Amaranto	1		
Canola	1		
Girasol	1		
Linaza	1	1	
Quinoa	1		
<b>Concentrados</b>			
Cerezas	1		
Cranberrv	1		
Frambuesas	1		
Frutillas	1		
Moras	1		
<b>Congelados</b>			
Cerezas	1		
Cranberrv	1		
Frambuesas	1		
Frutillas	1		
Hierbas	1		
Moras	1		

\* Corresponde a expresión de demanda de corto plazo, a ser realizada de inmediato.

‡ Corresponde a estimación de demanda a mediano plazo.

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas en EE.UU.

**Anexo II. Valor de las exportaciones de productos hortofrutícolas orgánicos por producto y destino en miles de dólares EE.UU (temporada 1999/00)**

Producto	Destino				Total valor FOB (miles de dólares EE.UU.)
	Europa	EE.UU.	Japón	Canadá	
<b>Hortalizas</b>					
Espárrago	96	948			1 043
Pepino		64			64
Calabaza		338			338
Calabacín		17			17
Repollo (colorado)		134			134
<b>Total parcial de hortalizas</b>	<b>96</b>	<b>1 500</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1 596</b>
<b>Frutas</b>					
Kiwi	432		198		630
Manzana		73			73
Uva de mesa	124			31	155
Bava		- 4			4
Frambuesa	78	565			643
Zarzamora		4			4
Arándano		3			3
<b>Total parcial de frutas</b>	<b>633</b>	<b>649</b>	<b>198</b>	<b>31</b>	<b>1 512</b>
<b>Total de frutas y hortalizas</b>	<b>729</b>	<b>2 149</b>	<b>198</b>	<b>31</b>	<b>3 108</b>

Fuente: Hernández, 2000.



### Anexo III. Importaciones totales de frutas y hortalizas de los Estados Unidos y potencial teórico de los productos orgánicos

Producto	1999 (US\$1000)	2000 (US\$1000)	Variación porcentual en 2000	Potencial orgánico (US\$1000)
Nueces y preparados	759 609	771 398	1.60	15 428
Tomates	689 322	640 281	-7.10	12 806
Uvas frescas	538 926	552 054	2.40	11 041
Nueces de anacardo	447 775	456 764	2.00	9 135
Pimientos	328 342	455 687	38.80	9 114
Papas, frescas o congeladas	382 105	435 865	14.10	8 717
Otras hortalizas - frescas o congeladas	275 272	305 762	11.10	6 115
Melones	291 626	260 989	-10.50	5 220
Cítricos, frescos	250 248	224 151	-10.40	4 483
Pepinos	141 873	177 200	24.90	3 544
Coliflor y brécol, frescos/congelados	169 619	161 683	-4.70	3 234
Mangos	150 977	144 927	-4.00	2 899
Cebollas	144 311	137 464	-4.70	2 749
Piñas, frescas o congeladas	125 263	133 993	7.00	2 680
Bayas, excluidas las fresas	114 015	133 265	16.90	2 665
Otras frutas, frescas o congeladas	104 774	121 647	16.10	2 433
Espárragos, frescos o congelados	114 271	119 979	5.00	2 400
Calabacines	99 827	112 392	12.60	2 248
Paltas	72 428	107 913	49.00	2 158
Manzanas, frescas	111 746	92 310	-17.40	1 846
Fresas, frescas o congeladas	100 433	83 893	-16.50	1 678
Peras	78 183	80 652	3.20	1 613
Pecanes	72 949	78 714	7.90	1 574
Otras nueces	74 802	72 749	-2.70	1 455
Frijoles, frescos o congeladas	39 703	42 998	8.30	860
Duraznos	42 943	39 716	-7.50	794
Guisantes, incluidos los garbanzos	47 935	37 318	-22.10	746
Nueces Macadamia	32 447	36 327	12.00	727
Kiwi, fresco	39 396	36 134	-8.30	723
Nueces del Brasil	21 269	27 499	29.30	550
Ajo	45 840	27 447	-40.10	549
Berenjenas	21 983	24 084	9.60	482
Ciruelas	26 097	23 530	-9.80	471
Zanahorias, frescas o congeladas	26 925	23 127	-14.10	463
Lechuga	14 107	20 247	43.50	405
Castaña de agua	21 809	20 218	-7.30	404
Avellana	25 261	18 891	-25.20	378
Mostaza	18 767	16 198	-13.70	324
Rábanos, frescos	11 653	14 923	28.10	298
Okra, fresco o congelado	11 374	12 263	7.80	245
Repollo	9 470	10 504	10.90	210
Apio, fresco	9 348	10 466	12.00	209
Castañas	10 972	9 957	-9.20	199
Escarola, fresca	5 678	4 146	-27.00	83
Pistacho	2 356	2 060	-12.60	41
Total	6 124 025	6 319 783	6.3	126 396

Fuente: USDA Economic Research Service. Proyección de importaciones Orgánicas realizadas por FAO 2001.

**Anexo IV. Exportaciones de productos orgánicos chilenos por volumen y valor (1994/95-1999/00) (se presentan entre paréntesis las variaciones porcentuales con respecto a la temporada anterior)**

Temporada	1994/95	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	1999/00
Volumen en toneladas (variación porcentual respecto de la temporada anterior)	607	700 (15,6 %)	821 (17,1 %)	1,171 (42,7 %)	1,112 (-5,0 %)	1,868 (67,9 %)
Valor en miles de dólares EE.UU. (variación porcentual respecto de la temporada anterior)	1 051	1 384 (31,7 %)	1 770 (27,9 %)	2 400 (35,6 %)	2 867 (19,4 %)	4 019 (40,2 %)

Fuente: Hernández, 2000.

**Anexo V. Evolución de las exportaciones orgánicas de Nueva Zelanda (mes de Junio, MUS\$)**

Mercado	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Crecimiento 1996-2002
Asia	2,514	7,500	8,333	7,676	7,190	8,095	7,181	186
Europe	1,219	1,000	3,810	5,271	13,667	10,476	11,405	836
Nth America	0,776	0,714	0,667	0,619	3,819	5,714	4,033	420
Australia	0,424	0,295	0,619	0,852	1,343	0,952	0,405	-4
Other	0,038	0,010	0,238	1,810	2,110	1,429	4,571	11900
TOTAL	4,971	9,519	13,667	16,229	28,129	26,667	27,595	455

Fuente: [www.organicsnewzealand.org.nz](http://www.organicsnewzealand.org.nz)

**Anexo VI. Comparación de la participación de 4 países del Hemisferio sur en el mercado exportador de manzanas frescas hacia EE.UU.**

<b>EXPORTACIONES (US\$1000)</b>						
<b>AÑO</b>	<b>ARGENTINA</b>	<b>N. ZELANDIA</b>	<b>CHILE</b>	<b>SUDAFRICA</b>	<b>OTROS PAISES</b>	<b>IMPORT EE.UU.</b>
1997	1.204	33.322	14.386	6.357	24.240	79.509
1998	746	27.133	17.140	9.306	22.233	76.558
1999	2.738	49.190	28.952	9.325	21.827	112.032
2000	1.625	41.477	22.552	3.633	23.023	92.310
2001	2.817	32.124	33.297	5.462	21.110	94.810
2002	1.313	39.445	40.436	1.646	25.592	108.432
2003	4.184	43.209	57.631	2.220	18.369	125.613

Fuente: Análisis propio en base a FAS 2003

<b>POSICIONES PORCENTUALES RESPECTO AL TOTAL IMPORTADO</b>						
<b>AÑO</b>	<b>ARGENTINA</b>	<b>N. ZELANDIA</b>	<b>CHILE</b>	<b>SUDAFRICA</b>	<b>OTROS PAISES</b>	<b>IMPORT EE.UU.</b>
1997	2	42	18	8	30	79.509
1998	1	35	22	12	29	76.558
1999	2	44	26	8	19	112.032
2000	2	45	24	4	25	92.310
2001	3	34	35	6	22	94.810
2002	1	36	37	2	24	108.432
2003	3	34	46	2	15	125.613

Fuente: Análisis propio en base a FAS 2003

**Anexo VII. Ventas de los almacenes de productos naturales por categoría (en millones de dólares EE.UU.)**

<b>Producto</b>	<b>Total de ventas de 1999</b>	<b>Categoría como % de las ventas totales</b>	<b>Ventas orgánicas</b>	<b>% de la categoría orgánica</b>
Congelado/refrigerado	795	5.8	323	40.60
Lácteo	440	3.20	171	38.70
Bebidas no lácteas (soja, arroz, avena)	272	2.00	157	57.80
A granel/envasado a granel	836	6.10	437	52.20
Productos frescos (frutas y hortalizas)	1 201	8.80	833	69.40
Productos de panadería	303	2.20	98	32.50
Productos alimenticios envasados	1 956	14.30	692	35.40
Carne/alimentos marinos frescos	349	2.60	35	10.10
Alimentos entregados a domicilio (HMR)	196	1.40	58	29.40
Cerveza/vino	106	0.80	6	5.30
Café/té	209	1.50	78	37.50
Otras bebidas	224	1.60	68	30.50
Servicio de alimentación (deli, restaurantes, bares)	487	3.60	127	26.10
Bocadillos	297	2.20	89	30.10
Total de ventas de alimentos	7 671		3 172	58.65
Total de ventas de productos no alimenticios	5 999			
Total de ventas de 1999	13 670	100.00	4 002	29.30
Total de ventas de 1998	12 342	100.00	4 280	26.60

Fuente: Natural Foods Merchandiser, junio de 2000. En FAO 2001: "Los Mercados Mundiales de Frutas y Hortalizas Orgánicas"

## **Anexo VIII. Etapas del proceso de certificación NOP y puntos críticos**

Cada certificadora define en su Manual de procedimientos los pasos a seguir para la certificación NOP. Sin embargo en términos generales la secuencia es la siguiente:

1. El operador toma contacto con una certificadora acreditada para solicitar información sobre el programa de certificación NOP.
2. La certificadora le envía al operador información general sobre el programa, un formulario de solicitud de certificación y las regulaciones NOP.
3. El productor decide continuar el proceso y presenta la solicitud de certificación.
4. La certificadora revisa la solicitud y evalúa si es posible continuar el proceso. Si la respuesta es positiva la certificadora envía al productor la siguiente documentación:
  - El contrato
  - El cuestionario de acuerdo a la categoría del operador (productor agrícola, ganadero, procesador o agrupaciones)
  - La factura por los honorarios.
5. El operador llena el cuestionario y lo envía a la certificadora con el correspondiente pago.
6. La certificadora revisa el cuestionario y si está completo y correcto, agenda una inspección con el operador y el inspector. Si el cuestionario está incompleto o incorrecto solicita que éste sea corregido y completado.
7. La inspección se realiza para verificar el cumplimiento in situ de las regulaciones NOP. Si el inspector lo considera necesario puede tomar las muestras necesarias. La inspección debe entregar como producto un informe firmado por el inspector y el operador, el cual es enviado a la certificadora.
8. El Comité de certificación de la certificadora revisa el informe, los resultados de los análisis y cualquier otra información adicional que estuviese disponible y emite un dictamen.
9. Dependiendo del dictamen emitido por el comité, la certificadora emite un certificado o una notificación escrita con las no conformidades y los plazos estipulado para las acciones correctivas.
10. En el caso que se otorgue el certificado, la certificadora emite además un certificado transaccional por cada operación transaccional de Productos Orgánicos.

### **La inspección**

Una vez que se ha aprobado el presupuesto de certificación, se ha firmado el contrato y la certificadora ha realizado la revisión de la documentación entregada por el operador se asigna un inspector calificado para que realice la visita en terreno. Es importante que el inspector asignado tenga experiencia en el sistema de producción o unidad de procesamiento de que se trate. Por otra parte, también es muy importante que el responsable de la unidad productiva en cuestión esté plenamente disponible para acompañar al inspector durante todo el tiempo que dure la visita. El tiempo requerido para la inspección dependerá del tamaño y la complejidad del caso en cuestión.

Idealmente la inspección debe llevarse a cabo durante el período de producción, el inspector debe hacer un recorrido a través de todo el proceso, identificando los puntos de riesgos o (puntos críticos), tales como entrada de insumos, ingredientes, envasado, etiquetado y almacenaje. Parte importante del tiempo de inspección será destinado a la revisión de registros, incluyendo el manual de operaciones, bitácoras de control de plagas y enfermedades, bitácoras de procedimiento de limpieza, certificación de ingredientes y una rigurosa auditoría del proceso que permita realizar un rastreo de los productos a certificar.

Luego de realizada la inspección, el inspector entregará al operador una copia del informe que deberá ser firmado por ambas partes, lo que ratifica la conformidad del documento. En este informe deben quedar claramente estipuladas las observaciones hechas por el inspector en relación a mejora el cumplimiento de la norma.

Posteriormente el inspector tiene la responsabilidad de entregar una copia de este informe a la certificadora, donde podrá desarrollar algunos de los puntos del informe de modo de entregar más información para la toma de decisión.

### **Registros y documentación**

La importancia que tienen los registros y la documentación de la unidad a certificar ameritan que se considere un punto especial para discutir acerca de su relevancia y sus contenidos. Un sistema de registros bien organizado y actualizado es clave para lograr una certificación exitosa. El sistema de registros a utilizar depende de cada operador, sin embargo éste debe permitir al inspector verificar el cumplimiento de los estándares y estar conforme con las disposiciones del plan de manejo orgánico.

Contar con un buen sistema de registros y documentación apropiada constituye una buena base para llevar adelante un proceso de certificación exitoso, ya que se reducirán los tiempos de inspección y permitirá al operador asegurar la calidad de un producto. Los registros de producción, cultivo y manejo de productos orgánicamente producidos deben revelar todas las actividades y transacciones de la operación orgánica y deben demostrar que se cumplen con las normas.

Los registros deben ser guardados por un período de 5 años y estar plenamente disponibles para la agencia certificadora y el USDA.

Un sistema de registro considera como documentación central el Plan de Producción Orgánica o Plan de Sistema de Manejo. Este documento es el eje de todo el proceso de certificación ya que aquí se acuerda el plan de manejo entre el operador y la agencia certificadora. Este Plan de producción debe incluir la siguiente información:

1. Una descripción de prácticas y procedimientos a realizarse y mantenerse, incluyendo la frecuencia con que se llevarán a cabo.
2. Una lista de cada sustancia a usar como insumo para la producción o manejo, indicando su composición, fuente, localización donde se usará, y la documentación de disponibilidad comercial, tal como sea pertinente.
3. Una descripción de las prácticas de monitoreo y de los procedimientos que se realizarán y se mantendrán, incluyendo la frecuencia con la cual se desempeñarán, para verificar que el plan se ha implementado efectivamente.
4. Una descripción del sistema de registros y los procedimientos para mantenerlos.
5. Una descripción de las prácticas administrativas y barreras físicas establecidas para prevenir la mezcla de productos orgánicos y no-orgánico y prevenir el contacto de productos orgánicos con sustancias prohibidas.

En el caso de productos procesados, se recomienda considerar el control de calidad, los procedimientos de estandarización y HACCP. Aunque el NOP no requiere un plan formal de control de calidad o de HACCP, estos planes resultan de mucha utilidad para cumplir varios de los requisitos para la conformidad orgánica. Aspectos importantes de considerar son las bitácoras de higiene y control de plagas. También serán de mucha utilidad bitácoras adicionales que se establecerán en cualquier otro punto donde la integridad orgánica del producto podría estar comprometida.

### **Actualización anual**

La normativa de Estados Unidos contempla un proceso de actualización del certificado otorgado la temporada anterior. Para lo cual es necesario que el operador haga entrega a la certificadora de la información actualizada; luego de revisar esta documentación se procede a la realización de la inspección. En el transcurso del año, es responsabilidad del operador notificar a la certificadora sobre cualquier modificación del sistema de producción, tales como la expansión de las instalaciones, cambio en los insumos y/o ingredientes utilizados, nuevos productos, etc.

### **Auditoria y trazabilidad**

La trazabilidad de los productos no es una necesidad exclusiva de la producción orgánica, sin embargo en este tipo de producción es una necesidad explícita. La trazabilidad es la única forma de rastrear cualquier problema que se identifique en el producto final o en la cadena de producción, lo que incluye también el rastreo de los insumos e ingredientes que participaron en el proceso de producción. Para poder realizar una auditoria exitosamente es necesario contar con un sistema de identificación de lotes de mercaderías o productos, que permita identificar los ingredientes del producto desde su transformación hasta su fuente. Un número de lote puede ser cualquier código que permita que cada transformación del producto quede registrada y debe aparecer en el envase o etiqueta final. Al asignar y registrar meticulosamente el número de lote, es posible saber donde está ocurriendo cualquier inconveniente que pueda comprometer la calidad del producto.

### **Estándar de producción y procesamiento de productos orgánicos**

A continuación se presenta un análisis de los principales aspectos de la norma de referencia del NOP, bajo la cual son evaluadas las operaciones a certificar. Esta norma corresponde al Estándar 7 CFR Part 205 y es posible consultarla en español en:

[www.ams.usda.gov/nop/NOP/StandardsinSpanish.pdf](http://www.ams.usda.gov/nop/NOP/StandardsinSpanish.pdf)

El NOP establece estándares que regulan todos los aspectos de producción, procesamiento, manejo y etiquetado de estos productos. Es fundamental que los operadores orgánicos dispongan de la documentación que indique que su unidad productiva cumple los requisitos en relación como ingredientes, insumos, prácticas prohibidas y permitidas y trazabilidad.

A continuación se realizará un análisis de los puntos considerados relevantes de la norma mencionada anteriormente. Sin embargo es importante tener presente que este análisis no reemplaza la necesidad de conocer integralmente la norma descrita.

### **Aplicabilidad**

Debe certificarse todos aquellos cultivos, ganado, productos de origen agrícola y productos de origen animal, transformados y no transformados que pretendan ser vendidos o etiquetados como “100% orgánico”, “orgánico” o “elaborado con productos orgánicos”.

### **Validez del certificado**

La certificación es obtenida anualmente y luego sólo se actualiza año a año.

### **Regulación de la terminología**

El NOP solamente regula la terminología “orgánico” en inglés. No están considerados otros términos, tales como biológico, ecológico, etc., que en Europa son considerados equivalentes.

### **Categoría de los productos orgánicos**

Según el NOP se distinguen 4 categorías para los productos orgánicos que requieren ser certificados:

- 100 % orgánicos
- Orgánicos
- Hecho con productos orgánicos
- Productos que contienen menos de un 70% de ingredientes orgánicos

### **Período de conversión**

Todos los cultivos deben cumplir con la norma por 3 años antes de ser cosechados como productos orgánicos.

### **Unidad productiva y producción paralela**

Se permite la producción paralela en la medida que se establezcan barreras físicas que prevengan las mezclas y la contaminación. No se explicita la prohibición de almacenaje de sustancias prohibidas en la unidad orgánica.

### **Semillas y material reproductivo**

La norma hace una diferenciación dependiendo del material reproductivo de que se trate:

- **Semillas y plantines**

Las semillas y plantines deben ser producidos orgánicamente, se permite el uso de material no orgánico, pero no tratado con sustancias prohibidas cuando no haya disponibilidad comercial. Este permiso es excluyente cuando las semillas son para la producción de brotes comestibles. Se permite, en forma excepcional el uso de semillas tratadas con sustancias prohibidas cuando sea requisito fitosanitario del gobierno.

- **Material reproductivo de plantas perennes**

Se acepta el uso de material reproductivo de plantas perennes proveniente de la agricultura convencional siempre que haya sido manejado bajo las normas orgánicas durante al menos 1 año.

### **Fertilización de suelo**

La norma plantea la necesidad de mantener e incrementar la fertilidad de suelo a la vez que se debe reducir los riesgos de erosión y contaminación de suelos y aguas. En esta norma se permite el uso de estiércol proveniente de predios convencionales; sin embargo todos los materiales frescos deben ser compostados con un monitoreo bastante riguroso en cuanto al seguimiento de la temperatura, humedad, número de volteos y relación C/N. Existe una excepción para aquellos cultivos que no son para consumo humano, donde el estiércol puede ser incorporado al suelo 120 días antes de la cosecha.

El uso de lodos provenientes del procesamiento de aguas servidas y la quema están estrictamente prohibidas.

Se acepta el uso excepcional de nutrientes sintéticos mencionados en la lista nacional de productos autorizados y el uso de sustancias no sintéticas que no aparezcan en la lista nacional de sustancias prohibidas.

### **Insumos**

Los insumos permitidos y prohibidos en la producción y proceso de los productos orgánicos aparecen en la "Lista Nacional de Sustancias Sintéticas Permitidas y Sustancias Naturales Prohibidas". En la tabla 1 aparece una síntesis de información de algunos insumos importantes.

En términos generales se puede señalar que los insumos no sintéticos están básicamente permitidos y los insumos sintéticos están básicamente prohibidos, aunque en ambos casos hay excepciones. Respecto a los minerales de alta solubilidad, éstos están básicamente prohibidos.

Por lo tanto la lista nacional considera una lista positiva de sustancias sintéticas autorizadas y una lista negativa de sustancias naturales prohibidas.



Además existen otros ingredientes y procesos prohibidos que es importante de tener en cuenta. Estos son los siguientes:

- **Transgénicos (OGM):** Se prohíbe estrictamente la incorporación de cualquier producto de la ingeniería genética a la Lista Nacional. Esto se mantiene incluso para el 5 al 30 % de los ingredientes convencionales permitidos en productos “hechos con ingredientes orgánicos”.
- **Solventes sintéticos volátiles:** No se aceptan productos extraídos con solventes sintéticos volátiles como parte del 5% de la producción no orgánica de un producto “orgánico”. Sin embargo un producto con menos de un 95% del contenido orgánico puede incluir ingredientes convencionales extraídos con solventes sintéticos volátiles.
- **Irradiación:** Los productos etiquetados, ni ningún ingrediente convencional que estos contengan puede haber estado sujeto a irradiación. Esta restricción no se aplica a aquellos ingredientes convencionales de productos que contengan menos de un 70% de ingredientes orgánicos.
- **Lodos o fangos de aguas residuales:** Los productos etiquetados como orgánico y los ingredientes que estos productos contienen no pueden haberse cultivado usando lodos o fangos residuales. Esta restricción exceptúa a la porción de ingredientes convencionales de productos que contienen menos del 70% de ingredientes orgánicos.

Práctica	Categorías orgánicas						
	100% orgánico	Orgánico		Hecho con ingredientes orgánicos		Menos de un 70% de ingredientes orgánicos	
		Ingredientes orgánicos (95%)	Ingredientes no orgánicos (? 5%)	Ingredientes orgánicos (70-95%)	Ingredientes no orgánicos (70-95%)	Ingredientes orgánicos (?70%)	Ingredientes no orgánicos (? 30%)
Uso de métodos excluidos	No	No	No	No	No	No	SI
Uso de fangos de aguas residuales	No	No	No	No	No	No	SI
Uso de radiación	No	No	No	No	No	No	SI
Uso de sustancias que no están en el Lista Nacional	No	No	No	No	SI	No	SI
Se agregó sulfitos, nitratos o nitritos	No	No	No	No*	SI	No*	SI
Uso de ingredientes no orgánicos y etiquetarlos "cuando están disponibles"	No	No	No	No	NA	No	NA
Uso tanto los tipos orgánicos como los no orgánicos de un mismo ingrediente	No	No	No	No	NA	No	NA

\* sólo se permite al vino

NA: no aplica

## Etiquetado

Para las 4 categorías de productos orgánicos descritas existen requisitos precisos de etiquetado. Las normas del NOP entregan información acerca de la composición permitida y prohibida de un producto:

1. **100% orgánico:** Todos los productos etiquetados como “100% orgánicos” deben contener sólo ingredientes agrícolas orgánicos. A excepción de la sal, en esta categoría no se pueden incluir ingredientes que no sean agrícolas (Ej.: levaduras y sus derivados).

2. **Orgánico:** Todos los productos etiquetados como “orgánicos” deben contener al menos un 95% de ingredientes agrícolas orgánicos. El 5% restante puede incluir sólo aquellos ingredientes no agrícolas y coadyuvantes de procesamiento que aparecen en la lista nacional.
3. **Hechos con ingredientes orgánicos:** Los productos que son etiquetados como “hecho con ingredientes orgánicos” deben contener al menos un 70% de ingredientes agrícolas orgánicos. El 30% restante puede incluir solo aquellos ingredientes no agrícolas y coadyuvantes de procesamiento que aparecen en la lista nacional. En esta lista aparecen algunos ingredientes de uso exclusivo para productos con esta etiqueta. En el caso del vino etiquetado como “hecho con uvas orgánicas” no se le puede agregar sulfitos, nitratos, ni nitritos.
4. **Menos de un 70 % de ingredientes orgánicos:** Los productos empacados con multingredientes y con menos de 70% de los ingredientes producidos orgánicamente.

## **Anexo IX. Situación de la Regulación en Chile**

La regulación de los productos orgánicos en nuestro país es incompleta. Actualmente en Chile se cuenta con dos normas relacionadas; una para regular la producción y el procesamiento de los productos orgánicos y la otra para regular a las certificadoras de productos orgánicos.

- Norma Chilena Oficial NCh 2439/1999 “Producción, elaboración, etiquetado y comercialización de alimentos producidos orgánicamente”.
- Norma Chilena oficial NCh 2079/1999 “Criterios generales para la certificación de Sistemas de Producción, Procesamiento, Transporte y Almacenamiento de Productos Orgánicos”.

Adicionalmente se creó con fecha febrero 1998, un reglamento específico de acreditación de terceros adscritos al sistema nacional de certificación de sistemas de producción orgánicos, el que le permite al Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) contar con un registro controlado de certificadoras nacionales. Sin embargo, debido a la falta de un marco jurídico que dé respuesta a las necesidades reales de las certificadoras y sus operadores, este sistema no ha tenido impacto en el avance de desarrollo de un sistema regulatorio nacional.

Posteriormente, respondiendo a una necesidad del sector privado, considerando las ventajas comparativas de nuestro país para el desarrollo de este rubro y por su compromiso con una agricultura limpia y de calidad, el Ministerio de Agricultura (ODEPA y SAG) y el sector privado, representado por la AAOCH, elaboró un anteproyecto de ley que tiene como objetivo asegurar que la venta, etiquetado, elaboración y comercialización de productos orgánicos se realice de acuerdo a esta ley y su normativa complementaria. Este anteproyecto fue emitido el 2 de abril de 2003 y se encuentra actualmente en tramitación en el ministerio.

Los artículos del anteproyecto de ley abordan los siguientes puntos críticos:

1. Establece el Sistema Nacional de Certificación de Productos Orgánicos Agrícolas que permite contar con: (Artículo 1)
  - Una supervisión y respaldo de la autoridad competente
  - Define lo que se entenderá por productos orgánicos agrícolas
  - Incluye en el sistema tanto los productos primarios como los elaborados.
2. Establece un sistema Voluntario - Término Orgánico para aquellos que participen tanto en el mercado interno como externo. Sólo aquellas personas que cumplan con las Normas de esta Ley podrán usar en la rotulación, identificación o denominación de sus productos las expresiones: “orgánico, ecológico o biológico”. Podrán además utilizar el sello oficial que exprese esa calidad. (Artículo 2).
3. Normativa Complementaria que establece los procedimientos, requisitos y protocolos para la adscripción al Sistema y para la ejecución de las diferentes fases de operación del mismo a través de: (Artículo 3).
  - Reglamento
  - Normas Técnicas
4. Registro de Entidades Certificadoras establece que la certificación de que los productos orgánicos cumplen con las Normas deberán efectuarla entidades certificadoras que cumplan los siguientes requisitos: (Artículo 4)
  - Estar acreditadas bajo normas internacionales o bajo normas chilenas equivalentes.
  - Estar inscritas en el registro que para tal efecto llevará el Servicio Agrícola y Ganadero.

- El SAG podrá reconocer la certificación de productos importados por terceros países si ésta es efectuada de acuerdo a sistemas de certificación de productos orgánicos equivalentes al nuestro.
  - Todos los insumos utilizados en los procesos de producción y elaboración de productos orgánicos regidos por esta ley, deberán inscribirse en un registro que para tal efecto llevará y administrará el Servicio Agrícola y Ganadero.
5. Establece Sanciones y Multas, se estipulan una serie de sanciones para quienes no cumplan con lo establecido en esta Ley tales como: (Artículo 5)
- Multas
  - Suspensiones parciales
  - Suspensiones definitivas

Constituyen infracciones:

- Rotular, identificar o denominar un producto como orgánico infringiendo esta ley y su normativa complementaria.
  - Uso indebido de la expresión “producto orgánico” por cualquier medio de publicidad con fines comerciales.
  - Ejercer actividades de certificador de productos orgánicos sin estar habilitado oficialmente para ello.
  - Utilizar indebidamente el sello oficial de producto orgánico certificado.
6. Establece sanciones y multas a Entidades Certificadoras que:
- Emitan certificados respecto de productos que no hayan sido inspeccionados.
  - No cumplan con los procedimientos sobre controles e inspecciones de los productos bajo control.
  - Incurran en cualquier acción u omisión que induzca a error en cuanto a la condición de producto orgánico certificado.
  - Oculten o nieguen la información requerida por el Servicio en un proceso de auditoría o de control.

En caso de reincidencia, el SAG podrá cancelar la inscripción de un certificador acreditado.

7. Establece que el SAG será la autoridad competente encargada de:
- Fiscalizar el cumplimiento de esta Ley y su normativa complementaria.
  - Sancionar las infracciones.
  - Administrar y controlar el uso del sello oficial distintivo de productos orgánicos.
8. Establece atribuciones para el Servicio Agrícola y Ganadero, las que serán ejercidas por dicho organismo, sin perjuicio de aquellas que le corresponden a otros organismos públicos (Artículo 8).

La importancia de contar con un sistema oficial de certificación para los productos orgánicos otorga la posibilidad de avanzar en un proceso de reconocimiento de la certificación chilena en los Estados Unidos. Esto debería traer consigo el abaratamiento de los costos de certificación y un mejor control de parte de las autoridades chilenas de este proceso.

## **Anexo X. Título III: Protegiendo la inocuidad y la seguridad del abastecimiento de los alimentos y medicamentos**

Dada la importancia de las exportaciones de alimentos para Chile, se destina este Anexo a una revisión de las definiciones y a un análisis de cada sección del título III de la Public Health Security and Bioterrorism preparedness and response Act of 2002.

### Definiciones

La FDA propone utilizar como definición de alimentos el texto incluido en la sección 201(f) de la Ley de Bioterrorismo: (1) Artículos usados como alimentos o bebidas para el hombre o los animales; (2) goma de mascar; y (3) los productos utilizados como componentes de tales productos.

La FDA utiliza los siguientes ejemplos como definición de alimentos: Frutas y hortalizas; productos del mar; lácteos; huevos; materias primas agrícolas utilizadas en la producción de alimentos; productos para alimentación animal; aditivos e ingredientes para los alimentos; alimentos para bebés; suplementos; bebidas, agua mineral y bebidas alcohólicas; productos de panadería; productos elaborados y/o envasados, entre otros. Los envases exteriores no son considerados alimentos.

Sección 303: Detención administrativa de embarques de alimentos:

- Autoriza a la FDA a retener alimentos si ésta tiene pruebas o información confiables de que dichos alimentos representan una amenaza de consecuencias graves para la salud, o de muerte para las personas o animales en los Estados Unidos.
- Se exceptúa a los alimentos regulados por el USDA-FSIS: carnes y subproductos.
- Para apelar ante una orden de detención, la norma propuesta establece que se podrá ordenar la detención de una partida de alimentos cuando durante una inspección, examen o investigación, ésta haya sido declarada como una amenaza para la salud o de muerte para seres humanos o animales.
- El período de detención ordenado por la FDA no puede superar los 30 días.
- La norma propone entregar la orden de detención al dueño, operador o agente a cargo del depósito donde se encuentran almacenados los alimentos.
- En el caso de alimentos perecibles, se podrá apelar dentro de un plazo de 2 días calendario. A su vez, la FDA deberá confirmar o finalizar la orden de detención dentro de los 5 días calendario que sigan a la presentación de la apelación.

Sección 305: Inscripción de establecimientos que exportan alimentos a los EE.UU.

- Requiere la inscripción obligatoria ante la FDA de todos los establecimientos que producen, procesan, embalan o almacenan alimentos y los exportan para el consumo humano o animal a los Estados Unidos
- La no inscripción de una instalación que produce y distribuye alimentos en EE.UU., o que los exporta a dicho país, será considerada como un acto ilegal.
- La ley y las normativas propuestas estipulan que los alimentos que provienen de establecimientos extranjeros no registrados serán almacenados en el puerto de entrada y que sus dueños o agentes podrán estar sujetos a diversas penalidades.
- La norma propuesta requerirá que el dueño, agente u operador a cargo de los establecimientos envíe a la FDA un registro que deberá incluir, entre otros, el nombre y la dirección de la instalación, así como el nombre comercial bajo el cual opera el negocio.
- En el caso de los productores extranjeros, la regla requerirá el nombre del agente estadounidense.
- La norma exceptúa a los establecimientos que son supervisados exclusivamente por el USDA-FSIS: carnes y subproductos.

- La regla también exceptúa, bajo ciertas condiciones, a instalaciones extranjeras cuyos productos son posteriormente elaborados, envasados o empacados por otros establecimientos, antes de ser exportados a Estados Unidos.
- El proceso de inscripción puede hacerse mediante un formulario tradicional o por vía electrónica a través de Internet.
- La FDA sugiere realizar este proceso mediante el uso de Internet, dado la rapidez y la disponibilidad de acceso desde cualquier parte del mundo. Además, aseguraría una pronta respuesta de la FDA y la asignación del número de registro.

#### Sección 306: Mantenimiento de registros para la trazabilidad de los alimentos.

- Todos los establecimientos que elaboran, procesan, emban, almacenan, importan o distribuyen alimentos para el consumo en Los Estados Unidos deberán mantener registros que permitan identificar la fuente previa y los receptores posteriores de esos alimentos.
- Esta regla requiere que todas las instalaciones estadounidenses así como los establecimientos extranjeros que elaboran, procesan, emban, mantienen o exportan alimentos para consumo humano o animal en EE.UU. deberán establecer y mantener registros que permitan a la FDA realizar la trazabilidad de dichos productos ante posibles amenazas a la salud de seres humanos o animales en su territorio.
- La ley de bioterrorismo establece que la FDA tiene plazo hasta el 12 de diciembre de 2003 para publicar la norma que regulará los registros de trazabilidad.
- Los plazos para cumplir con dicha norma son:
  - Establecimientos de más de 500 empleados: 6 meses
  - Establecimientos de entre 499 y 10 empleados: 1 año
  - Establecimientos de menos de 10 empleados: 18 meses
- Bajo ciertas condiciones, esta regulación excluye a los establecimientos cuyos productos están sujetos a procesamiento posterior -incluyendo embalaje- efectuado por otras instalaciones fuera de EE.UU.
- La regla también exceptúa a los establecimientos regulados e inspeccionados exclusivamente por el USDA-FSIS.
- A través de los registros, las empresas deberán identificar la fuente previa inmediata de todos los alimentos recibidos.
- identificar al siguiente destinatario del embarque de alimentos.
- En el caso de los medios de transporte, se requiere identificar origen, destinatario, medios utilizados, tipos de productos y embalajes utilizados.
- La FDA regulará la información que deberá incluir el registro pero no su formato, pudiendo utilizarse medios electrónicos o impresos.
- Cuando la FDA estime que pudiese existir amenaza para la salud y vida humana o animal, los registros deberán estar disponibles con prontitud: entre 4 y 8 horas, dependiendo del momento en que se eleve la solicitud.

#### Sección 307: Notificación previa de embarques de alimentos.

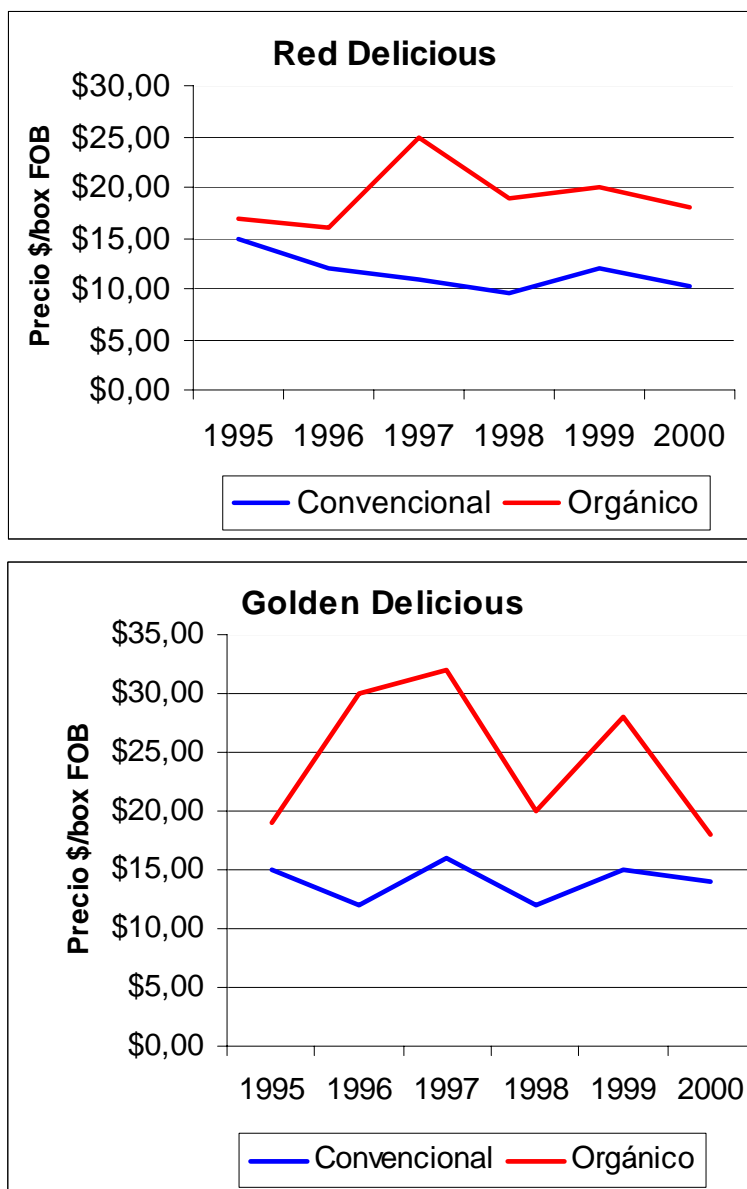
- Establece que a partir del 12 de diciembre de 2003, la FDA deberá recibir una notificación previa de todas las partidas de alimentos que ingresen al territorio de los Estados Unidos. La notificación del embarque debe ser recibida en un plazo de 5 días –y no menor que 2 (4-8) horas, dependiendo de la modalidad de transporte– antes de que los alimentos importados arriben a EE.UU.
- La importación de alimentos sin dicha notificación está prohibida. Los embarques que no cumplan con la norma serán retenidos en el puerto de entrada.
- La notificación previa deberá realizarse a través de un portal electrónico que operará 24 horas diarias, todos los días del año. Este trámite está coordinado con el servicio de aduanas de Estados Unidos, por lo que usa un formulario único.
- La regla no será aplicada a los alimentos que son internados en equipaje para el uso personal de viajeros.

- Se exceptúa de esta norma a todos los alimentos cuya regulación e inspección es de responsabilidad exclusiva del USDA-FSIS: carnes y subproductos.
- La notificación previa, propuesta por la FDA deberá contener al menos la siguiente información:
  - Identificación de la persona que envía la notificación
  - Modo de ingreso y número de entrada (US Customs System)
  - Lugar de almacenamiento
  - Identificación de los artículos ingresados
  - Identificación del fabricante
  - Identificación del abastecedor de las materias primas
  - País de origen y país en que el embarque tuvo lugar
  - Identificación de los agentes exportadores
  - Información anticipada de arribo
  - Identificación del proceso de importación
  - Identificación del importador, dueño y consignatario
  - Identificación del medio de transporte

## Anexo XI. Evolución de precios orgánicos y convencionales de distintas variedades de manzanas frescas

Dado el potencial de las exportaciones de manzanas orgánicas al mercado estadounidense se ha considerado interesante incluir un análisis de la evolución de los precios orgánicos y convencionales comparados entre los años 1995 y 2000, para las diferentes variedades de manzanas de ese mercado<sup>42</sup>.

**GRAFICO N°1: EVOLUCIÓN DE PRECIOS PARA LAS VARIEDADES RED DELICIOUS Y GOLDEN DELICIOUS**



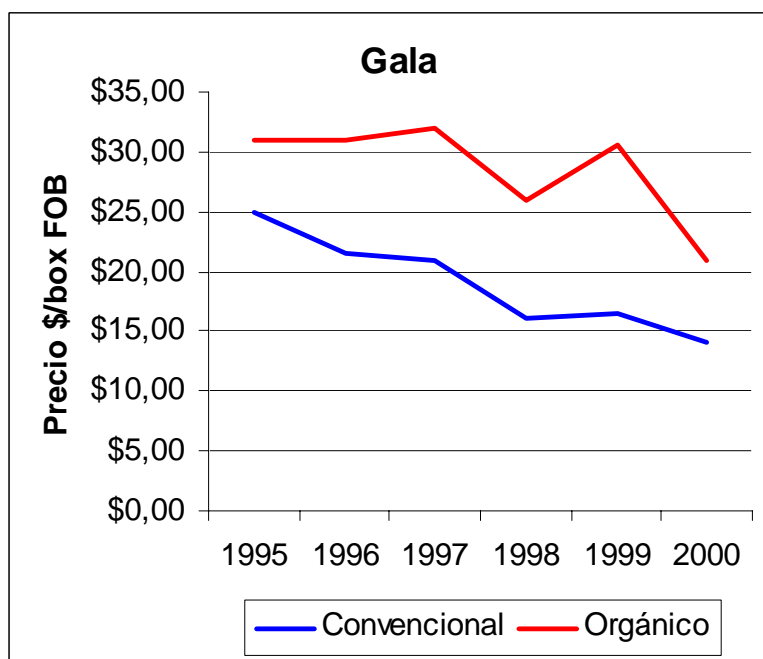
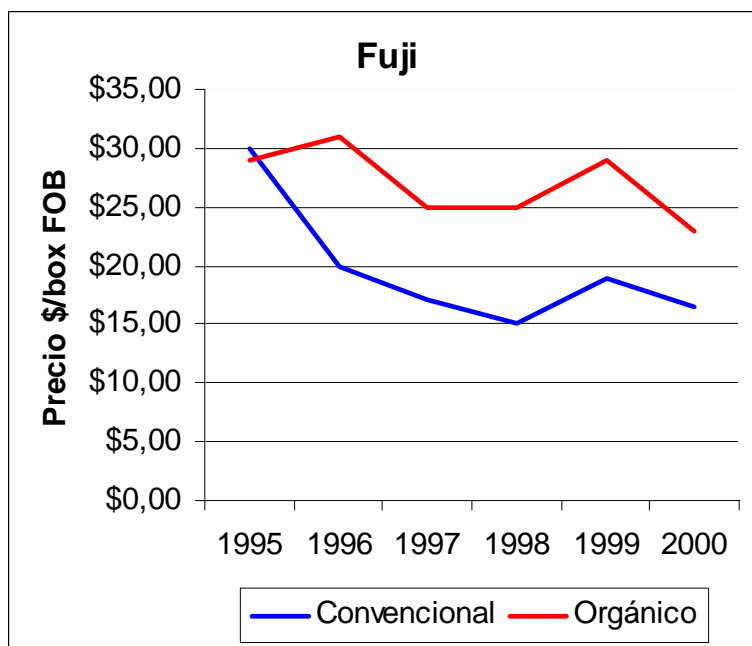
Fuente: Recent Trends In Organic Fruit Production, David Granatstein, WSU Center For Sustaining Agriculture And Natural Resources, Wenatchee, Wa

Se aprecia que ambas variedades (RD y GD) presentan diferenciales de entre US\$ +3 y +12, manteniendo la primera una mayor estabilidad de precios respecto a la segunda, a excepción del año 1997 cuando presenta un alza de US\$ +5 a +6 respecto al promedio del período, además de tener una tendencia a la baja bastante más reducida que la GD en el último período, en que la GD tienen un diferencial de precios de sólo US\$ +4.

<sup>42</sup> Granatstein, D. 2000. Recent Trends In Organic Fruit Production, , WSU Center For Sustaining Agriculture And Natural Resources, Wenatchee, Wa Análisis realizado para los productores de manzanas orgánicas del Estado de Washington.



**GRAFICO N°2: EVOLUCIÓN DE PRECIOS PARA LAS VARIEDADES FUJI Y GALA**

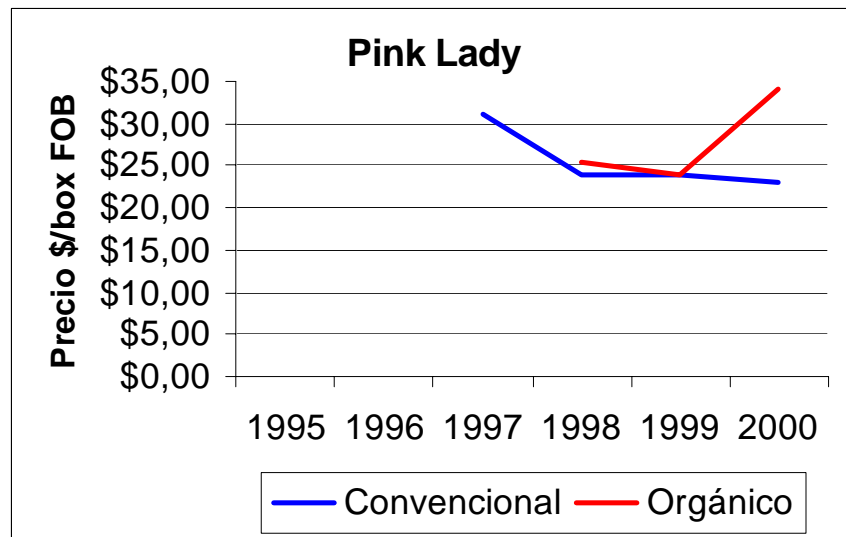
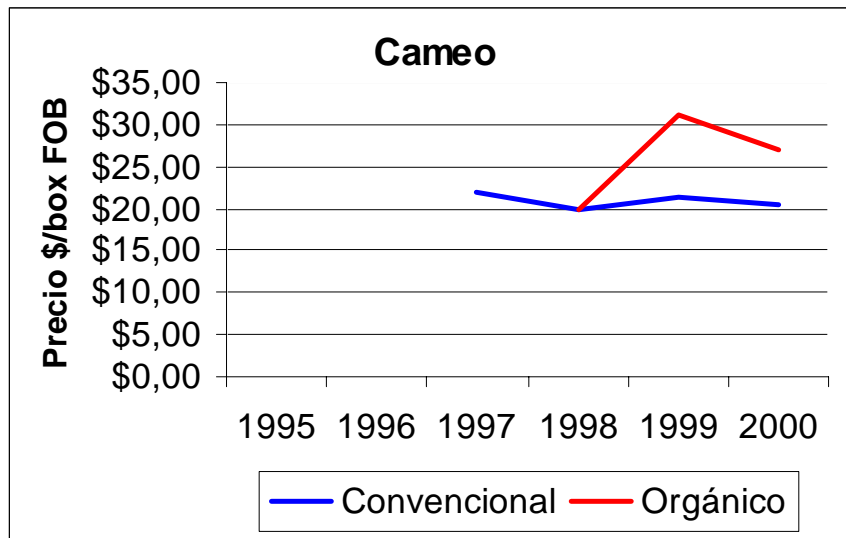


Fuente: Recent Trends In Organic Fruit Production, David Granatstein, Wsu Center For Sustaining Agriculture And Natural Resources, Wenatchee, Wa

En los casos de las variedades Fuji y Gala, la tendencia de los precios orgánicos y convencionales es a la baja, manteniendo la superioridad los orgánicos en ambas, a excepción del año 1995 en que el precio de la Fuji convencional era mayor que el orgánico. Los diferenciales de precio varían entre US \$ +10 a +12 para Gala y de – US \$ 1 a +7 para Fuji.<sup>43</sup>

<sup>43</sup> En ambos casos, este análisis no incorpora lo observado en el año 1995.

**GRAFICO N°3: EVOLUCIÓN DE PRECIOS PARA LAS VARIEDADES CAMEO Y PINK LADY**



Fuente: Recent Trends In Organic Fruit Production, David Granatstein, WSU Center For Sustaining Agriculture And Natural Resources, Wenatchee, Wa.

Se observa que las variedades Cameo y Pink Lady son las variedades menos atractivas desde el punto de vista del diferencial de precios, llegando incluso la segunda de ellas a obtener un precio orgánico menor que el convencional en el año 1999. Esto puede deberse a que la variedad en su formato convencional tiene un alto precio en el mercado que es muy difícil de superar por el orgánico.

## **Anexo XII. Caracterización de los principales países competidores de Chile en el mercado estadounidense de productos orgánicos de contratemperada**

### **1. ARGENTINA**

Uno de los países que a nivel mundial ha presentado mayor crecimiento de la producción orgánica ha sido Argentina, que incrementó su superficie certificada como tal en un 250% a fines de los `90, fundamentalmente para la producción ganadera orgánica.

El área total dedicada a la producción orgánica en 1998 fue de 291.605 ha, la cual se incrementó hasta 1.010.962 ha en el año 1999, de estas 987.254 ha fueron utilizadas para obtener productos orgánicos de origen animal, las 23.708 ha restantes fueron dedicadas a cultivos y de éstas un 4,6% (1.105 ha) corresponden a frutas orgánicas.

La producción orgánica ha crecido a razón de un 25% anual en los últimos años alcanzando actualmente un valor de US\$ 20 millones. Los cultivos orgánicos no son subsidiados en Argentina.

La riqueza de recursos naturales de Argentina facilita el cultivo de una gran variedad de bienes orgánicos, como granos, semillas oleaginosas, vegetales, frutas, etc. A ello se une que tradicionalmente se ha utilizado un mínimo de agroquímicos en las actividades agrícolas en este país. No obstante, un problema que enfrentan los productores ha sido la liberación de organismos genéticamente modificados. Argentina muestra una de las más altas tasas de crecimiento de cultivos con OGM en el mundo. Este hecho y el que diversos cultivos con OGM se encuentren libres de regulaciones para su cultivo a campo ha llevado a fuertes discusiones en Argentina. Así, recientemente el Movimiento Argentino para la Producción Orgánica (MAPO) presentó una demanda ante la justicia contra la Secretaría de Agricultura solicitando que frene el otorgamiento de autorizaciones para explotar maíz transgénico y suspenda los permisos conferidos hasta la fecha<sup>44</sup>.

Argentina es uno de los más grandes productores de manzanas orgánicas certificadas a nivel mundial, la superficie destinada a este cultivo se ha incrementado de 188 ha en 1998 a 380 ha en 1999. Asimismo se ha incrementado la superficie de peras orgánicas de 156 ha en 1998 a 234 ha en 1999. La producción combinada de ambos cultivos representó 6.000 y 8.000 toneladas métricas en 1998 y 1999 respectivamente, las proyecciones indican que este agresivo crecimiento continuará en los próximos años.

De la producción orgánica Argentina, alrededor de un 85% se destina a la exportación, principalmente a Europa y sólo pequeñas cantidades son enviadas a Japón y los EE.UU. No obstante el mercado más importante para la fruta orgánica es Europa y los EE.UU., en 1999 se exportaron 1.850 toneladas métricas a los EE.UU. (22% manzanas orgánicas y 78% peras orgánicas) y 6.100 toneladas métricas a la Unión Europea (48% manzanas orgánicas, 40% peras orgánicas, 12% otras frutas y menos de 1% de cerezas).

#### **Exportaciones a EE.UU.**

Las Exportaciones a Estados Unidos estuvieron integradas fundamentalmente por frutas orgánicas certificadas, con un volumen de 1.849 ton. (68%) y los productos orgánicos industrializados certificados con un volumen de 652 ton. (24%) luego con mucha menor relevancia las hortalizas con 209 ton. (8%).

Se exportaron peras orgánicas certificadas a los Estados Unidos en un volumen de 1.447 ton. equivalente al 78 % de las frutas exportadas a ese destino, y el resto fueron manzanas orgánicas certificadas.

---

<sup>44</sup> Ver al respecto: <http://www.finanzas.com/id.3071791/noticias/noticia.htm>

En los productos industrializados el 63 % del volumen exportado correspondió al aceite de oliva, luego se ubicaron los jugos concentrados de uva (9%) y de manzana (9%).

Las exportaciones de hortalizas certificadas a Estados Unidos se integraron por espárrago (36%) cebolla (26%) y ajo (22%).

## **2. NUEVA ZELANDIA**

Nueva Zelandia cuenta con aproximadamente 1.320 ha certificadas para la producción de manzana orgánica, lo que representa un 10% de la superficie dedicada a este cultivo.

El interés de los productores por los cultivos orgánicos surge de la baja de los precios de los productos convencionales y la sobreoferta internacional de los mismos. En la temporada 1998/1999, la producción orgánica de manzanas alcanzó a 220.000 cajas, entre las que se incluyen la producción de transición. A partir de la temporada 1999/2000 un amplio grupo de productores empezó a adoptar los métodos de la producción orgánica, animados por el diferencial favorable de precios, no obstante las advertencias de los líderes de la industria que señalan que demasiado volumen de oferta reducirá los precios.

Las cifras de exportación para la temporada 1999/00 de productos certificados alcanzaron un monto de US\$26 millones. De este valor, las exportaciones de fruta fresca representan el 80%. Se estima que el mercado orgánico doméstico de Nueva Zelandia representa US\$14 millones, sin embargo estimaciones más recientes indican que la producción orgánica total en Nueva Zelandia se moverá por sobre US\$43 millones.

Se estima que aproximadamente un 70% de las manzanas orgánicas producidas en Nueva Zelandia se exporta. Estas alcanzan un precio medio para la temporada 1999/2000 de aproximadamente US\$16 por 18 kg, los destinos principales para las manzanas orgánicas exportadas desde Nueva Zelandia son Asia, América del Norte, Europa y el Reino Unido.

La producción de la pera orgánica en Nueva Zelandia es bastante pequeña dado que sólo 500 ha de un total de 3.400 ha dedicadas a esta fruta cuentan con certificación orgánica. De la producción de peras orgánicas se exportaron aproximadamente 36 tm y se vendieron 24 tm en el mercado doméstico. A diferencia de las peras convencionales, toda la fruta orgánica que posee la calidad adecuada es destinada al mercado de exportación. Debido a los buenos dividendos que obtienen los productores convencionales no ha existido el mismo interés por incorporar el esquema de producción orgánica a las peras, como si ha ocurrido con el mercado de la manzana. El precio medio que reciben los productores de Nueva Zelandia por sus peras orgánicas es de US\$26 por 18 kg. Nueva Zelandia exporta peras orgánicas principalmente a Europa y América del Norte.

En Nueva Zelandia el sector orgánico no recibe apoyo del gobierno, aunque el Instituto de Investigación de la Corona, HortResearch, ha dirigido experimentos, investigación y ensayos de campo con fruta orgánica desde finales de la década de 1980. En 1996, el sector orgánico de Nueva Zelandia formó el "Organic Products Exporters Group" con el objeto de desarrollar las oportunidades de mercado internacional y mejorar la infraestructura industrial.

## **3. SUDAFRICA**

Existe producción de manzanas y peras orgánicas pero la mayoría corresponde a ensayos de grandes productores o son superficies que no han completado aún el período de transición de 3 años. Por otro lado se desconoce la situación de la producción de la cereza orgánica.

De la superficie total utilizada en la producción de manzanas, que bordea las 22.000 ha, sólo 20 ha aproximadamente se cultivan en forma orgánica, por su parte, de las 13.000 ha utilizadas en producción de peras, aproximadamente 10 ha son orgánicas.

Los rendimientos para la producción orgánica son más bajos que los correspondientes a la producción convencional, pero el valor de la producción orgánica es desconocido. El mercado principal para la fruta orgánica producido en Sudáfrica son los EE.UU.

Existe interés de los productores en la producción orgánica pero no hay ayuda estatal disponible, por lo que el desarrollo del sector se limita a los esfuerzos del sector privado, ya sean individuales o asociativos. No obstante, aunque representa menos de un 1% por ciento de la producción, el interés en el sector está creciendo, pero no necesariamente en la producción de manzana y pera, existen entre 200 a 230 productores y procesadores orgánicos certificados actualmente, pero sólo un porcentaje pequeño de ello está en el negocio de la fruta fresca.

**Anexo XIII. Participación de las exportaciones orgánicas de frutas frescas en el total importado por EE.UU. durante la temporada 1999-2000.**

Fruta fresca	Exportación Chile a EE.UU. (Miles de US\$) (a)	Importación total desde EE.UU. (Miles de US\$) (b)	Participación de Chile %
Manzana fresca	73	1846	3,95
Ciruela fresca	4	471	0,01
Frambuesa fresca	565	1678	33,67

Fuente: (a) Hernández 2000; (b) Estimación de FAO 2001

El anexo XIII muestra la participación de las exportaciones de los principales tipos de frutas frescas exportadas a EE.UU. desde Chile respecto al monto importado por dicho país de destino, lo que ayuda a determinar el nivel de participación en ese mercado para nuestro país. Según se desprende de la Tabla, la participación chilena en las frutas orgánicas es insignificante, siendo en casi todos los productos menores a un 1% y alcanzando un 3,6% de participación en el caso de las frambuesas frescas. También se puede observar de la misma Tabla el nivel de participación de uvas de mesa orgánicas (80,9%) respecto a las frutas analizadas.

**ANEXO XIV: Organizaciones de certificación y empresas de servicios.**

Charlotte Opal	Trans Fair USA	Comercio justo	 <p><b>TransFair USA</b></p> <p><b>Charlotte Opal</b> New Products Manager</p> <p>1611 Telegraph Avenue, Suite 900 Oakland, CA 94612 Tel 510. 663.5260 ■ Fax 510. 663.5264 ■  charlotte@transfairusa.org ■ www.transfairusa.org</p>
Edward Field	COMEX	Soluciones en comercio exterior ecológico.	<p><b>COMEX Consulting</b> </p> <p><b>Edward Field</b> Socio Consultor</p> <p><i>Soluciones en Comercio Exterior</i> Especialistas en el sector natural y ecológico</p> <p>C/ Carmen 10, 1º Izq. 30201 Cartagena (Murcia) ESPAÑA Tel: (34) 968.32.15.11 • Móv: (34) 627.46.96.56 Fax: (34) 968.32.15.50 • Email: comex@comexconsulting.com www.comexconsulting.com</p>
José Miguel Cuevas	INTRIX	Asesoría en desarrollo de productos en EEUU.	 <p><b>INTRIX</b> Business Development for the Americas</p> <p>José Miguel Cuevas, Principal</p> <p>Intrix Corporation LLC 3 West End Ave, Old Greenwich, CT 06870 USA</p> <p>Office: 203 698-4400 Fax: 203 698-4300 jmcuevas@intrixcorporation.com www.intrixcorporation.com</p>

