



CICLO DE CHARLAS VIRTUALES

La mirada de los Consejeros Agroindustriales

Oportunidades comerciales para las cadenas de valor: PRODUCTOS ORGÁNICOS



**Ministerio
de Economía**
República Argentina

**Secretaría de Agricultura,
Ganadería y Pesca**

22 de octubre 2025

PRODUCTOS ORGÁNICOS

1 Apertura

2

Oportunidades comerciales para las cadenas de valor.

Presentación de informes de inteligencia comercial.

- Estados Unidos
- UE
- China

3 Preguntas y comentarios



Hernán VIOLA



Cecilia MARINCIONI



Gastón M. FUNES



CHINA

-
- Principales características del mercado
 - Tendencias de consumo y demanda interna
 - Datos de comercio, principales competidores y aranceles
 - Producción orgánica en China
 - Requisitos de acceso, ferias y actores locales clave
 - Conclusión: oportunidades y barreras



1. Definición de “Producto Orgánico”

- El consumidor chino no distingue entre términos como “orgánico”, “natural/green” o “bio”.
- El consumidor suele ser pragmático. Se usa el término “natural o green” para identificar todo lo que se cultiva “naturalmente”, percibiéndolo como saludable o simil orgánico, sin verificar etiquetas especiales ni regulaciones.
- En términos legales, China tiene un sistema de certificación escalonado:

Etiqueta	Concepto Clave
1. Orgánico (有机)	Máximo nivel. Prohibición total de pesticidas y fertilizantes sintéticos, OGM, radiación. Enfoque en el ecosistema.
2. Verde (绿色)	Nivel intermedio. Permite el uso limitado y controlado de algunos insumos sintéticos. Enfoque en la calidad del producto y bajo residuo.
3. Sin Peligro (无公害)	Nivel básico. El objetivo principal es que el producto sea seguro para el consumo, con residuos por debajo de los límites legales.

- SUPERFICIE CERTIFICADA ORGÁNICA (2023): 40.000 km2 (4º lugar en el mundo). Los cultivos orgánicos suelen usar estiércol o compost y se tratan únicamente con pesticidas e insecticidas naturales.

2. Productos orgánicos populares en China

- Fórmula infantil y otros productos alimenticios para bebés: debido a diversos escándalos alimentarios en el pasado, muchos consumidores confían más en este producto orgánico importado. JD informó que sus ventas crecieron un 6,6 % en 2019 y un 11,2 % en 2020.
- Productos lácteos: la leche esterilizada ha tenido el mayor número de unidades certificadas (U.C.), con 3,75 mil millones U.C., seguida por la leche pasteurizada (130 millones U.C.). Suele usarse como materia prima para fórmula infantil
- Baijiu: 70 millones de unidades certificadas en 2023.
- Frutas, verduras, carnes, aves y mariscos orgánicos han experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. Las frutas y verduras orgánicas son populares.



Perfil del consumidor

- Principalmente en ciudades de 1º nivel (Beijing, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen)
- Familias jóvenes, urbanas, de clase media-alta y alta, con alto nivel educativo. Las mujeres con niños son el principal grupo de compra.
- Muchos clientes comienzan comprando verduras orgánicas y gradualmente expanden su oferta a diversos alimentos y productos orgánicos.

Compra y distribución de productos orgánicos en China

- Su distribución se divide entre supermercados, pequeños comercios independientes, venta minorista por Internet y venta directa. Supermercados y ventas online son las que más han crecido en los últimos años.
- Hay varios actores clave en este mercado: China Mengniu Dairy Company Limited, Abbott China, Ausnutria Dairy (China) Company Ltd, TINGYI (Cayman Islands) Holding Corp. y WH Group Limited, entre otros.



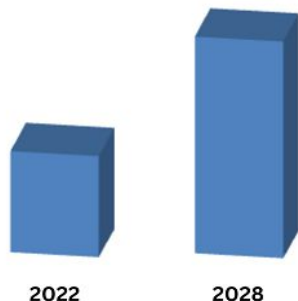
DATOS DE COMERCIO y PRINCIPALES COMPETIDORES I



- Mercado con alta tasa de crecimiento
- Ventas alcanzaron los U\$S 14,6 mil millones en 2022
- En 2023 China fue el tercer mercado más grande a nivel mundial.
- **En 2023, se emitieron 28.418 certificados (productos) para 17.575 empresa locales y 500 certificados para 255 empresas extranjeras.**
- En 2023, se emitieron un total de 4.990 millones de etiquetas/certificaciones para productos orgánicos.
- Entre 2018 y 2021, el número de personas que compraron alimentos orgánicos en Hema Fresh se cuadruplicó, con una tasa de penetración de casi el 30%.

China Organic Food Market

Market Synopsis



Market 2022: US\$ 14.57 Billion

Market 2028: US\$ 30.88 Billion

CAGR 13.34%



萬洲國際
WH GROUP



蒙牛®



Source: Renub Research

Entre 2008 y 2023, las ventas de productos orgánicos crecieron a una tasa anual promedio del 9,3%.

En 2023, el valor de ventas de productos orgánicos en China alcanzó los RMB 101.600 millones, de los cuales:

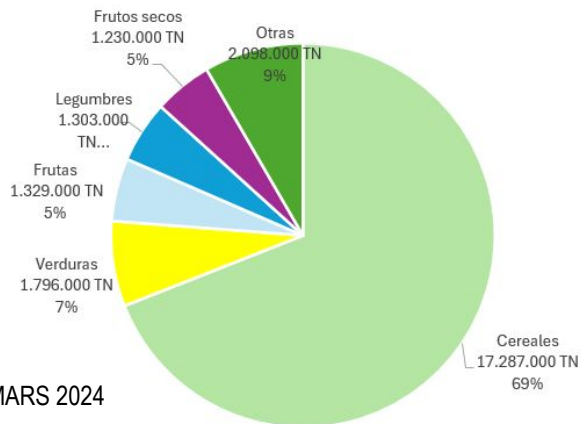
- Ventas domésticas: 96,900 millones de RMB (≈ 13.330 millones USD)
- Ventas internacionales (exportaciones): 4,700 millones de RMB (≈ 646 millones USD)



10 principales productos individuales de procesamiento orgánico en China, 2023



Producción de cultivos orgánicos de China 2023



Panorama de la Producción y Mercado de Productos Orgánicos de China (para finales de 2023)

Cultivo Orgánico (según el estándar nacional):

Área de cultivo: 3.426 millones de hectáreas

Producción: 25.043 millones de toneladas

Recolección Silvestre Orgánica:

Área de recolección: 2.885 millones de hectáreas

Producción: 1.912 millones de toneladas

Productos Pecuarios y Animales Orgánicos:

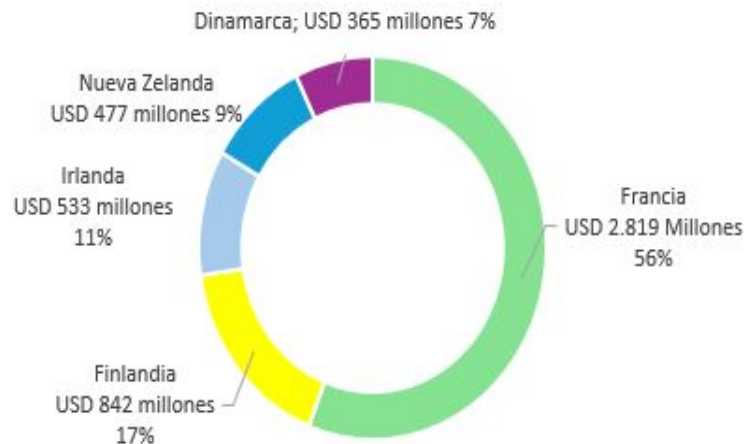
Producción: 2.956 millones de toneladas

Productos Acuáticos Orgánicos:

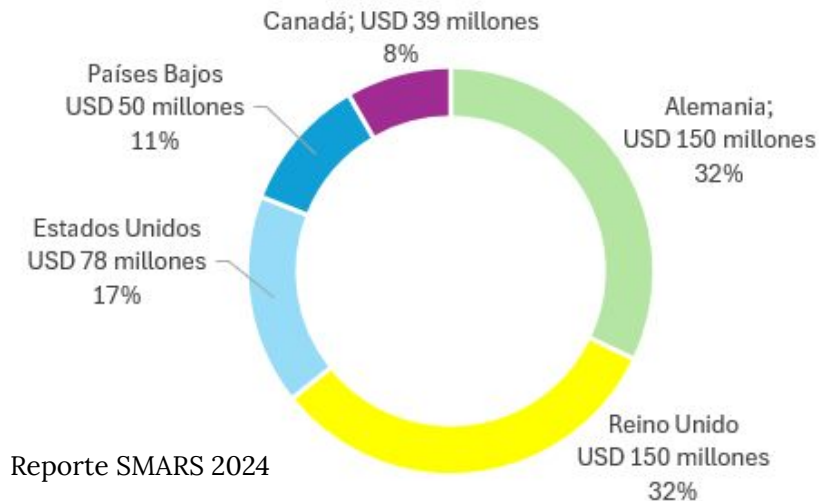
Producción: 823.500 toneladas



5 principales países de origen de las IMPORTACIONES de productos orgánicos de China en 2023



5 principales países de destino de las EXPORTACIONES de productos orgánicos de China en 2023



Reporte SMARS 2024



Estándares Nacionales Normas GB

- **GB/T 19630-2019 “Productos orgánicos: requisitos para la producción, procesamiento, etiquetado y sistema de gestión”**

Norma Recomendatoria:

- Prohíbe: OGM, pesticidas y fertilizantes sintéticos.
 - Exige: Trazabilidad total, bienestar animal y procesamiento separado.
 - Registro: toda empresa de la cadena, productor, almacenamiento, distribuidor, y comercializador.
 - Certifica: Solo productos con >95% de ingredientes orgánicos pueden llevar el sello.
-
- **RB/T 164-2018 “Directrices de evaluación del catálogo de certificación de productos orgánicos”**
Norma Recomendatoria, administrativa y técnica: Lista positiva (catálogo) que define y limita los tipos de productos (plantas, animales, procesados) que pueden ser certificados.

Situación actual de la certificación orgánica en China

- **Certificación falsa**: un reconocido problema en China.
- **Práctica del “LAVADO VERDE”**: empresas que proporcionan información falsa o engañosa sobre la ecología de sus productos, bajo la denominación “orgánico”, pero sin certificar, para ganar cuota de mercado.
- **Marketing engañoso**: también es muy frecuente el uso de palabras como «verde», «eco» y «sostenible» para describir productos que no son respetuosos con el medio ambiente.
- **Reconocimiento mutuo**: Sep. 2024 MOU con DINAMARCA. Oct. 2024 acuerdos con AUSTRALIA y NUEVA ZELANDA. Objetivo de los documentos: cooperación para avanzar hacia el reconocimiento mutuo.



Certificación de productos orgánicos producidos en el exterior

- **CERTIFICACIÓN PARA EMPRESAS EXTRANJERAS:** la ley lo permite, pero en la práctica, las empresas extranjeras encuentran grandes dificultades y el proceso generalmente fracasa.
- A finales de 2022, solo 220 marcas extranjeras estaban certificadas como orgánicas en China, en comparación con los más de 14.000 empresas locales. En 2023, se emitieron 28.418 certificados para 17.575 empresa locales y 500 certificados para 255 empresas extranjeras
- **NORMA NACIONAL:** 2 normas implementadas a partir de 2020. NO son obligatorias y no fueron notificados a la OMC. Pero son requisito para lograr la certificación orgánica para una empresa extranjera.
- **PROCESO DE CERTIFICACIÓN:** Se solicita través de AGENCIAS CERTIFICADORAS LOCALES autorizadas por la Administración Nacional de Certificación y Acreditación de China (CNCA). En 2022 había 104 agencias autorizadas.
- **DETALLES DE LA NUEVA NORMA DE 2019:** simplificó algunos procesos:
 - Productores orgánicos extranjeros que ya cuenten con la certificación por más de 4 años (inclusive): exención del período de conversión orgánica de 12 meses.
- Producto orgánico producido en el exterior: análisis de la muestra puede ser hecho por una agencia de pruebas local.
- Inspecciones de campo a un número limitado de granjas (y no a todas las granjas involucradas en la producción).
- Inspección a una sola cosecha al año.
- El catálogo de certificación orgánica de 2019 incluyó nuevos productos a los catálogos anteriores (2012 y 2018), por ejemplo, bayas de goji, PERO NO FIGURA LA MIEL.
-

REQUISITOS DE ACCESO Y FERIAS



- **BIOFACH Asia International Organic Products Expo – Shanghai (Mayo)**
<https://www.biofachchina.com/en/>
- **China International Green Food & Ingredients Exhibition – Shanghai (Noviembre)**
<http://en.gnfexpo.com/bjdhxw/>
- **China International Natural Health & Nutrition Expo (NHNE) – Nanjing (Noviembre)**
<https://www.nhnexpo.com/usecase/en/organic-food-exhibition-in-china>
- **World Ecological Agric. Products and Food Industry Expo (WAF Expo 2025) – Guangzhou (Junio)**
<https://www.ifechina.com/en/>
- **Organic Food and Green Food Expo – Beijing (Noviembre)**
<http://en.organicexpo.cn/>
- **Organic Festa – Shanghai (Septiembre)**
<https://organic-festa.com/en>
- **SIAL (International Food Exhibitions) – Shanghai (18-20 Mayo 2026)**
<https://www.sialchina.com/>
- **CIIE (China International Import Expo) – Shanghai (5-10 Noviembre)**
<https://www.ciie.org/zbh/en/>

CONCLUSIÓN: OPORTUNIDADES Y BARRERAS



- La demanda china de alimentos orgánicos ha crecido rápidamente en la última década y se prevé que tanto la producción como la demanda sigan creciendo.
- **El consumidor local tiene falta de conocimiento sobre la normativa, considerando cualquier producto elaborado de forma “natural” como equivalente a “orgánico”. Alta sensibilidad al precio.**
- No existen regulaciones claras que sirva de guía al consumidor sobre qué es o no orgánico en China, por lo tanto, es fundamental que las marcas de productos naturales informen a sus clientes potenciales sobre los beneficios de sus productos.
- Las empresas extranjeras no pueden asumir que los consumidores están familiarizados con los términos que ya se utilizan en Occidente.
- El consumidor chino es tradicionalmente sensible al precio y en su gran mayoría, el precio sigue siendo el factor fundamental de decisión a la hora de la compra de un producto.
- Certificación: es un proceso complicado, oneroso y difícil de obtener, especialmente para las empresas extranjeras.
- Lácteos orgánicos son los productos más demandados.



UNIÓN EUROPEA

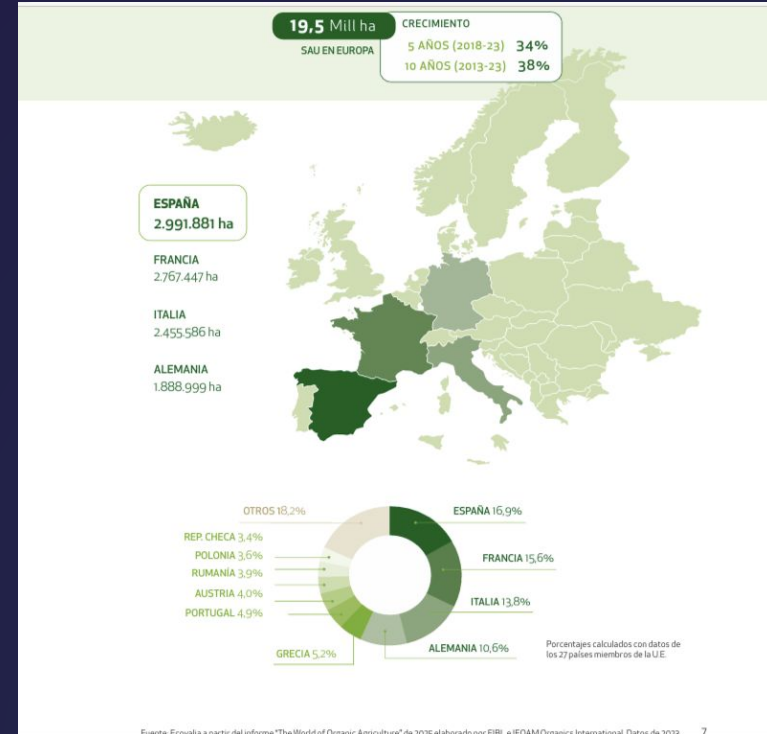
- Principales características del mercado
- Tendencias de consumo y demanda interna
- Datos de comercio, principales competidores y aranceles
- Datos de exportación de producción orgánica de Argentina a la UE
- Requisitos de acceso, ferias y actores locales clave
- Conclusión: oportunidades y barreras

Informes de Mercado de PRODUCCIÓN ORGÁNICA, disponibles [aquí](#)

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO



- Superficie global dedicada a la producción orgánica: 99 millones de hectáreas a nivel mundial.
- Superficie total dedicada a la producción orgánica en la UE: 19,5 millones de has (10,5% de la superficie agrícola).
- Meta UE 2030: alcanzar casi el 25% de las tierras agrícolas orgánicas.
- EMs UE con mayor superficie de producción orgánica:
 - 1º España lidera con casi 3 millones de has
 - 2º Francia 2,7 millones de has
 - 3º Italia: 2,5 millones de has
 - 4º Alemana, 1,9 millones de has
- Productores orgánicos de la UE: 420 mil
- Operadores y empresas transformadores de productos orgánicos de la UE : 86 mil





- Consumo de productos orgánicos en la UE: 55.000 millones de euros
- Consumo anual per cápita en UE: 122 euros.
 - 1º Alemania: 16.000 millones €
 - 2º Francia: 12.000 Millones €.
 - Suiza, Italia, Reino Unido y España por debajo de 4.500 millones de euros.
- Países nórdicos gastan más en su canasta de la compra orgánica. Suiza, con 468 € por habitante al año, encabeza la lista por delante de Alemania con 191 € y Francia con 176 €.
- El consumidor UE le atribuye más importancia a productos frescos, carne, pollo, huevos, leche y comida infantil orgánicos que al resto de categorías de alimentos (transformados y envasados).
- El 36% de la población UE consume más de una vez por semana productos orgánicos.
- Comercialización al por menor de productos orgánicos se han más que duplicado entre 2012 y 2022, alcanzando 45.100 millones de euros.

TENDENCIAS DE CONSUMO Y DEMANDA INTERNA



- **Logotipo orgánico UE:** productos con al menos un 95 % de ingredientes ecológicos. Junto al logotipo debe figurar el código del organismo de control, así como el lugar de origen, de las materias primas, en la UE o fuera de la UE.
- **Reconocimiento del logotipo UE:** 61% en 2022 (27% en 2017).



Perfil del consumidor europeo: tiene muy en cuenta su salud personal, la de sus familias e incluso la de sus mascotas. El 80% de los consumidores europeos creen que los productos orgánicos son más respetuosos con el medio ambiente y responden a estándares más exigentes en términos de bienestar animal.

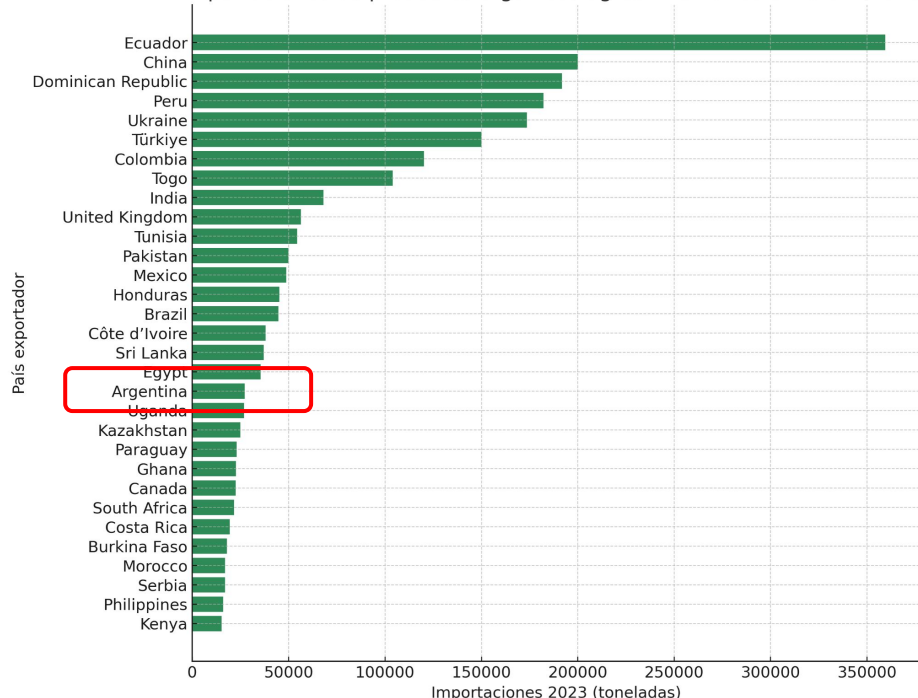
- Tipo de información y canal por el que se la transmite es valorado a la hora de tomar decisiones.
- Punto de venta (físico o virtual) tiene que alinear las expectativas con la calidad y experiencia del producto final.
- Nuevas generaciones: más interesadas en las implicaciones éticas de sus compras y buscan productos alineados con sus valores, como bienestar animal, comercio justo y apoyo al productor.
- Multinacionales usan técnicas de greenwashing para vender sus productos , confundiendo al consumidor.

DATOS DE COMERCIO, PRINCIPALES COMPETIDORES Y ARANCELES



En 2023: 2,48 millones toneladas de productos orgánicos importados en la UE (-9,1% respecto de 2022). Productos primarios: 90% de las importaciones orgánicas de la UE.

Importaciones de productos orgánicos agroalimentarios en la UE (2023)



Importaciones orgánicas de la UE en VOLUMEN:

ARG: 19° proveedor a la UE.

1° Ecuador 2° China, 3° Rep. Dominicana, 4° Perú.

2023: -9,1% importaciones en la UE (vs 2022), por aumento de precios de los alimentos de los últimos años.

Principales disminuciones: frutas y verduras, azúcar, semillas de girasol y alimentos para mascotas.

DATOS DE COMERCIO: ORIGEN DE IMPORTACIONES ORGÁNICAS DE LA UE



AUMENTO DE LAS IMPOS (2022-2023)

- Ecuador es el principal proveedor a la UE de productos orgánicos ↑ 5%, debido a sus exportaciones a la UE de bananas orgánicas.
- China es el 3º proveedor a la UE debido a ↑ 12% de tortas oleaginosas.
- Turquía también vio aumentar sus envíos a la UE en un 44% (↑ de verduras, trigo y otros cereales).

DESCENSO DE LAS IMPOS (2022-2023)

- En 2023, Rep. Dominicana cayó al 3º lugar luego de que las expos de bananas orgánicas ↓ en 24%.
- Las ventas de Ucrania a la UE cayeron un ↓ 21% cereales.
- Togo: ↓ 17% en soja.
- India: ↓ 51% en tortas oleaginosas.

PRINCIPALES DESTINOS DE LAS IMPORTACIONES en la UE:

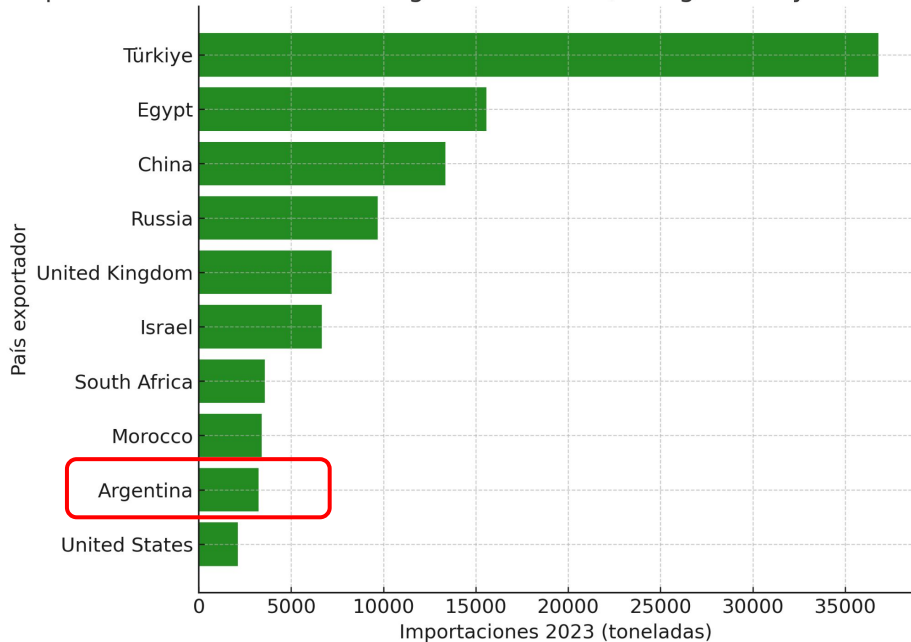
- Países Bajos, Alemania, Bélgica e Italia destino de las importaciones orgánicas en la UE.

DATOS DE COMERCIO, PRINCIPALES COMPETIDORES Y ARANCELES

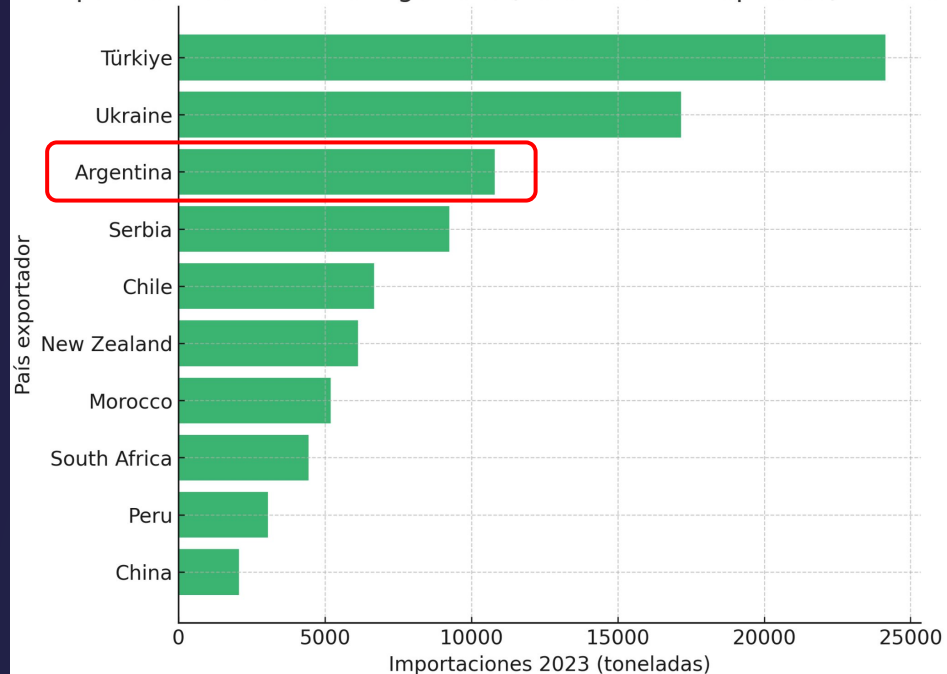


Importaciones de hortalizas y de frutas (no cítricas ni tropicales) orgánicas frescas, refrigeradas y secas de la UE (2023)

Importaciones de hortalizas orgánicas frescas, refrigeradas y secas en



Importaciones de frutas orgánicas (no cítricas ni tropicales) en la U





Argentina: se ubica en el puesto 19° como proveedor de la UE de productos orgánicos, en volumen.

Exportaciones de PO de Argentina a la UE en 2024: 31.454 toneladas (+21% respecto a 2023)

- Frutas: peras, manzanas, arándanos
- Hortalizas y legumbres: ajo, porotos, zapallo anco, zapallo, nueces
- Cereales: arroz,
- Oleaginosas: chía
- Productos animales: miel , lana
- Productos industrializados: vino, azúcar de caña, puré de pera, pasas de uva, jugo concentrado de limón, jugo concentrado de naranja y yerba mate.

Exportaciones argentinas de orgánicos al Reino Unido en 2024: 4.037 toneladas.

- Frutas: Pera, Manzana y Kiwi. Productos industrializados: Vino. Hortalizas y legumbres: Zapallo y Zapallo anco

EM Destinatarios que concentran + del 80% de las exportaciones de orgánicos de Argentina son:

- Países Bajos
- Alemania
- Italia
- España
- Francia

TENDENCIAS DE CONSUMO Y DEMANDA INTERNA



- **Reglamento (UE) 2018/848** se establece: normas de producción, certificación y control, etiquetado, comercio e importaciones, medidas de prevención de contaminación, para productos orgánicos.
- **Visión de la Agricultura y Alimentación en la UE:** la Comisión Europea (DG AGRI) está trabajando en simplificación de normas para el sector de orgánicos de la UE, con la posibilidad de un nuevo Plan de acción orgánicos. La propuesta se presentará a finales de año. Actualización de normativa de orgánicos: consulta pública de convocatoria de datos para aportar datos objetivos (cuantitativos o cualitativos) sobre la medición de la reducción de la carga y de los costes y beneficios de la simplificación: 1) Aportar claridad y seguridad sobre la importación de productos orgánicos en el marco del régimen de equivalencia, tras una sentencia del TJUE 2) Prorrogar el reconocimiento de equivalencia para terceros países mas allá del plazo del 31/12/2026 para evitar perturbación comercial 3) Simplificar las normas para que la producción orgánica de la UE sea más competitiva y reducir carga administrativa.
- **Los certificados de inspección (COI)** son emitidos a través del sistema TRACES por los organismos de control habilitados por SENASA y reconocidos por la UE. El listado de estos organismos de control se incluye en el Reglamento 2021/1378.
- **La lista de las certificadoras orgánicas argentinas** aprobadas en la UE y la categoría de productos en virtud del reglamento (UE) 2021/2325 que se va actualizando anualmente:

Número de código	Nombre	WEB
AR-BIO-001	Food Safety SA	www.foodsafety.com.ar
AR-BIO-002	Ecocert Argentina SA	www.ecocert.com/es-AR/home
AR-BIO-003	LETIS SA	www.letis.org
AR-BIO-004	Organización Internacional Agropecuaria	www.oia.com.ar



- Argentina reconocida como país equivalente por la Unión Europea desde 1996 (productos vegetales) y desde el año 2000 (productos animales).
- En 2014, en el marco de una misión de inspección (auditoría) que realizó una Delegación de la Comisión Europea, evaluó la efectividad del sistema de control de la producción orgánica argentina, se prorrogó el reconocimiento de equivalencia de Argentina por la UE.
- Desde el 1° de enero 2022 (entrada en vigor del reglamento UE 2018/848) se establece un periodo de transición de 5 años : el reconocimiento actual de la equivalencia unilateral otorgado a algunos terceros países (caso de Argentina) y tiempo para negociar acuerdos de equivalencia recíproca.
- En 2021, el Consejo UE otorgó un mandato a la CE para entablar la apertura de negociaciones con Argentina y otros terceros países para Acuerdos Internacionales de Equivalencias Recíprocas en Producción Orgánica.
- Acuerdo de reconocimiento recíproco de equivalencia ARG-UE: Proceso de negociaciones técnicas se iniciaron en diciembre de 2022 y se encuentra muy avanzado.
- Negociaciones apuntan a alcanzar un Acuerdo antes de 2026 para mantener la equivalencia.



Cámaras y Asociaciones de producción orgánica en la UE

- [IFOAM](#): Federación Internacional de los movimientos de la agricultura orgánica (sede en Bruselas).
- [OPTA Europe](#) (Organic Processing and Trade Association): Representa a la industria europea de procesamiento y comercio de productos orgánicos y apoya a las políticas que impulsen el objetivo de alcanzar al menos un 25% de agricultura orgánica en la UE para 2030.
- [FiBL](#) (Research Institute of Organic Agriculture): Centro de investigación aplicado de referencia en agricultura orgánica con sedes en Suiza, Alemania, Austria, Francia y con representación en Bruselas. Involucrado en proyectos de innovación y transferencia de conocimiento en producción orgánica.
- [Demeter International](#): Federación global de certificación de agricultura biodinámica con fuerte presencia en Europa. Emite el sello Demeter y reúne a numerosos productores y asociaciones certificadoras.
- [ECOVALIA](#): Asociación Profesional Española de producción orgánica.

PRECIOS EN GÓNDOLAS DE PRODUCTOS FRESCOS ORGÁNICOS LA UE*



Precio para el pepino orgánico es de 1,49€ por unidad.
Precio pepino convencional es de 0,99€ por unidad.



Precio del morrón orgánico: 9,06€/kg
Precio del morrón convencional: 3,19€/kg



Precio de manzanas orgánicas: 4,69€/kg
Precio de las manzanas convencionales: 2,43€/kg

* Precios de cadena de supermercado belga del 11 de octubre



Ferias de productos orgánicos en la UE (2025)

- Alemania:
 - BIOFACH – Nuremberg. Del 11 al 14 de febrero de 2025.
 - Berlin International Green Week – Berlín. Feria internacional significativa para agricultura, horticultura y alimentos, abierta al público general y con gran impacto.
- España: BioCultura A Coruña, Biolife madrid, BioCultura Madrid
- Francia: Bionord, Salon Marjolaine
- Eslovenia: BIOSUED
- Polonia: BIOEXPO WARSAW, BioAgro Poland
- Reino Unido: Natural & Organic Products Europe (NOPEX) – Londres

CONCLUSIÓN: OPORTUNIDADES Y BARRERAS



- Consumidor europeo exigente, estrictas normas UE de calidad, sanidad y medioambientales; preferencia por productos orgánicos.
- Alcanzar el acuerdo de reconocimiento recíproco de equivalencia en materia orgánica entre ARG-UE, para incluir nuevos productos/sectores.
- Importancia de los controles y certificación (trazabilidad y controles). (Última auditoría UE 😊);
- Evitar problemas en frontera UE (trabajo conjunto exportadores y SENASA)
- Aprovechar la dependencia de la UE en materia de aprovisionamiento de productos orgánicos para ganar posicionamiento en dicho mercado.
- Identificar canales diversificados (nichos, negocios gourmet, orgánicos)
- Promoción comercial: participación en ferias UE, misiones comerciales, redes;
- Intensificar contactos entre productores y exportadores argentinos con sus contrapartes europeas.



Cecilia MARINCIONI

ESTADOS UNIDOS

-
- Principales características del mercado
 - Tendencias de consumo y demanda interna
 - Datos de comercio, principales competidores y aranceles
 - Requisitos de acceso, ferias y actores locales clave
 - Conclusión: oportunidades y barreras

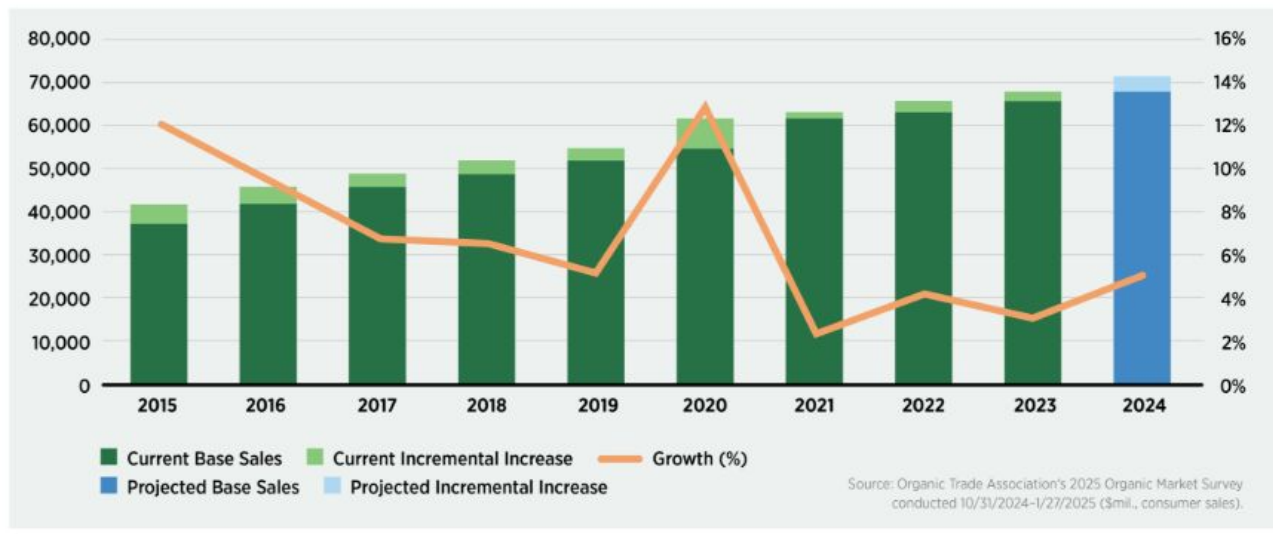
Informes de Mercado de PRODUCTOS ORGÁNICOS, disponible [aquí](#)

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO



- **Líder mundial en consumo de productos orgánicos**
 - Ventas récord en 2024: USD 71.600 millones
 - 91% son alimentos: US\$ 65.400 millones
 - Aumento del 5,2% respecto a 2023, más del doble que el mercado convencional
 - Crecimiento del consumo del 70% últimos 10 años

Total U.S. Organic Sales and Growth, 2015-2024



PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO



- **Diversidad en la oferta**
 - 80% de las categorías de alimentos tienen opciones orgánicas
 - 6% del total de ventas de alimentos en el país
- **Amplia disponibilidad**
 - 22.000 puntos de ventas especializados
 - 78% supermercados ofrecen orgánicos, crecimiento de marcas propias
 - Ventas online: crecimiento del 12% anual desde 2022 (Amazon)
- **Alta familiaridad del consumidor con el concepto "orgánico"**
 - Sello USDA Organic reconocido y confiable
- **Reducción del diferencial de precios**
 - 2025: 10% y 15% (años anteriores: 20–30%)
 - Eficiencia cadena de suministro, aumentó producción nacional y marcas propias
- **Mayor conciencia del consumidor sobre los beneficios**
 - 3% consumidores: productos orgánicos “más saludables” y “más seguros” que los convencionales
 - Beneficios ambientales: menor uso de pesticidas, protección de la biodiversidad y bienestar animal

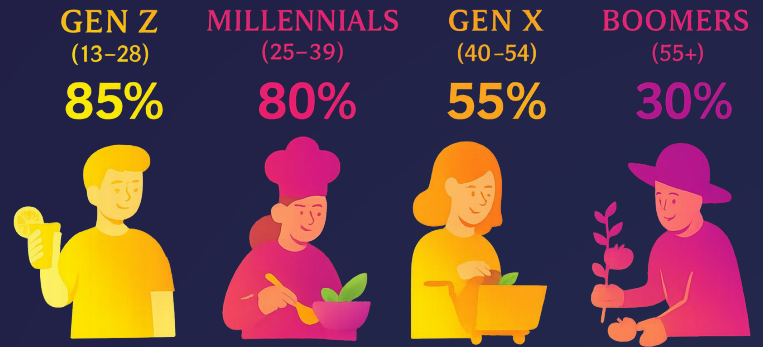
PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO



Características del consumidor:

- Millennials y Gen Z (50% de la población)
- Ingresos medios y altos
- Mayor nivel educativo: acceso a información sobre salud y sostenibilidad
- Familias con hijos: interés en alimentos seguros y nutritivos
- Abiertos a probar nuevos productos
- Preferencia por marcas emergentes y formatos innovadores

CONSUMO DE ORGÁNICOS SEGÚN EDAD:



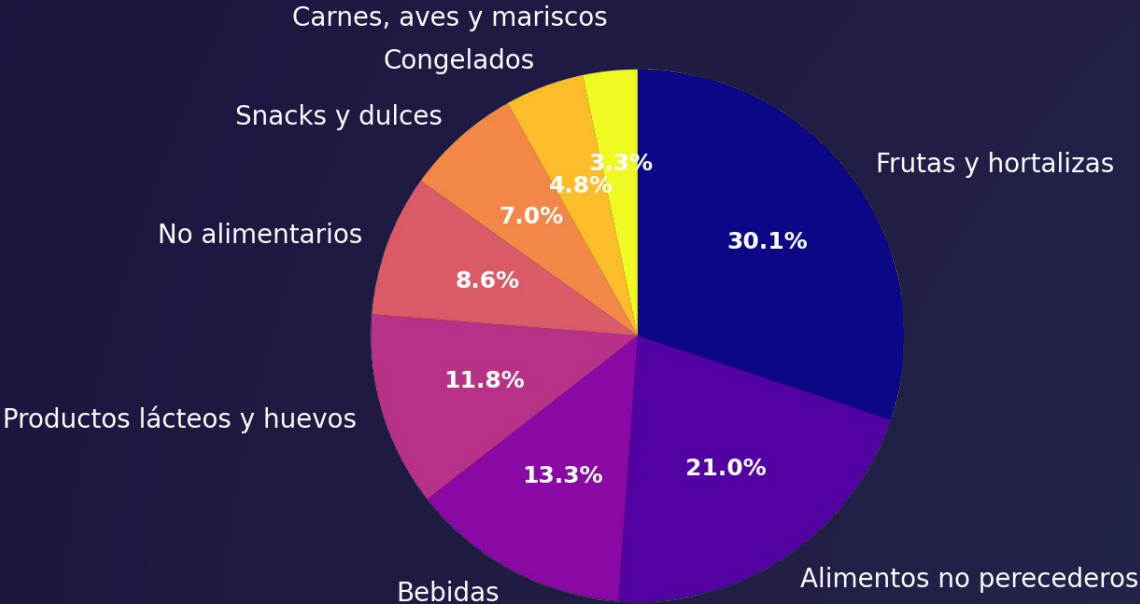
Jóven, informado y digitalizado

Comprometido con la salud y el medio ambiente

Valora trazabilidad, origen y responsabilidad social



EE.UU. - Ventas de productos orgánicos 2024



Frutas y hortalizas	USD 21.500 M
No perecederos	USD 15.000 M
Bebidas	USD 9.500 M
Lácteos y huevos	USD 8.500 M
No alimentarios	USD 2.500 M

USD 71.600 millones

TENDENCIAS DE CONSUMO Y DEMANDA INTERNA



Tendencias:

- Incremento del 5,1% anual al 2029 (18.000 millones adicionales)

Nuevos factores que estimulan la demanda:

- Auge de medicamentos para adelgazar (GLP-1)
 - Selección más consciente: priorizan alimentos de mayor calidad nutricional
 - Compatibilidad dietaria: promueven alimentos naturales
- Iniciativa MAHA (Make America Healthy Again)
 - Objetivo: Revertir la epidemia de enfermedades crónicas
 - Promueve consumo de alimentos naturales, trazables y sin procesamiento industrial
 - Promueve sistema alimentario más transparente, con impacto ambiental y social

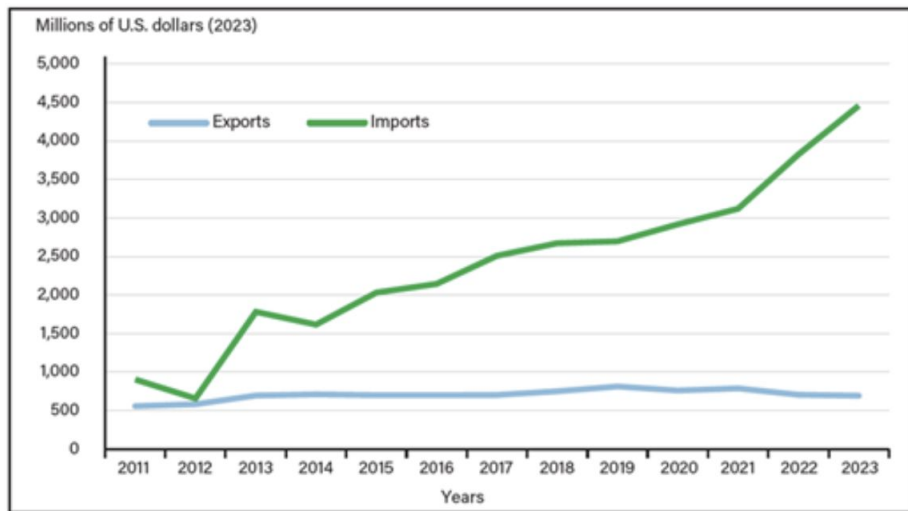


DATOS DE COMERCIO, PRINCIPALES COMPETIDORES



**Alta dependencia de las importaciones:
crecieron 350% desde el 2011**

Inflation-adjusted U.S. exports and imports of organic products, 2011-2023



Note: U.S. dollars are adjusted for inflation to 2023 dollars based on the U.S. Bureau of Labor Statistics' (BLS) Consumer Price Index for All Urban Consumers (CPI-U).

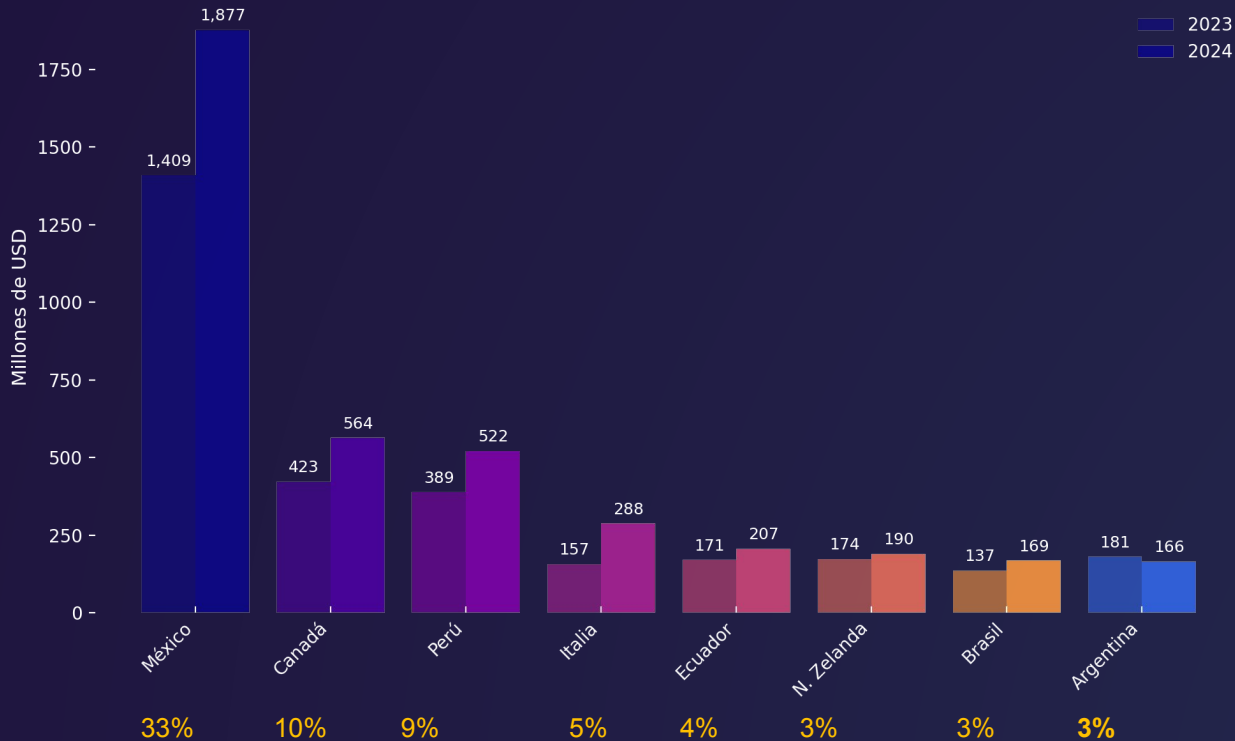
Source: USDA, Economic Research Service using USDA, Foreign Agricultural Service, Global Agricultural Trade System data and BLS CPI-U data.

- Baja superficie certificada: 1% del total
- Demanda supera a la oferta nacional
- Productos que no se producen localmente: frutas tropicales, café, especias, etc.
- Producción estacional: se importa fuera de temporada (frutas, hortalizas, semillas para siembra)
- Consumidores exigen disponibilidad todo el año y mayor variedad
- Ventaja competitiva de países exportadores: menores costos
- Canales de importación establecidos y acuerdos de equivalencia orgánica

DATOS DE COMERCIO, PRINCIPALES COMPETIDORES



Estados Unidos - Importación de productos orgánicos (2023 vs 2024)



Subestimación de las importaciones: No todos los productos orgánicos tienen posiciones arancelarias específicas

DATOS DE COMERCIO, PRINCIPALES EXPORTACIONES DE ARGENTINA



Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones de productos orgánicos argentinos (57% del total en 2024), seguido por la UE, Canadá, Reino Unido y Chile

Estados Unidos - Importación de productos orgánicos de Argentina (Millones de USD)							
		2023	2024	% Cambio	ENE-JUL 24	ENE-JUL 25	% Cambio
1	Soja orgánica, exc. semilla	\$63	\$64	3%	\$13	\$36	178%
2	Azúcar orgánica	\$13	\$29	121%	\$11	\$29	159%
3	Peras orgánicas frescas	\$13	\$14	8%	\$14	\$14	-
4	Aceite de girasol orgánico	\$15	\$9	-41%	\$4	\$9	122%
5	Semilla de girasol orgánica	\$27	\$9	-68%	\$4	\$5	10%
6	Limones orgánicos	\$4	\$8	102%	\$4	\$4	-
7	Arándanos orgánicos congelados	\$8	\$8	-	\$5	\$4	-10%
8	Maíz amarillo orgánico, exc. semilla	\$18	\$6	-68%	\$0,4	\$3	731%
9	Vino tinto orgánico	\$4	\$5	47%	\$3	\$4	35%
10	Arroz orgánico	\$3	\$4	18%	\$2	\$2	-
	Otros	\$14	\$10	-29%	\$5	\$7	40%
	TOTAL	\$181	\$166	-8%	\$66	\$116	76%

- 2025 (enero - julio): 76% crecimiento
- 1er proveedor de: soja, semillas de girasol, peras, membrillos
- 2do proveedor: azúcar, limones y ajo
- Alta concentración en commodities: 56% en soja y azúcar
- Otros productos importados desde Arg: semillas de lino, aceite de oliva, ajo, manzanas, garbanzos, arándanos frescos, miel, semillas de sésamo y té.
- Principales productos que EE.UU. importa: café, arándanos y frutas finas, banana, aceite de oliva, complejo sojero, paltas, azúcar, miel, etc.

DATOS DE COMERCIO, ARANCELES



Dos aranceles (acumulativos)

1. **Arancel Nación Más Favorecida (NMF):** igual que el producto convencional

Soja ex. semilla:
0

Azúcar:
35,74 c/kg

Peras:
0 - 0,3 c/kg

Aceite de girasol:
1,7 c/kg + 3,4%

Semilla de girasol:
0

Limón:
2,2 c/kg

Arándanos cong.:
0

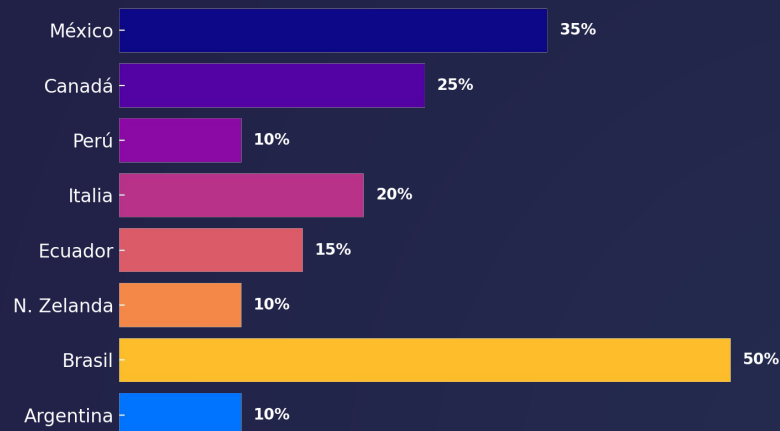
Maíz amarillo, ex. sem.: 0,05 c/kg

Vino tinto:
6,3 c/litro

Arroz:
1,4 c/kg

2. Aranceles Recíprocos – Administración Trump abril 2025

- Aplicados en el marco de medidas de represalia comercial
- Argentina enfrenta un arancel base del 10%
- Arancel recíproco de países competidores



REQUISITOS DE ACCESO



Requisitos de importación de productos orgánicos

- Programa Orgánico Nacional (NOP): regulaciones para producción, manejo, etiquetado y comercialización de los productos orgánicos en los Estados Unidos (AMS/USDA).
 1. Acuerdo de equivalencia: Canadá, Japón, Corea, Reino Unido, UE, Suiza, y Taiwán
 2. AMS/USDA reconoce certificadoras: Argentina cuenta con 4 certificadoras acreditadas

EcoCert S.A.

www.ecocert.com

Letis S.A.

www.letis.org

Organización Internacional Agropecuaria

www.oia.com.ar

Food Safety S.A.

www.foodsafety.com.ar



- Refuerzo de la Fiscalización Orgánica (SOE - NOP) 2024
 - Objetivo: prevenir fraude (importaciones) y fortalecer transparencia y credibilidad del sello orgánico USDA
 - Establece controles más estrictos de trazabilidad e importación
 - Certificado NOP de importación (gestión de la certificadora y presenta el importador)
 - Certificación orgánica obligatoria para más operadores de la cadena (incluye brokers, almacenes y transportistas)



La certificación como producto orgánico NO EXIME del cumplimiento del resto de los requisitos de importación comerciales, de sanidad y de inocuidad de los alimentos

- Comerciales: arancel, contingentes arancelarios (certificados), etiquetado, etc.
- Alimentos frescos de origen vegetal y animal:
 - Requisitos de sanidad animal y vegetal del APHIS/USDA
 - Requisitos de inocuidad del FSIS/USDA (carne) y FDA (resto de los productos)
- Alimentos procesados (FDA):
 - Registro de establecimientos
 - Notificación previa
 - Agente en los Estados Unidos
 - Plan de inocuidad (FSMA)
 - Etiquetado general y nutricional

FERIAS Y ACTORES LOCALES CLAVE



FERIAS		SITIO WEB	LUGAR	FECHA
NATURAL PRODUCTS EXPO WEST	Feria líder en productos naturales y orgánicos. 2025: 65.000 participantes, 3.200 expositores	www.expowest.com	Anaheim, CA	3-6 Marzo 2026
NEWTOPIA NOW (Reemplazó a Natural Products Expo East. 2024 - 1ra edición)	Feria boutique, productos naturales y sostenibles. 2025: 7.000 participantes, 500 expositores	www.newtopianow.com	Denver, CO	19-21 Agosto 2026

- Principales distritos importadores de productos arg: Charlotte (NC), Baltimore (Maryland), Filadelfia (PA)
- **Principales importadores de alimentos orgánicos de ARG:**
 - Frontier Co-op: www.frontiercoop.com
 - Global Organics: www.global-organics.com
 - Naturipe Farms: www.naturipefarms.com
 - Nature's Path Foods: www.naturespath.com
 - Woodstock Farm: www.woodstockfarmsmfg.com
- Distribuidores
 - UNFI: www.unfi.com
 - KeHE: www.kehe.com

CONCLUSIÓN: OPORTUNIDADES Y BARRERAS



OPORTUNIDADES

- Mayor país consumidor de orgánicos a nivel mundial
- Mercado en expansión (Incremento del 5,1% anual al 2029)
- Políticas gubernamentales apoyan el consumo de productos orgánicos (MAHA)
- Expansión del uso de medicamentos para adelgazar (GLP1)
- Caída en la producción doméstica por falta de mano de obra
- Alta dependencia de las importaciones: productos diferenciados, éticos y de contraestación
- Argentina presencia consolidada en varios sectores (granos, frutas, miel, vinos etc.)
- Aranceles recíprocos bajos respecto a competidores

BARRERAS

- Alto nivel de exigencia regulatoria (NOP)
- Exigencias adicionales por problemas de fraude (certificado de importación)
- Competencia regional: México y Canadá casi 50% del total importado por cercanía y acuerdos comerciales
- Costos logísticos
- Consumidor exigente: adaptación a canales digitales y de etiquetados de sostenibilidad y bienestar animal

PREGUNTAS Y COMENTARIOS

—



INFORMACIÓN DE INTERÉS Y CONTACTO



Mercados agroalimentarios - [Consejerías](#)



Mercados agroalimentarios - [Mesas](#)



Mercados agroalimentarios - [Oportunidades](#)

BRASIL - Javier DUFOURQUET - jdufourquet@magyp.gob.ar

CHINA - Hernán VIOLA - hviola@magyp.gob.ar

EEUU - Cecilia MARINCIONI - cmarincioni@magyp.gob.ar

INDIA - Mariano BÉHÈRAN - mbeheran@magyp.gob.ar - Kamlesh Mishra: kamlesh@agriculturearg.in - Sweta Aggarwal: sweta@agriculturearg.in - Oficina: attache@agriculturearg.in

UE - Gastón M. FUNES - gmfunes@magyp.gob.ar - Bárbara Rojas: brojas@agricola-ue.org - Encarnación Morales: emorales@agricola-ue.org

VIETNAM - Alonso P. FERRANDO - aferrando@magyp.gob.ar

Muchas gracias

