

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

**Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas**



*Facultad de*  
**Ciencias Sociales  
y Humanísticas**



**“PROPUESTA DE INCENTIVOS GUBERNAMENTALES DE LA  
PRODUCCIÓN DE CULTIVOS ORGÁNICOS COMO  
ALTERNATIVA PARA MEJORAR LA BALANZA COMERCIAL NO  
PETROLERA”**

**TESIS DE GRADO**

Previa la obtención del Título de:

**INGENIERÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Presentado por:

ANDREA BONILLA PESANTEZ

KAREN CARRIEL PIGUAVE

**Guayaquil – Ecuador**

**2014**

## AGRADECIMIENTOS

Le agradezco a Dios por sus bendiciones y por ser la fortaleza que me impulsa día a día a seguir mis ideales.

A mis papás, Héctor y Rita, por su amor y su ejemplo de perseverancia que me enseñó el valor que se necesita para salir adelante. Mis hermanos. A mi compañera de tesis, Karen, por su dedicación en este trabajo, a nuestro tutor y todos mis compañeros que me motivaron a continuar.

***Andrea Bonilla Pesantez***

Agradezco a Dios por darme fuerzas, a mis padres, Ángel y Mila, por su apoyo incondicional, a mi esposo Freddy por su ayuda en momentos críticos, a mi compañera Andrea, por el esfuerzo y dedicación, y al Ingeniero Marco Tulio por su colaboración.

***Karen Carriel Piguave***

## DEDICATORIA

La presente investigación se la dedico a Dios; a mi papá Héctor, que siempre me ha apoyado en mis decisiones; a mi mamá Rita, por su apoyo en este largo camino. A mis hermanos, Richard y Michelle, por impulsarme a ser un ejemplo de perseverancia y a mi abuelita, por su cariño incondicional.

***Andrea Bonilla Pesantez***

Dedico este trabajo a Dios, por su amor y misericordia; a mi esposo Freddy, quien desde el inicio de mi carrera me brindó su apoyo; a mi bebé Samuelito, por ser mi inspiración; a mis padres Ángel y Mila, por su paciencia y ayuda incondicional; a mi hermano David, quien a su corta edad sacrificó su tiempo para ayudarme; a mis tíos Betty, Vilma y Wilson y a mi abuelita Blanca por ser desde mi infancia una contribución continua para que yo pueda lograr este objetivo.

***Karen Carriel Piguave***

## **TRIBUNAL DE TITULACIÓN**

---

M.Sc. Felipe Álvarez

**Presidente Tribunal**

---

M.Sc. Marco Tulio Mejía

**Director del Proyecto**

---

M.Sc. María Cecilia Moreno

**Vocal Tribunal**

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

“La responsabilidad del contenido de este Trabajo de Titulación, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral”.

---

*Andrea Bonilla P.*

---

*Karen Carriel P.*

## CONTENIDO

<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	<b>II</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>III</b>
<b>TRIBUNAL DE TITULACIÓN</b> .....	<b>IV</b>
<b>DECLARACIÓN EXPRESA</b> .....	<b>V</b>
<b>CONTENIDO</b> .....	<b>VI</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>IX</b>
<b>LISTA DE ILUSTRACIONES</b> .....	<b>X</b>
<b>LISTA DE TABLAS</b> .....	<b>XII</b>
<b>LISTA DE CUADROS</b> .....	<b>XIII</b>
<b>LISTA DE ECUACIONES</b> .....	<b>XV</b>
<b>ABREVIATURAS</b> .....	<b>XVI</b>
<b>CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.1 ANTECEDENTES.....	1
1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA .....	1
1.3 OBJETIVOS .....	2
1.3.1 Objetivo General.....	2
1.3.2 Objetivos Específicos .....	2
1.4 HIPÓTESIS.....	3
1.5 JUSTIFICACIÓN .....	3
1.6 ALCANCE DEL ESTUDIO .....	4
<b>CAPÍTULO II REVISIÓN DE LITERATURA</b> .....	<b>6</b>
<b>CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN Y MARCO REFERENCIAL</b> .....	<b>8</b>
3.1 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	8
3.1.1 Información primaria .....	8
3.1.2 Tipo de muestra seleccionada .....	9
3.1.3 Información secundaria.....	9
3.1.4 Técnica de obtención de datos .....	9
3.2 MARCO REFERENCIAL .....	9

<b>CAPÍTULO IV LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA Y LOS MERCADOS INTERNACIONALES .....</b>	<b>12</b>
4.1 PRODUCTOS ORGÁNICOS.....	12
4.1.1 Definición de los productos orgánicos.....	12
4.1.2 Normas para productos orgánicos.....	14
4.1.3 Comercialización de los productos orgánicos .....	18
4.1.4 Situación mundial de la producción orgánica.....	25
4.2 CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA MUNDIAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS.....	28
4.2.1 Unión Europa.....	28
4.2.2 Estados Unidos .....	56
4.2.3 Japón.....	60
<b>CAPÍTULO V OPORTUNIDADES DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS ORGÁNICOS.....</b>	<b>68</b>
5.1 PRODUCCIÓN ORGÁNICA DEL ECUADOR.....	68
5.1.1 Situación actual de los productos.....	68
5.1.2 Descripción de la información del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca .....	72
5.1.3 Mercado Nacional de productos orgánicos.....	74
5.2 CADENA DE AGRICULTURA ORGÁNICA ECUATORIANA .....	83
5.2.1 Análisis FODA .....	83
5.2.2 Problemas de gestión y servicios .....	84
5.2.3 Oportunidades del mercado ecuatoriano.....	88
5.3 COMERCIALIZACIÓN EN ESTADOS UNIDOS Y EUROPA .....	89
5.3.1 Acuerdos comerciales .....	89
5.3.2 Canales.....	90
5.3.3 Obstáculos en los canales de comercialización de los productos orgánicos. ....	97
<b>CAPÍTULO VI ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LA PRODUCCIÓN E INCENTIVOS ECONÓMICOS .....</b>	<b>99</b>
6.1 ANÁLISIS CUALITATIVO .....	102
6.1.1 Hipótesis .....	102

6.1.2	Variable Dependiente .....	102
6.1.3	Variable Independiente .....	102
6.1.4	Unidad de Análisis.....	102
6.2	ANÁLISIS DE IMPLEMENTACIÓN DE LOS INCENTIVOS GUBERNAMENTALES .....	106
6.2.1	Presentación de datos.....	106
6.2.2	Análisis Beneficio - Costo .....	112
6.2.3	Análisis de la producción orgánica bajo diversos escenarios .....	128
	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>147</b>
	<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>149</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>151</b>



## **RESUMEN**

Este trabajo de investigación analiza diferentes factores como la producción orgánica del país donde se describe los principales productos orgánicos exportados, las operadoras y los países de destino. También analiza la demanda de productos orgánicos, las certificaciones y normas para el ingreso de productos orgánicos de terceros países a los grandes mercados internacionales como la Unión Europea, Estados Unidos y Japón. Además de describir la oferta, el perfil del consumidor, las ventas, el consumo interno y las importaciones de comida orgánica en estos mercados objetivos. Estos componentes descritos son claves para realizar el diseño de incentivos gubernamentales con el fin de incrementar la producción y exportación orgánica de productos procesados en el país. Los productos primarios de este estudio provienen de la base de datos de AGROCALIDAD 2014, por lo cual se procedió a realizar encuestas a dichas empresas para medir el grado de aceptabilidad de los incentivos gubernamentales propuestos que ayudarán a mejorar el desempeño de la Balanza Comercial No Petrolera del país. Por último, se realizará un análisis de variables dependientes e independientes donde se pretende demostrar la estrecha relación entre los incentivos propuestos y la Balanza Comercial No Petrolera con el objetivo de que se empiece el desarrollo del sector industrial orgánico del país.

## LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 - Productos orgánicos .....	12
Ilustración 2 - Productos orgánicos .....	13
Ilustración 3 - Principales Agencias certificadoras de Estados Unidos.....	14
Ilustración 4 - Principales Agencias Certificadoras de Europa .....	15
Ilustración 5 - Logo CODEX Alimentarius.....	16
Ilustración 6 - Logo Certificación.....	16
Ilustración 7 - Logo Certificación.....	17
Ilustración 8 - Logo Certificación.....	17
Ilustración 9 - Logo Certificación.....	17
Ilustración 10 - Logo Certificación.....	18
Ilustración 11 - Logo Certificación.....	18
Ilustración 12 - Producción orgánica por continente .....	19
Ilustración 13 - Logo OTA .....	21
Ilustración 14 - Harina de Trigo .....	22
Ilustración 15 - Productos lácteos.....	23
Ilustración 16 - Producto integral .....	24
Ilustración 17 - Crecimiento mundial de hectáreas orgánicas .....	25
Ilustración 18 - Agricultura orgánica de la UE entre los años 2000-2011 .....	28
Ilustración 19 - Crecimiento del mercado orgánico de Europa 2004-2011 .....	29
Ilustración 20 - Consumo per cápita anual 2011 .....	29
Ilustración 21 - Países con mayor mercado orgánico 2011 .....	31
Ilustración 22 - Superficie de cultivos orgánicos en Alemania 2000-2012.....	32
Ilustración 23 - Ventas en millones de euros de Alemania 2000-2012 .....	35
Ilustración 24 - Motivos principales para consumir productos orgánicos 2007 .....	36
Ilustración 25 - Participación de los productos orgánicos en Alemania 2012.....	37
Ilustración 26 - Superficie de cultivos orgánicos en Francia 2000-2012 .....	40
Ilustración 27 - Evolución de la superficie orgánica (ha) desde el 2002.....	41
Ilustración 28 - Ventas del mercado orgánico en Francia 2005-2012 .....	46
Ilustración 29 - Principales razones (Francia 2012) .....	48

Ilustración 30 - Parte de productos orgánicos consumidos en Francia en el 2012 .....	49
Ilustración 31 - Superficie de cultivos orgánicos en Reino Unido 2000-2012.....	51
Ilustración 32 - Variación de la producción orgánica de Reino Unido 2010-2012 .....	52
Ilustración 33 - Ventas de Reino Unido (Libra Esterlina) 2000-2012.....	54
Ilustración 34 - Motivos de compra de productos orgánicos en Reino Unido 2012 .....	55
Ilustración 35 - Participación de los productos orgánicos en Reino Unido.....	55
Ilustración 36 - Ventas de productos orgánicos de EEUU en 2002-2011 .....	57
Ilustración 37 - Participación de los productos orgánicos (2009-2011) .....	58
Ilustración 38 - Consumo de productos orgánicos (Millones de dólares) 1994-2000....	63
Ilustración 39 - Variación de las importaciones de productos primarios 2011.....	66
Ilustración 40 - Variación en las importaciones de productos procesados 2011 .....	67
Ilustración 41 - Hectáreas orgánicas del Ecuador.....	71
Ilustración 42 - Feria BioFach 2014 .....	72
Ilustración 43 - Productos principales 2013 .....	76
Ilustración 44 - Operadores principales 2013 .....	78
Ilustración 45 - Países principales 2013 .....	79
Ilustración 46 - FODA .....	83
Ilustración 47 - Canales de venta en Alemania (billones de euros) 2011-2012.....	92
Ilustración 48 - Canales de venta en Francia (millones de euros) 2007-2012.....	93
Ilustración 49 - Canales de venta en Reino Unido 2007-2012 .....	95
Ilustración 50 - Canales de venta de comida orgánica en EEUU 2011 .....	96
Ilustración 51 - Pregunta 1 .....	107
Ilustración 52 - Pregunta 2.....	109
Ilustración 53 - Pregunta 3.....	110
Ilustración 54 - Pregunta 4.....	111
Ilustración 55 - Representación de las Exportaciones Totales 2013.....	130

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 - Agricultura Orgánica 2013: Indicadores clave y países principales .....	26
Tabla 2 - Importaciones de productos orgánicos de EEUU (Enero-Octubre 2011) .....	59
Tabla 3 - Certificadoras que operan en Ecuador.....	70
Tabla 4 - Pregunta 1. Implementación del Departamento de Orientación en Pro Ecuador .....	107
Tabla 5 - Pregunta 2 - Primer incentivo.....	108
Tabla 6 - Pregunta 3 - Segundo Incentivo .....	109
Tabla 7 - Pregunta 4 - Tercer Incentivo .....	111

## LISTA DE CUADROS

Cuadro 1 - Producción orgánica por continente .....	19
Cuadro 2 - Países de mayor participación 2009 .....	20
Cuadro 3 - Países con mayor mercado orgánico.....	30
Cuadro 4 - Estructura de la producción ecológica en Alemania 2011.....	32
Cuadro 5 - Cultivos orgánicos de Alemania .....	33
Cuadro 6 - Asociaciones de productos ecológicos .....	34
Cuadro 7 - Producción e importaciones orgánicas de Alemania 2009-2010.....	38
Cuadro 8 - La estructura de la producción vegetal de Francia 2011-2012 .....	41
Cuadro 9 - La estructura de la producción animal de Francia 2011 .....	43
Cuadro 10 - Distribución de procesadores BIO 2011-2012.....	44
Cuadro 11 - Evolución de las ventas al detalle 2007-2012.....	47
Cuadro 12 - Productos orgánicos importados de Francia 2012 .....	50
Cuadro 13 - Producción orgánica primaria y procesada para Japón 2007.....	60
Cuadro 14 - Producción orgánica primaria de Japón 2001-2011 .....	61
Cuadro 15 - Producción orgánica procesada de Japón 2007 .....	62
Cuadro 16 - Importaciones de productos agrícolas primarios de Japón 2011 .....	66
Cuadro 17 - Importaciones de productos agrícolas procesados de Japón 2011.....	67
Cuadro 18 - Superficies certificada, en transición y total del Ecuador 2001-2012 .....	70
Cuadro 19 - Productos orgánicos principales Ecuador 2013.....	75
Cuadro 20 - Principales operadores, productos y sus países de destino .....	77
Cuadro 21 - Principales países de destino 2013 .....	78
Cuadro 22 - Principales productos orgánicos industrializados 2013 .....	80
Cuadro 23 - Principales productos procesados por operador 2013 .....	81
Cuadro 24 - Saldo comercial con los que mantiene acuerdos Ecuador 2011 .....	89
Cuadro 25 - Canal de venta de Alemania 2000-2008.....	91
Cuadro 26 - Canal de venta de Francia 2007-2012 .....	93
Cuadro 27 - Canal de venta de Reino Unido 2010-2012 (millones de libra esterlina)...	94
Cuadro 28 - Empresas encuestadas.....	103
Cuadro 29 - Utilidad de las empresas productoras que aportaron al SRI en el 2013 ...	113
Cuadro 30 - Utilidad de las empresas orgánicas encuestadas.....	115

Cuadro 31 - Utilidad de empresas de acuerdo con el primer incentivo .....	116
Cuadro 32 - Cálculo del valor a subsidiar por parte del Gobierno .....	116
Cuadro 33 - Utilidad de las empresas durante la exoneración de impuestos .....	117
Cuadro 34 - Utilidad de las empresa luego de la exoneración de impuestos.....	117
Cuadro 35 - Máximo valor y superficie a asegurarse por cultivo.....	120
Cuadro 36 - Exportación de los principales productos procesados 2013 .....	121
Cuadro 37 - Subsidio dela superficie de cacao orgánico .....	123
Cuadro 38 - Máximo subsidio de hectáreas por productor de cacao orgánico .....	123
Cuadro 39 - Tarifas de inspección y certificación orgánica .....	126
Cuadro 40 - Hectáreas de cacao nacional .....	126
Cuadro 41 - Superficie dedicada a la producción de cacao orgánico de UNOCACE ..	127
Cuadro 42 - Exportaciones totales 2013 .....	128
Cuadro 43 - Exportación del sector primario 2013.....	128
Cuadro 44 - Exportación del Sector Industrial 2013 .....	129
Cuadro 45 - Demanda productos orgánicos procesados en principales mercados .....	131
Cuadro 46 - Oferta de producción orgánica procesada del Ecuador .....	132
Cuadro 47 - Exportación del sector de Bebidas en el año 2013 .....	133
Cuadro 48 - Exportación del sector de Snack y Cereales en el año 2013.....	134
Cuadro 49 - Exportación del sector de Conservas en el año 2013 .....	135
Cuadro 50 - Incremento de exportaciones en el escenario optimista .....	138
Cuadro 51 - Exportaciones esperadas en el escenario optimista .....	140
Cuadro 52 - Incremento de las exportaciones en el escenario moderado .....	141
Cuadro 53 - Exportaciones esperadas en el escenario moderado .....	143
Cuadro 54 - Incremento de las exportaciones en el escenario pesimista .....	144
Cuadro 55 - Exportaciones esperadas en el escenario pesimista .....	145
Cuadro 56 - Empresas de acuerdo al Primer Incentivo bajo un escenario pesimista ...	146

## LISTA DE ECUACIONES

Ecuación 1.....	104
Ecuación 2.....	105
Ecuación 3.....	127
Ecuación 4.....	136
Ecuación 5.....	136
Ecuación 6.....	137
Ecuación 7.....	137
Ecuación 8.....	137
Ecuación 9.....	139
Ecuación 10.....	139
Ecuación 11.....	139
Ecuación 12.....	141
Ecuación 13.....	141
Ecuación 14.....	142
Ecuación 15.....	142
Ecuación 16.....	142
Ecuación 17.....	143
Ecuación 18.....	144
Ecuación 19.....	144
Ecuación 20.....	145
Ecuación 21.....	145

## ABREVIATURAS

AAP	Acuerdo de Alcance Parcial
AAPR	Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación Histórico de Preferencias Arancelarias
ACE	Acuerdo de Complementación Económica
AGR	Agropecuario
AGROCALIDAD	Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro
ALADI	Asociación Latinoamericana de Integración
AR	Acuerdos Regionales
AS	Acuerdos Subregionales
BASC	Business Alliance for Secure Commerce
BöWL	Asociación Federal de Alimentación Ecológica
BRC	British Retail Consortium
CAN	Comunidad Andina
CCOF	California Certified Organic Farmers
CIAO	Comisión Interamericana de Agricultura Orgánica
ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
FAO	Food and Agriculture Organization of the United Nations
FiBL	Research Institute of Organic Agriculture
FODA	Fortalezas – Oportunidades – Debilidades - Amenazas
GAP	Good Agricultural Practices
GSA	Grandes Surfaces Alimentaires
HACCP	Hazard Analysis & Critical Control Points
IFOAM	International Federation of Organic Agriculture Movements
IFS	International Food Standard
INIAP	Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias
INP	Instituto Nacional de Pesca
JAS	Japanese Agricultural Standard of Organic Products
JETRO	Organización Japonesa para el Fomento del Comercio Exterior
LOHAS	Lifestyle of Health and Sustainability



MAFF	Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca
MAGAP	Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca
MERCOSUR	Mercado Común del Sur
NAM	Nomina de Apertura de Mercado
NOP	National Organic Program
OAE	Organismo de Acreditación Ecuatoriana
OCIA	Organic Crop Improvement Association
OGM	Organismos Genéticamente Modificados
OMS	Organización Mundial de la Salud
OTA	Organic Trade Association
OTCO	Oregon Tilth Certification Office
PAR	Preferencias Arancelarias Regionales
PRO ECUADOR	Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones
RNPOAE	Reglamento de la Normativa de la Producción Orgánica Agropecuaria en el Ecuador
SAE	Sistema de Acreditación Ecuatoriana
SESA	Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria
SGPC	Sistema Global de Preferencias Comerciales
SQF	Safe Quality Food
UE	Unión Europea
UK	United Kingdom
UNISA	Unidad de Seguro Agrícola
UNOCACE	Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras
USDA	United States Department of Agriculture
VECO	Vredeseilanden
ZEDE	Zonas Económicas de Desarrollo Especial

# **CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN**

## **1.1 ANTECEDENTES**

Según la definición del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro Ecuador, 2014), “la Balanza Comercial es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un periodo. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones”. Cuando las exportaciones son mayores a las importaciones se dice que hay superávit, y en el caso en que las importaciones son mayores se dice que hay déficit.

La Balanza Comercial del Ecuador en el periodo comprendido entre los años 2000 y 2012 evidencia, no solo una dependencia de los recursos no renovables, como el petróleo, sino una baja capacidad de industrialización pues cerca del 60% de las exportaciones no petroleras corresponde a productos primarios como el cacao, el café y el banano hasta el año 2012, según datos del Banco Central del Ecuador.

Dentro de los productos que Ecuador exporta, un pequeño porcentaje corresponde a la producción orgánica. Para que un producto sea considerado orgánico debe cumplir normas específicas que incluyen la prohibición de uso de organismos genéticamente modificados.

Los productores ecuatorianos con el fin de ingresar a un mercado más amplio y satisfacer la demanda de los nuevos consumidores bio, se ha adaptado a las normas internacionales de los productos orgánicos ofreciendo los productos ecuatorianos de manera saludable al exterior.

Este mercado internacional, a pesar de ser muy exigente, permite que los países exporten tanto los productos orgánicos convencionales y procesados. Tomando en cuenta el sector orgánico procesado, Ecuador tiene la capacidad agrícola de ofertar dichos productos, pero carece de toda la tecnología que se requiere para hacerlo.

## **1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

El propósito principal de esta investigación es establecer posibles incentivos gubernamentales a la producción de cultivos orgánicos con la finalidad de incrementar los valores de la Balanza Comercial no Petrolera del sector Industrializado, minimizando de esta manera la dependencia del país hacia las exportaciones primarias y petroleras.

Actualmente, cerca de 37 millones de hectáreas son producidas orgánicamente en el mundo, América Latina destina el 32% de sus tierras a los productos orgánicos, según datos de Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) & International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM) en el 2012.

En un análisis a la Balanza Comercial en el periodo 2000 – 2012, se comprobó que las exportaciones ecuatorianas no han tenido un desarrollo sostenible y durante un largo tiempo se continua exportando los mismos productos como cacao, café y banano conjuntamente con los que abrieron senderos hace un par de décadas, como atún, camarones y flores.

Ecuador necesita trabajar en un proceso de innovación fomentando la ciencia, tecnología y talento humano, sustituyendo las grandes importaciones por la producción nacional y de esta manera mejorando el proceso de crecimiento productivo, dando paso al crecimiento del sector industrial cuya evolución se ha quedado estancada en el tiempo. En este sector se considera a la Industria de alimentos que actualmente se encuentra incrementando sus valores de exportación.

Dado los motivos mencionados, el presente trabajo de investigación se basa en la formulación de la siguiente problemática:

*¿Cuáles son los incentivos adecuados para que la exportación de productos orgánicos logre un incremento en la Balanza Comercial no Petrolera?*

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 Objetivo General**

- Determinar incentivos gubernamentales para la producción y exportación de productos orgánicos como una alternativa para reducir la dependencia de los productos primarios.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Identificar los principales productos orgánicos procesados producidos en el Ecuador.
- Identificar los mercados potenciales que importan los productos orgánicos.

- Identificar los factores que impiden el crecimiento de los productos orgánicos nacionales.
- Determinar los costos de implementación de los incentivos gubernamentales propuestos.
- Analizar la producción orgánica nacional para la exportación de los productos orgánicos procesados.

## **1.4 HIPÓTESIS**

Los incentivos gubernamentales a la producción de productos orgánicos procesados para la exportación a países desarrollados aportarán a la diversificación del sector industrializado de la Balanza Comercial no Petrolera y al cambio de la matriz productiva.

## **1.5 JUSTIFICACIÓN**

Uno de los temas más preocupantes en el país es el tema específico de la Balanza Comercial no petrolera en el sector no tradicional, en vista de que las exportaciones industrializadas tienen menor porcentaje que las primarias (40% y 60% respectivamente en el año 2012 en relación a los productos No Petroleros), pero analizando profundamente se puede observar que aún se carece de tecnología avanzada e innovación para que llegue a ser un país completamente industrializado. Las cifras muestran una vez más que la riqueza del país depende mayoritariamente del petróleo. Las exportaciones no petroleras han presentado tasas de crecimiento negativas, registrando el mayor decrecimiento del 64,11% en el año 2008. Además, su participación respecto al total de exportaciones ha disminuido, registrando déficits del -6,36% en el año 2006 al -14,60% en el año 2012, según datos del Banco Central del Ecuador.

Los mercados son los mismos y, aunque se hayan incrementado las cifras, el problema central es que no se alienta una política de Estado sostenida hacia la conquista de nuevos mercados y no hay demasiado empeño en mejorar y ampliar la oferta exportable. El sector industrial en nuestro país ha tenido un crecimiento irregular, con variaciones positivas y negativas durante el periodo 2000-2012 a causa de la carencia de valor agregado en algunos productos. Del mismo modo la política comercial que ha

mantenido nuestro país no ha sido favorable para los exportadores ecuatorianos, puesto que su prioridad no ha sido dinamizar las exportaciones sino más bien han prevalecido los acuerdos en los que el gobierno se ha sentido bien ideológicamente.

En un análisis exhaustivo de la Balanza Comercial No petrolera del Ecuador, se ha concluido que Ecuador posee los recursos necesarios para la producción orgánica debido a un crecimiento importante de la superficie bajo certificación orgánica, ya que en el 2001 existían 11000 has. Certificadas de productos orgánicos, la misma que se cuadruplicó en el 2007 con un total de 46.053,72 has. Dirigida a los cultivos orgánicos destinados principalmente a la exportación. Por otro lado, los principales cultivos orgánicos que cuentan actualmente con certificación dentro del país son el banano, el café, el cacao, el orito, los cítricos, la caña de azúcar y la quinua, según un estudio de Vredeseilanden (VECO) Ecuador, 2008.

La investigación es conveniente a tal punto que se podrán desarrollar incentivos para incrementar la exportación de productos orgánicos que contribuyan a la diversificación del sector industrial con el propósito de para aumentar las exportaciones no petroleras y no depender del crudo de nuestro país ya que algún día este recurso podría llegar a su fin.

Finalmente, el alcance de la investigación es centrarse netamente en los productos industrializados del sector no petrolero.

## **1.6 ALCANCE DEL ESTUDIO**

Con el propósito de cumplir con los objetivos propuestos en el presente trabajo de investigación, se analizará la información recolectada en seis diferentes capítulos, en los cuales se detallará todos los aspectos relacionados a los mismos.

El primer capítulo será de carácter introductorio, donde se detallará los antecedentes del tema propuesto, la importancia del tema para el futuro y también el planteamiento de los objetivos. Los objetivos específicos, serán una herramienta para alcanzar el objetivo general de la investigación, determinar incentivos gubernamentales para la producción y exportación de productos orgánicos como una alternativa para reducir la dependencia de los productos primarios.

El segundo capítulo, se detallará los trabajos previos a esta investigación que sirvieron como base del tema propuesto para poder ampliar la información.

El tercer capítulo, abarca en primer lugar, la metodología donde se detalla la información primaria que se necesita, el tipo de muestra que será seleccionada para las encuestas y la información secundaria con la que se trabajó. Y el marco referencial en el cual se expone la situación general de la investigación.

El cuarto capítulo, denominado La Producción Orgánica y los Mercados Internacionales, se definirá básicamente los productos orgánicos, el origen de las normas para dichos productos, comercialización de los mismos en el mercado mundial y la situación actual en la que se encuentra el mercado considerando la aplicación de las exigentes normas de producción. Así también se analizará la oferta y demanda mundial de los productos orgánicos en tres sectores importantes, tales como: Europa, Estados Unidos y Japón. En Europa se considerará un estudio a tres países de mayor producción como Alemania, Francia y Reino Unido con el propósito de conocer un posible mercado potencial y sus normativas.

El quinto capítulo analizará las Oportunidades de la Comercialización de los Productos Orgánicos, empezando por la producción orgánica en el Ecuador y la estructura del mercado nacional en el que día a día los agricultores continúan expandiendo sus hectáreas de producción. Se continúa con el análisis FODA, un estudio de los principales productos industrializados del Ecuador para la exportación y las oportunidades del mercado ecuatoriano en el exterior.

También, se relacionará la información obtenida en los ítems anteriores con Estados Unidos y Alemania, el país más importante en producción orgánica en Europa, para establecer posibles acuerdos comerciales para exportación.

Finalmente, el sexto capítulo denominado Análisis Estadístico de la Producción y los Incentivos Económicos, se realizará un análisis cualitativo, en el cual se presentará la hipótesis, variables y la unidad de estudio del trabajo. Luego se presentará el análisis de la encuesta y sus respectivos que servirán fundamentalmente conocer la aceptabilidad de los incentivos para incrementar la exportación de productos orgánicos.

## **CAPÍTULO II REVISIÓN DE LITERATURA**

En este capítulo se detallará los trabajos previos relacionados al tema de investigación.

Cabe recalcar, que en los repositorios de Universidades disponibles no se encontró tesis anteriores similares a la propuesta de Incentivos Gubernamentales que estimulen la producción orgánica, pero si relacionados al tema de la Producción Orgánica en Ecuador.

A continuación se detalla los trabajos previos en los que se recolectó información acerca de la situación mundial y ecuatoriana del sector orgánico, utilizando bases de datos como el Repositorio de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), JStore y Veco Ecuador.

Las Naciones Unidas en el año 2008 realizó la investigación “Mejores Prácticas para el Desarrollo de Políticas en Agricultura Orgánica – Recomendaciones para estimular el sector de la agricultura orgánica en países en desarrollo” que describe las políticas que han implementado diferentes países como Chile, Costa Rica, Dinamarca, Egipto y Malasia para el desarrollo del sector orgánico. Además de 35 recomendaciones que se deben de tomar en cuenta en temas como certificación, desarrollo de mercados y producción al momento de diseñar políticas.

El Departamento de Promoción Económica en el año 2002. Realizó el “Estudio de mercado de productos orgánicos bolivianos”. De la fuente del programa de trabajos previos de la Secretaría General de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Aquí se presenta una guía de la situación de los productos orgánicos en Bolivia y el proceso que persigue para la debida comercialización en Estados Unidos y Europa. El presente estudio brindó una guía de trabajo para la realización de la tesis, además se amplió la información en la comercialización de productos orgánicos en Estados Unidos y Europa.

El Departamento Económico y Social en el año 2001. Presentó un trabajo investigativo titulado “Los mercados mundiales de frutas y verduras orgánicas”. Conclusiones de un estudio en conjunto con FAO/CCI/CTA sobre el comercio internacional de frutas y verduras orgánicas frescas. En el presente documento se halló información acerca del mercado orgánico y su expansión desde los años noventa.

Asimismo, presenta información sobre siete países principales en la demanda mundial de los productos orgánicos.

El trabajo de investigación de VECO Ecuador realizado por Diego Andrade Ortiz y Miguel Flores en el año 2008, “Consumo de productos orgánicos/agroecológicos en los hogares ecuatorianos”. Se encontró información relevante respecto a la demanda ecuatoriana de los productos orgánicos, así como el crecimiento anual de las hectáreas de cultivo dedicadas a los productos orgánicos.

Finalmente, el artículo “Agricultura Orgánica y Desarrollo Rural: La Naranja Orgánica en Costa Rica” de la Revista Geográfica realizado por Quiroz Arias en el año 2005. Describe la agricultura orgánica en Costa Rica donde se detalla específicamente la producción y comercialización de la naranja orgánica en el mercado interno e extranjero. Además, trata de subtemas como el costo de producción, costo de certificación, precios estimados, calidad, entre otros.



## **CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN Y MARCO REFERENCIAL**

### **3.1 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

En el presente trabajo de investigación se utilizará el Método Hipotético-Deductivo debido a que se busca probar las hipótesis establecidas, partiendo de hechos generales con el propósito de inferir hechos particulares más simples que las hipótesis. Debido a la necesidad de realizar análisis estadísticos para probar las hipótesis, se considera imprescindible realizar un enfoque cuantitativo, para lo cual se utilizará bases numéricas obtenidas del Banco Central del Ecuador, en lo referente a las importaciones y exportaciones del país; y el resumen de las exportaciones orgánicas en el año 2013 proporcionadas por la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD).

Sin embargo, hay datos que no requieren análisis de medición numérica, como por ejemplo, la identificación de la naturaleza de los problemas originados en el desarrollo de la producción de los productos orgánicos industrializados. Por lo tanto en este caso el enfoque es de origen cualitativo. Esto obliga a elegir un enfoque mixto.

Por otro lado, las técnicas de recolección de datos cuantitativos y cualitativos que se llevarán a cabo se los detallan a continuación:

- Encuesta
- Documentos y trabajos previos.

Estas técnicas de investigación a utilizarse, tendrán la posibilidad de codificación numérica y de análisis como texto las características del tema a investigar, ya que tiene un enfoque mixto.

#### **3.1.1 Información primaria**

La información primaria que se utilizará en el presente trabajo serán los datos adquiridos de manera directa y de primera mano, es decir, que se trata de material original que no ha sido interpretado o evaluado por otra persona.

La recolección de la base de datos fue proporcionada por una fuente primaria – AGROCALIDAD, mediante sus puntos de información al cliente.

Las encuestas (Anexo) realizadas fueron individuales, de las mismas se obtuvo información directa de los Operadores de productos orgánicos. Dichas encuestas fueron realizadas vía e-mail y llamadas telefónicas.

### **3.1.2 Tipo de muestra seleccionada**

La muestra seleccionada para la recolección de datos fue la No Probabilístico ya que la muestra no fue seleccionada de manera aleatoria sino de en función del criterio personal de las integrantes de la presente investigación

El tipo de muestreo no probabilístico a utilizarse será el muestreo discrecional o intencional ya que se parte de la creencia que los sujetos a elegirse son más adecuados a la investigación que otros.

### **3.1.3 Información secundaria**

Las fuentes de información secundaria que se utilizará, serán datos proporcionados de portales web como: Banco Central del Ecuador, Pro Ecuador, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP) y AGROCALIDAD, con el fin de analizar e interpretar la información de fuente primaria.

### **3.1.4 Técnica de obtención de datos**

La encuesta es una técnica que busca el objetivo de reunir datos e información sobre determinado tema, por medio de contactos directos o indirectos con los individuos que forman la población a estudiarse. Se puede realizar 2 tipos de encuesta:

- Encuesta por censo, se basa en un relevamiento de todos los individuos o unidades de la población.
- Encuesta por muestra, en la cual se basará el presente estudio, que solamente trabaja con datos de una pequeña parte de la población total, por medio de procedimientos especiales para asegurar que tal parte sea representativa del todo.

## **3.2 MARCO REFERENCIAL**

El desarrollo industrial que ha experimentado el Ecuador ha sido lento en comparación a los países desarrollados y subdesarrollados a nivel mundial. En nuestro

país se han creado industrias básicas y de cadenas tradicionales como la de alimentos y textiles, mientras que a nivel mundial existen industrias con un gran avance tecnológico, científico y de elevados niveles de productividad como Chile. Para Ecuador ya no es eficiente seguir produciendo lo mismo sino diversificar y transformar la producción ya que en relación al resto del mundo se ha quedado paralizado en el tiempo, creciendo a pasos lentos debido a la falta de innovación, productividad y eficiencia. El país requiere fortalecer la cadena productiva, incentivar la producción y exportación de productos orgánicos para de esta manera mejorar los rendimientos a escala, controlar los costos, y garantizar un verdadero crecimiento industrial; obteniendo como resultado fuentes de empleo, mejorar el nivel de vida de los ecuatorianos y sobre todo eliminar la dependencia del petróleo.

Este estudio se centra en el análisis de la producción orgánica en el país con la finalidad de incrementar la exportación de estos productos a los mercados con mayor demanda internacional, tales como Estados Unidos, Japón y algunos países Europeos.

Las estadísticas reflejan que uno de los países que han tenido éxito en la exportación de productos orgánicos es Argentina que después de Australia es el segundo país con mayor superficie dedicada a la producción orgánica; las frutas, especialmente manzanas y peras (95% de las exportaciones de frutas frescas) tienen principal importancia ya que consisten en el producto más relevante de la exportación orgánica con el 36% del total de las ventas externas orgánicas; mientras que los subproductos aportan el 8% incluyendo jugos, purés, mostos, bebidas alcohólicas y deshidratados (FiBL & IFOAM, 2012).

Seguido de este país continúa Chile (12,8%), Brasil (17%), México (2,2%), Perú (1,3%) y Ecuador (1,3%) en más de 50.000 has. certificadas.

A partir de los años 90, Ecuador ha tenido un crecimiento significativo en cuanto a la superficie dedicada a la producción de alimentos agrícolas orgánicos se refiere. No se conoce realmente este mercado en Ecuador ni las oportunidades que se pueden aprovechar si se considera los recursos para la comercialización del mismo ya que en el mercado interno no hay un marco institucional que lo motive a hacerlo. El actual sistema de importaciones y exportaciones no registra las partidas arancelarias de productos orgánicos y existen pocos esfuerzos en la realización de estudios de mercado y de los potenciales consumidores.

Este sector aún se encuentra en apogeo en el país en vista que los productos exportados se comercializan muy poco dentro del mercado. Los productos son demandados a precios internacionales, logrando muchas veces el triple del precio de los convencionales y con contratos de compras regulares, que les resulta frecuentemente, difícil de cumplir, por motivos climáticos, de cantidad, o de calidad.

Finalmente, el tema propuesto aportará con la identificación de los posibles incentivos que permitan el desarrollo de los productos orgánicos industriales ya que el estudio que se realizará se basará en los datos y aportaciones por parte del Estado. Además, el presente trabajo de investigación se enfocará en un sector particular que no ha presentado cambios en la línea de tiempo respecto al sector industrial. Una vez identificados dichos factores, se procederá a la proposición y evaluación de las soluciones para generar el progreso esperado para el Ecuador.

## CAPÍTULO IV LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA Y LOS MERCADOS INTERNACIONALES

### 4.1 PRODUCTOS ORGÁNICOS

#### 4.1.1 Definición de los productos orgánicos

Los productos orgánicos también son llamados productos ecológicos o biológicos y su producción y elaboración se basa en sustancias naturales, lo cual consiste principalmente en no aplicar plaguicidas ni fertilizantes químicos a los cultivos.

Estas sustancias naturales están libres de hormonas, antibióticos y residuos de metales pesados. También carecen de colorantes y saborizantes artificiales así como los conocidos Organismos Genéticamente Modificados (OGM).

Su principal característica son los nutrientes de alto valor en estos productos, ya que gracias a la carencia de los químicos, permiten mayor concentración de minerales y vitaminas que los productos que contienen fertilizantes.

Ilustración 4.1 Productos orgánicos



Fuente: [Productos orgánicos]. Recuperado de <http://www.ecologismo.com/consejos-verdes/beneficios-de-los-alimentos-organicos/>

La agricultura de productos orgánicos se basa en normas de producción que no perjudican al medio ambiente y por el contrario, ayudan a preservarlo por la carencia de agroquímicos, deforestación, uso de transgénicos, entre otros. En Ecuador se está apoyando el cultivo de gran variedad de productos orgánicos para la exportación.

De acuerdo con el Depósito de Documentos de Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), la agricultura orgánica “es un sistema de producción que trata de utilizar al máximo los recursos de la finca, dándole énfasis a la fertilidad del suelo y la actividad biológica y al mismo tiempo, a minimizar el uso de los recursos no renovables y no utilizar fertilizantes y plaguicidas sintéticos para proteger el medio ambiente y la salud humana”.

Otra definición importante por parte de International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), es la que señala a la agricultura orgánica a “todos los sistemas agrícolas que promueven la producción sana y segura de alimentos y fibras textiles desde el punto de vista ambiental, social y económico. Estos sistemas parten de la fertilidad del suelo como base para una buena producción. Respetando las exigencias y capacidades naturales de las plantas, los animales y el paisaje, busca optimizar la calidad de la agricultura y el medio ambiente en todos sus aspectos. La agricultura orgánica reduce considerablemente las necesidades de aportes externos al no utilizar abonos químicos ni plaguicidas u otros productos de síntesis. En su lugar permite que sean las poderosas leyes de la naturaleza las que incrementen tanto los rendimientos como la resistencia de los cultivos”.

Ilustración 4.2 Productos orgánicos



Fuente: [Imagen de productos orgánicos]. Recuperado <http://heidywagner.tumblr.com/>

### 4.1.2 Normas para productos orgánicos

En un principio, la venta de los productos orgánicos se daba directamente entre los productores y consumidores dejando implícitamente la confianza que se tenía en los productos orgánicos. Esta confianza se vio amenazada cuando se incluyeron otros vendedores menos personalizados tomando ventaja del vínculo directo de los demás productores, así es como se incluye a una tercera persona que es independiente del proceso de producción que garantiza al consumidor que el producto que está adquiriendo se rige bajo las normativas orgánicas.

Entre los años sesenta y setenta, Alemania y Estados Unidos colaboraron con la certificación de productos orgánicos. Al comienzo, las certificaciones fueron emitidas por las mismas Asociaciones de Productores y Consumidores Orgánicos Organizados que contribuyeron con las normas respectivas en su tiempo y la decisión final correspondía al Comité de Certificación conformados por productores y consumidores cuyo interés era garantizar la producción para un consumo sano (Muñoz, s.f.).

En Estados Unidos, las agencias de mayor consolidación son:

- Organic Crop Improvement Association (OCIA)
- California Certified Organic Farmers (CCOF)
- Oregon Tilth Certification Office (OTCO)

Ilustración 4.3 – Principales Agencias certificadoras de Estados Unidos



Fuente: [Imagen de agencias certificadoras]

En Europa:

- Naturland
- Demeter
- Soil Association

Ilustración 4.4 – Principales Agencias Certificadoras de Europa



Fuente: [Imagen de agencias certificadoras]

Existen otras certificadoras permitidas pero éstas son las más conocidas en ambos mercados, incluso existen certificadoras privadas o entidades gubernamentales federales o estatales.

En vista de que las normas de producción orgánica fueron establecidas entre productores y consumidores, ambos sectores estuvieron conscientes en disminuir el impacto negativo de la agricultura respecto al medio ambiente considerando las limitaciones de los agricultores, estas normas son un punto de equilibrio entre la condición ideal sin impacto requerida por los consumidores y la visión productiva de los agricultores o procesadores de alimentos.

Debido al crecimiento de la actividad ecológica, las regulaciones que inicialmente fueron establecidas por productores de diferentes regiones en Estados Unidos y Europa comenzaron a homogenizarse de manera internacional.

En 1989, IFOAM estableció las Normas Básicas de Producción Orgánica que fueron utilizadas como base para el desarrollo de legislaciones nacionales e internacionales.

Más adelante, en 1991, la Unión Europea (UE) estableció la legislación internacional en Agricultura Orgánica que se encarga de regular a todos los países miembros y todos aquellos que deseen exportar sus productos orgánicos. Por otro lado, Estados Unidos desarrolló la Ley Nacional en Agricultura Orgánica y el CODEX ALIMENTARIUS, establecida por la y la Organización Mundial de la Salud (OMS), también estableció las Normas Básicas de Producción Orgánica.



Ilustración 4.5 – Logo CODEX Alimentarius



Fuente: [Logo CODEX]. Recuperado de <http://www.codexalimentarius.org/>

Estas normas se aplican en tres áreas básicas:

- Producción de cultivos.
- Producción pecuaria.
- Procesamiento de alimentos.

Son generales para la mayoría de las actividades agrícolas aunque hay regulaciones específicas para diferentes actividades como apicultura, textiles, cultivo de camarón, entre otros.

Además, existen regulaciones internacionales al comercio de alimentos procesados, los cuales contienen los productos primarios de productos orgánicos.

- Safe Quality Food (SQF): Asegura la inocuidad y gestión de calidad alimentaria en todos los eslabones de la cadena de abastecimiento.

Ilustración 4.6 – Logo Certificación



Fuente: [Logo Principal]. Recuperado de <http://www.sqfi.com/>

- Hazard Analysis & Critical Control Points (HACCP): Se basa en el control de riesgos químicos, manipulación de los alimentos y uso efectivo de los recursos.

Ilustración 4.7 - Logo Certificación



Fuente: [Logo Principal]. Recuperado de <http://haccnalliance.org/alliance/haccnna.ht>

- British Retail Consortium (BRC): Se centra en proveedores minoristas.

Ilustración 4.8 - Logo Certificación



Fuente: [Logo Principal]. Recuperado de <http://www.brcglobalstandards.com/>

- International Food Standard (IFS): Es un sistema de seguridad para los alimentos desarrollado por las asociaciones comerciales alemanas y francesas que permite reducir costos y dar transparencia a toda la cadena de proveedores.

Ilustración 4.9 - Logo Certificación



Fuente: [Logo Principal].  
Recuperado de <http://www.agristo.com/>

- Business Alliance for Secure Commerce (BASC): Promueve un comercio seguro en colaboración con gobiernos y organismos internacionales. Facilita el comercio

internacional mediante la aplicación de estándares globales de seguridad aplicados a la cadena logística.

Ilustración 4.10 Logo Certificación



Fuente: [Logo Principal]. Recuperado de <http://www.wbasco.org/>

- GLOBAL GAP: Es un organismo privado que establece normas voluntarias con las cuales se puede certificar productos agrícolas en cualquier parte del mundo.

Ilustración 4IV.11 - Logo Certificación



Fuente: [Logo Principal]. Recuperado de [www.globalgap.org/es/](http://www.globalgap.org/es/)

### 4.1.3 Comercialización de los productos orgánicos

Actualmente, los productos orgánicos deben de ser certificados para poder comercializarse en el mercado. Estas certificaciones expresan la confianza que el cliente puede tener en los productos respecto al proceso con el cual fue elaborado; es decir, certifica que su proceso se ha dado sin fertilizantes y que cumple con las respectivas normativas del mercado.

Considerando la encuesta elaborada por FiBL & IFOAM en el 2010 y 2011, se muestra en el cuadro 4.1 la producción orgánica que ha incrementado en varios continentes, dando como resultado un incremento de 37,1 millones de hectáreas en el año 2010 a 37,2 millones de hectáreas al año 2011, considerando América del Norte, América

Latina, Europa, África, Asia y Oceanía. De dichos continentes América Latina disminuyó sus hectáreas orgánicas debido al incremento de normativas, mientras que en los demás continentes se aprecian un aumento significativo o igual.

Cuadro 4.1 - Producción orgánica por continente

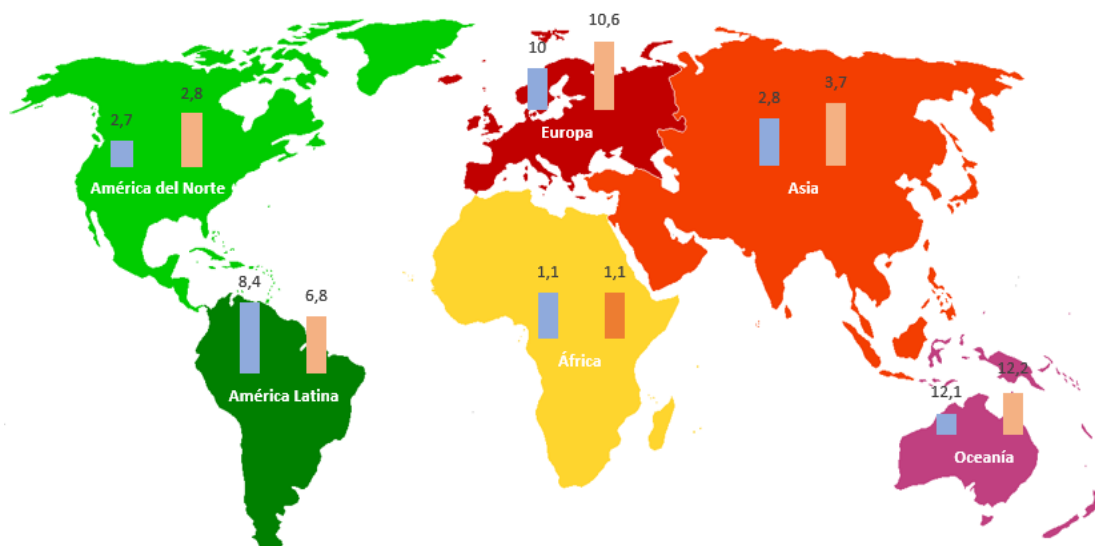
CONTINENTE	2010 (Millones de ha.)	2011 (Millones de ha.)
<i>América del Norte</i>	2.7	2.8
<i>América Latina</i>	8.4	6.8
<i>Europa</i>	10	10.6
<i>África</i>	1.1	1.1
<i>Asia</i>	2.8	3.7
<i>Oceanía</i>	12.1	12.2
<b>TOTAL</b>	<b>37.1</b>	<b>37.2</b>

Fuente: Reporte FiBL e IFOAM 2010 – 2011

Elaborado por los autores

Como se puede observar en el cuadro 4.1, Oceanía registra 12.2 millones de hectáreas, seguido por Europa con 10.6 millones de hectáreas y América Latina con 6.8 millones de hectáreas. Los continentes que registran valores inferiores a 5 millones de hectáreas son América del Norte, África y Asia con 2.8, 1.1 y 3.7 millones de hectáreas respectivamente.

Ilustración 4.12 - Producción orgánica por continente



Fuente: FiBL & IFOAM

Elaborado por los autores

Un factor muy importante es el aumento de la demanda, pero muchos países no logran abastecerla con lo que pueden ofertar. En el 2011 los millones de hectáreas detallados pertenecen únicamente a las hectáreas dedicadas a la agricultura orgánica, aparte de estos valores, también existe el porcentaje de las tierras dedicadas a otras áreas, tales como: recolección de productos silvestres, apicultura, acuicultura, bosques y tierras no agrícolas.

La demanda aumenta a la misma medida que la preocupación de los consumidores por productos beneficiosos para su salud y por el proceso e impacto en el medio ambiente.

Según Organic Motor<sup>1</sup>, entre el 2000 y 2009 el mercado orgánico se triplicó, empezando con unas ventas totales estimadas en US\$18 mil millones y concretando un valor de US\$55 mil millones en el 2009. A pesar de la crisis económica que afecte a varios mercados, las ventas de alimentos y bebidas orgánicas se incrementaron cerca del 5% en el año 2009.

Cuadro 4.2 - Países de mayor participación 2009

PAÍS	PARTICIPACIÓN	VENTA
<i>Estados Unidos</i>	44.5%	US\$ 24.431 millones
<i>Alemania</i>	14.5%	US\$ 7.961 millones
<i>Francia</i>	7.6%	US\$ 4.174 millones

Fuente: Organic Motor 2009

Elaborado por los autores

En el cuadro 4.2 se muestra los países de mayor participación en el año 2009, los cuales son Estados Unidos con el 44.5% de participación logrando ventas de \$ 24.431 millones de dólares, seguido por Alemania con el 14.5% de participación con \$ 7.961 millones de dólares y finalmente Francia con el 7.6% de participación representando \$4.174 millones de dólares en el año 2009.

Continuando en el 2010, en base a Organic Trade Association (OTA)<sup>2</sup>, el mercado de alimentos y bebidas orgánicas tiene mayor consolidación en Estados Unidos ya que la demanda es constante, la participación de estos alimentos orgánicos dentro de las ventas de alimentos se han triplicado en la última década, representando del 1.2% en

<sup>1</sup> Empresa especialista en investigación, consultoría e información que se centra en la industria mundial de productos orgánicos y afines.

<sup>2</sup> Asociación en América del Norte que promueve y protege el comercio orgánico para beneficio del medio ambiente, agricultores, público y economía.

el 2000 a un 3.7% en el 2010. Además, en el mismo país, este sector creció un 5% en el 2010 mientras que los alimentos en general solo crecieron un 2%.

Ilustración IV.13 - Logo OTA



Fuente: [Logo Principal]. Organic Trade Association

Por otro lado, el crecimiento del mercado europeo fue más modesto debido a la baja del poder adquisitivo de los consumidores. El mercado alemán mostró un leve crecimiento del 2%, otros mercados como Francia y Suecia se recuperaron con un crecimiento del 15% aproximadamente, superando a Estados Unidos.

El mercado de productos orgánicos muestra un comportamiento anticíclico en épocas de crisis, confirmando cierta inelasticidad en la demanda de los alimentos con respecto a los ingresos. Por otro lado, la diversificación del mercado corresponde a las tendencias que demandan los consumidores como:

- Alimentos más saludables.
- Conscientes ecológicamente.
- Marca reconocida.
- Productos “más orgánicos”.

Los alimentos orgánicos se perciben entre los consumidores como productos de mayor calidad, por lo que hoy en día casi cada grupo de productos dentro del mercado de alimentos son cubiertos por los orgánicos.

A continuación se detalla la oferta mundial de productos orgánicos a partir de exhibiciones observadas en BioFach 2011, la feria más importante del sector a nivel mundial (López Porras, 2011).

## **OFERTA AGRÍCOLA ORGÁNICA**

### Frutas y vegetales

- Frutas frescas y deshidratadas
- Vegetales frescos

- Papas y tubérculos
- Nueces
- Hongos

#### Granos, cereales y azúcar

- Harina de maíz y trigo
- Arroz y subproductos
- Azúcar y productos de caña de azúcar
- Otros cereales de soya

Ilustración 4.14 - Harina de Trigo



Fuente: [Imagen sin descripción del trabajo]. Recuperado de <http://agritotal.com/0/vnc/nota.vnc?id=4455>

## **OFERTA PECUARIA Y PESQUERA ORGÁNICA**

### Carne y pesca

- Carne fresca
- Embutidos
- Pescado
- Mariscos

### Lácteos y huevos

- Leche
- Mantequilla y queso
- Yogurt, crema láctea y helados
- Huevos y preparaciones de huevos

Ilustración 4.15 - Productos lácteos



Fuente: [Imagen de productos lácteos]

## **OFERTA ALIMENTICIA ORGÁNICA**

### Delicatesen

- Aceite de oliva
- Hierbas, especias y condimentos
- Vegetarianos
- Productos de soya
- Macrobióticas

### Conveniencia

- Alimentos preparados y semi-preparados
- Alimentos congelados
- Sopas
- Alimentos para bebé
- Conservas de frutas y vegetales

### Panadería y confitería

- Confitería y bocaditos
- Miel y productos de colmena
- Panes y galletas horneados
- Pasteles y galletas
- Patés y mermeladas

### Bebidas

- Café, chocolate, té e infusiones de hierbas



- Jugos, bebidas no alcohólicas
- Bebidas energéticas e hidratantes
- Agua
- Vino, cerveza y otros licores

Ilustración 4.16 - Producto integral



Fuente: [Imagen de pan integral]

## **OFERTA ORGÁNICA DE OTROS SECTORES**

### Medicinales y bienestar

- Aroma terapia
- Extracto de hierbas
- Repelentes de insectos
- Medicinal natural
- Cremas y pomadas

### Textiles

- Seda y algodón
- Ropa
- Ropa de bebé
- Textiles para hogar (paños, alfombras, etc.)
- Accesorios y zapatos

### Cosméticos y cuidado personal

- Hidratación de piel, cuerpo y cabello
- Cosméticos ayurvédicos
- Jabones, aceites para masajes

- Crema de afeitar
- Tampones y toallas sanitarias
- Papel higiénico, pañuelos desechables

#### Otros

- Detergentes y limpiadoras
- Juguetes y artesanías
- Cueros y prendas de cuero
- Material de empaque y embalaje

#### 4.1.4 Situación mundial de la producción orgánica

La agricultura orgánica cuenta con más de 37 millones de hectáreas certificadas a nivel mundial, aproximadamente 1.8 millones de productores se encuentran distribuidos en 162 países con un nivel de comercio superior a 62.9 billones de dólares hasta el año 2011, según datos del Informe Ejecutivo de la Comisión Interamericana de Agricultura Orgánica (CIAO) en junio del 2013.

Hasta el año 2010, más de tres cuartos de los productores se encontraban en Asia, África y América Latina. El país con mayores productores es India, seguida de Uganda y México.

Ilustración 4.17 - Crecimiento mundial de hectáreas orgánicas



Fuente: Informe ejecutivo CIAO (2013)

Elaborado por los autores

La ilustración 4.17 muestra la evolución de las hectáreas de tierra orgánica desde 1999, entre el 2010 y 2011 se mantienen similares debido a las normas que se deben aplicar actualmente y las tierras en transición que deben tener incluso más requisitos.

En la tabla 4.1 se muestra un resumen basado en un estudio de FiBL – IFOAM, The World of Organic Agriculture Statics and Emerging Trends 2013.

Tabla 4.1 - Agricultura Orgánica 2013: Indicadores clave y países principales

INDICADOR	GLOBAL	PAÍSES PRINCIPALES
<i>Países con datos sobre agricultura orgánica certificada.</i>	<b>2011:</b> 162 países	
<i>Tierras agrícolas orgánicas.</i>	<b>2011:</b> 37.2 millones ha. <b>1999:</b> 11 millones ha.	<b>Australia:</b> 12 millones ha, 2009. <b>Argentina:</b> 3.8 millones ha. <b>US:</b> 1.9 millones ha, 2008.
<i>Participación del total de tierra agrícola.</i>	<b>2011:</b> 0.86%	<b>Malvinas:</b> 35.9% <b>Liechtenstein:</b> 29.3% <b>Austria:</b> 19.7%
<i>Además, zonas orgánicas no agrícolas (principalmente recolección silvestre)</i>	<b>2011:</b> 32.5 millones ha. <b>2010:</b> 43 millones ha. <b>2009:</b> 41 millones ha.	<b>Finlandia:</b> 7 millones ha. <b>Zambia:</b> 5.9 millones ha, 2009. <b>India:</b> 4.5 millones ha.
<i>Productores.</i>	1.8 millones productores. <b>2010:</b> 1.6 millones product. <b>2009:</b> 1.8 millones product.	<b>India:</b> 547.591 <b>Uganda:</b> 188.625 <b>México:</b> 169.570
<i>Tamaño del mercado orgánico.</i>	62.9 billones USD. <b>2010:</b> 59.1 billones USD. <b>1999:</b> 15.2 billones USD.	<b>USA:</b> 29billones USD. <b>Alemania:</b> 9.2 billones USD. <b>Francia:</b> 5.2 billones USD.
<i>Consumo per-cápita.</i>	<b>2011:</b> 9.02 USD.	<b>Suiza:</b> 177.4 euros – 250.4 USD. <b>Dinamarca:</b> 161.9 euros – 225.7 USD. <b>Luxemburgo:</b> 134.3 euros – 87.3 USD.
<i>Número de países con regulaciones orgánicas 2011.</i>	86 países. <b>2010:</b> 84 países.	
<i>Certificadores orgánicos 2010.</i>	<b>2012:</b> 576 certificadoras. <b>2011:</b> 549 certificadoras. <b>2010:</b> 532 certificadoras.	Corea del Sur. Japón. Estados Unidos.

<i>Número de afiliados al IFOAM.</i>	<b>Enero 2013:</b> 766	<b>Alemania:</b> 96 afiliados.
	afiliados de 117 países.	<b>India:</b> 46 afiliados.
		<b>China:</b> 40 afiliados.
		<b>Estados Unidos:</b> 33
		afiliados.
		<b>Países Bajos:</b> 31 afiliados.

---

Fuente: FiBL – IFOAM, por total mercado mundial: Organic Motor, por número de certificadoras: Organic Standard/Grolink

Como muestra en el la tabla 4.1, se registraron 37.2 millones de hectáreas de tierra agrícolas orgánicas donde Australia registró 12 millones de hectáreas, seguido por Argentina con 3.8 millones de hectáreas y Estados Unidos con 1.9 millones de hectáreas.

Con respecto al tamaño del mercado orgánico, \$ 62.9 billones corresponden a las ventas del año 2011 con una tasa de crecimiento del 17% en relación a las ventas del año anterior (\$ 59.1 billones). Estados Unidos es el principal mercado orgánico ya que registra ventas de 29 billones, seguido por Alemania con un valor de \$ 9.2 billones y Francia con \$5.2 billones.

En relación al consumo per-cápita, en el 2011 se registró un consumo de \$ 9.02 por habitante a nivel global. Los países que registraron un alto consumo per-cápita fueron Suiza (177.4 euros - \$250.4 USD), Dinamarca (161.9 euros – 225.7 USD) y Luxemburgo (134.3 euros – 87.3 USD).

Finalmente, hasta el año 2012 se registraron 576 certificadoras orgánicas a nivel mundial, donde los países principales que tienen mayores certificadoras orgánicas fueron Corea del Sur, Japón y Estos Unidos.

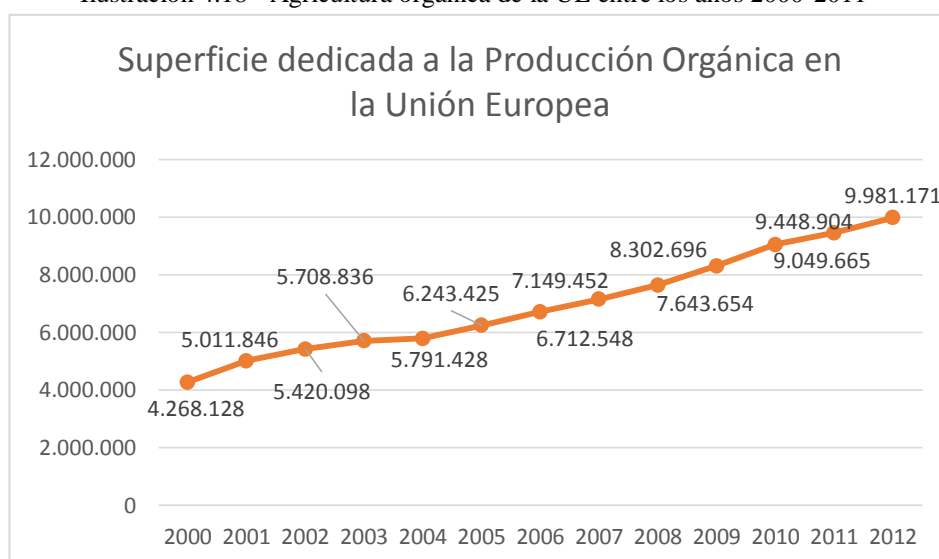
## 4.2 CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA MUNDIAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

### 4.2.1 Unión Europea

A pesar de la crisis económica mundial que ha surgido durante los últimos años, crisis en la que se ha visto afectada la Comunidad Europea, el consumo de productos orgánicos sigue creciendo debido a la preocupación del consumidor por su salud y al cuidado del medio ambiente.

En la siguiente ilustración se detalla la superficie orgánica (en millones de has) dedicada en la UE entre los años 2000-2011.

Ilustración 4.18 - Agricultura orgánica de la UE entre los años 2000-2011

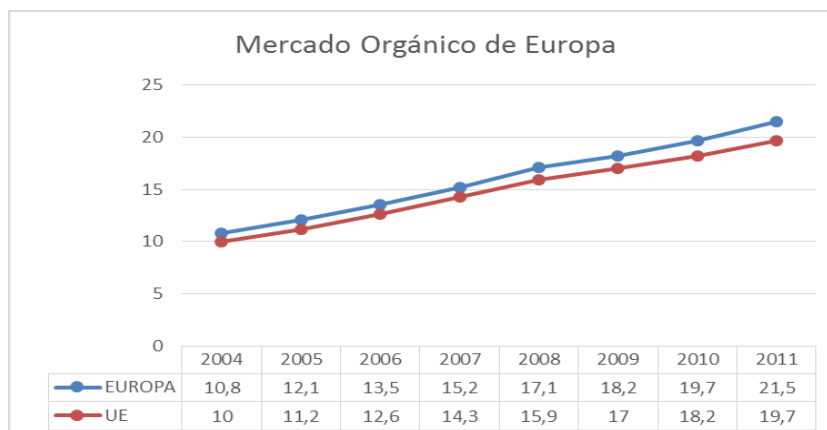


Fuente: FiBL Survey 2013  
Elaborado por los autores

Según la ilustración 4.18, la agricultura orgánica de la Unión Europea ha obtenido un crecimiento significativo en los últimos años: en el año 2012 se destinaron 9.981.171 hectáreas a la producción orgánica mientras que en el año 2000 solamente 4.268.128 has., esto equivale a un crecimiento del 133% en un periodo de 12 años, donde Alemania registra una participación del 10.75%, Francia el 10.32%, Reino Unido el 6.76%, Suecia el 5,08%, Dinamarca y Países Bajos registran el 1.72% y 0.50% respectivamente en la superficie orgánica de la Comunidad Europea.

El crecimiento del mercado orgánico a partir del año 2004 hasta el 2011 se muestra en la siguiente ilustración con sus respectivos valores.

Ilustración 4.19 - Crecimiento del mercado orgánico de Europa 2004-2011

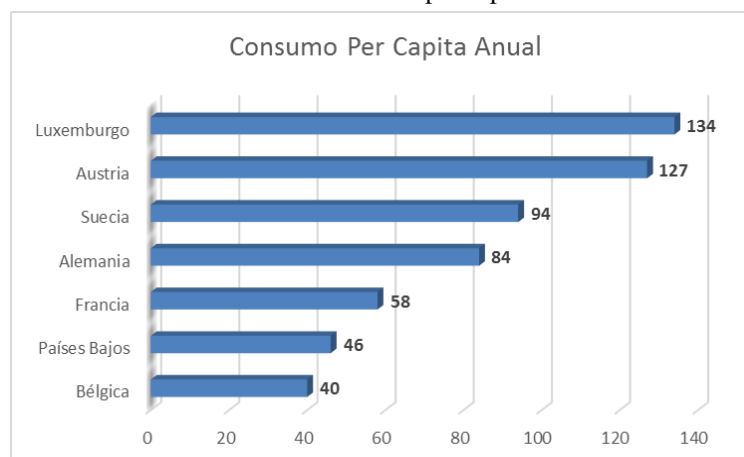


Fuente: FiBL Survey 2013  
Elaborado por los autores

La ilustración 4.19 muestra que, en el año 2011, el tamaño global del mercado orgánico de toda Europa representó 21.5 billones de euros, de los cuales 19.7 billones corresponden a la Unión Europea, es decir el 91.62% del mercado con un crecimiento de 9.4% en relación al año 2010. Esto refleja que la Unión Europea es el segundo mercado orgánico más grande a nivel mundial después de Estados Unidos ya que este representó 21 billones de euros (Schaack, Lemoud, Padel, & Willer, 2013). Además, el mercado de productos orgánicos en la UE creció el 97% en relación al año 2004 con ventas de 10 billones de euros.

Por otro lado, en la siguiente ilustración se muestra el consumo per-cápita de los principales países que forman parte del bloque Europeo.

Ilustración 4.20 - Consumo per cápita anual 2011



Fuente: FiBL-AMI Survey 2013  
Elaborado por los autores

Como se observa en la ilustración 4.20, los estados miembros que reflejaron el más alto consumo per cápita de comida orgánica por persona en el bloque Europeo fueron Dinamarca 162 euros, Luxemburgo 134 euros, Austria 127 euros, Suecia 94 euros y Alemania con 84 euros. Mientras que los países que tuvieron el más bajo consumo per cápita de comida orgánica fueron Bulgaria con 1 euro, Chipre con 2 euros, Polonia con 3 euros, Rumania con 4 euros y Estonia con 9 euros. El promedio de consumo per cápita para el bloque europeo fue de 35 euros.

En el siguiente cuadro se detalla las ventas que se registraron en el año 2011 en millones de euros de los principales países miembros de la UE.

Cuadro 4.3 - Países con mayor mercado orgánico

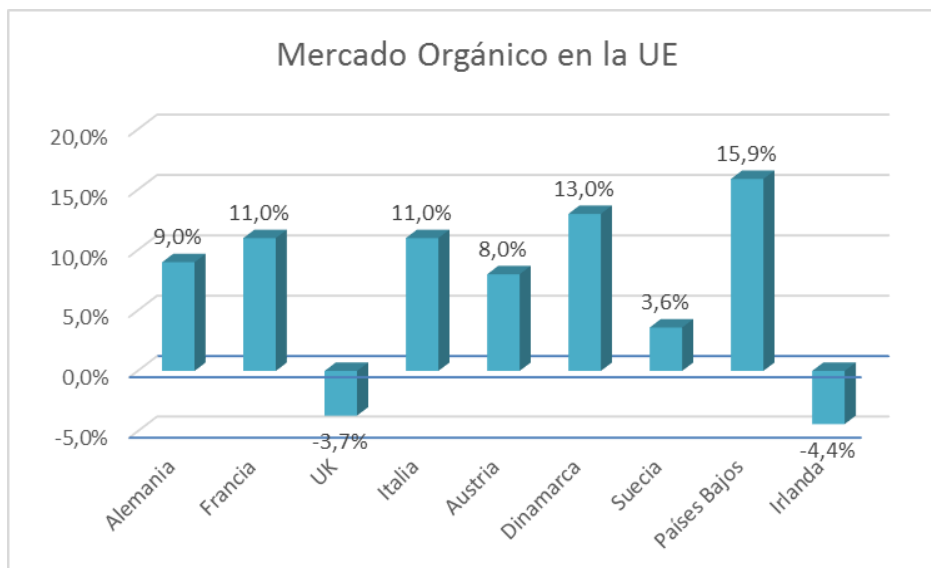
<b>PAÍSES</b>	<b>VENTAS (€)</b>	<b>CRECIMIENTO</b>
<i>Alemania</i>	6.590	9%
<i>Francia</i>	3.756	11%
<i>Reino Unido</i>	1.882	-3,7%
<i>Italia</i>	1.720	11%
<i>Austria</i>	1.065	8%
<i>Dinamarca</i>	901	13%
<i>Suecia</i>	885	3,6%
<i>Países Bajos</i>	761	15,9%
<i>Irlanda</i>	99	-4,4%

Datos en millones euros 2011  
Fuente: FIBL-AMI survey 2013  
Elaborado por los autores

En el cuadro 4.3 se muestra los países con mayor consumo de alimentos orgánicos donde Alemania, Francia, Italia, Austria, Dinamarca, Suecia y Países Bajos son los principales mercados. Es importante destacar que Reino Unido, a pesar de ser uno de los países con mayor participación en el mercado, tuvo un decrecimiento en sus ventas del -3,7% en el año 2011, mientras que Países Bajos tuvo el mayor crecimiento (15.9%).

En la siguiente ilustración se describe la participación de los diferentes países miembros de la Comunidad Europea en las ventas orgánicas del año 2011.

Ilustración 4.21 - Países con mayor mercado orgánico 2011



Fuente: FiBL-AMI Survey 2013  
Elaborado por los autores

Como se puede observar en la ilustración 4.21, Alemania lidera el mercado orgánico con ventas de 6.590 millones de euros y un crecimiento del 9%, siendo el país de mayor importancia dentro del bloque europeo, seguido de Francia e Italia con ventas de 3.756 y 1.720 millones de euros y con un crecimiento del 11% respectivamente. La demanda de productos orgánicos en la UE está creciendo en forma significativa más que la oferta, haciendo que parte de sus países miembros sean altamente dependiente de las importaciones. Esto representa una oportunidad para los países en vías de desarrollo que exportan estos tipos de productos (Pinto, 2002).

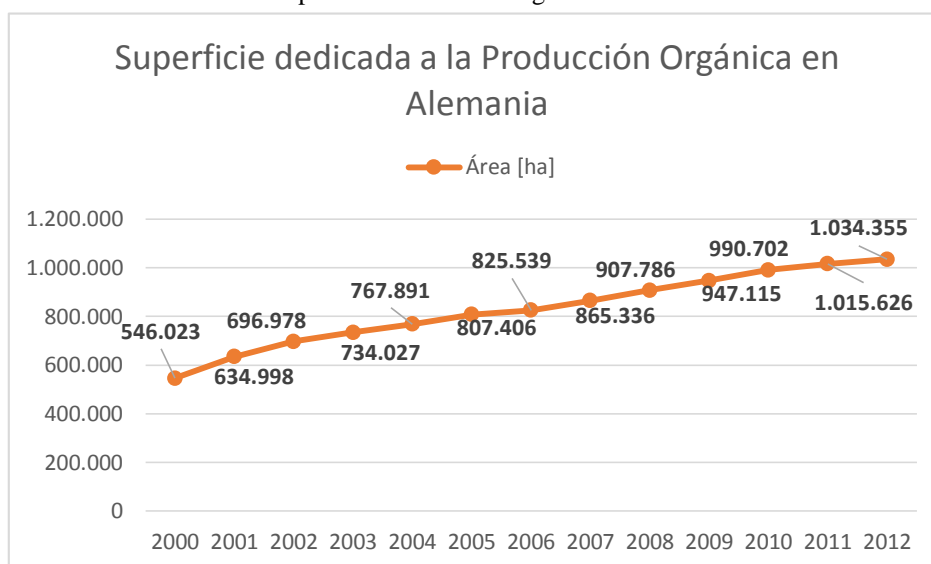
Dentro del bloque de la UE el análisis se enfocará en Alemania, Francia y Reino Unido debido a que estos países concentran alrededor del 62% del consumo de productos orgánicos.

#### 4.2.1.1 Alemania

Al transcurrir los años, Alemania ha tenido una evolución significativa en el crecimiento de su agricultura orgánica como se puede observar en el gráfico 5. Comenzando en el año 2000 con una agricultura orgánica de 546.023 en relación al año 2012 donde tiene 1.034.355 ha, obteniendo un crecimiento del 89% aproximadamente en un periodo de 12 años.



Ilustración 4.22 - Superficie de cultivos orgánicos en Alemania 2000-2012



Fuente: FiBL-AMI Survey 2013

Elaborado por los autores

Como se puede observar en la ilustración 4.22, Alemania es uno de los países del bloque europeo que tiene mayor superficie de agricultura orgánica con una participación relativa del 10,95%, seguido por Francia con 10,93%, Reino Unido 6,24%, Suecia 5,06%, aunque Dinamarca y Países Bajos registran los valores más bajos 1,72% y 0,51% respectivamente de superficie orgánica de un total de 9, 448,904 millones de ha con la que contó UE en el año 2011.

En el mismo año, Alemania registró una superficie de cultivos orgánicos de 1, 015,626 ha donde su estructura de producción ecológica se detalla a continuación:

Cuadro 4.4 - Estructura de la producción ecológica en Alemania 2011

AGRICULTURA ORGÁNICA EN ALEMANIA	NUMERO DE EMPRESAS			HA CULTIVADAS		
	2010	2011	% CREC.	2010	2011	% CREC.
<i>Empresa de productores de la UE-BIO</i>	10.468	11.148	6,5%	306.791	321.149	4,7%
<i>Asociaciones BIO</i>	11.474	11.855	3,3%	683.911	694.477	1,5%
<b>TOTAL</b>	<b>21.942</b>	<b>23.003</b>	<b>4,84%</b>	<b>990.702</b>	<b>1.015.626</b>	<b>2,52%</b>

Fuente: Zahlen, Daten, Fakten: Die Biobranche 2013. BÖWL Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft  
Elaborado por los autores

El cuadro 4.4 detalla la estructura de la producción ecológica en Alemania en el año 2011, donde el número de empresas del año 2010 al año 2011 tuvo un crecimiento

de 4.84% y las hectáreas cultivadas tuvieron un crecimiento de 2.52% respecto al año 2010.

Los cultivos orgánicos de Alemania se describen en el siguiente cuadro desde el año 2006 hasta el 2011.

Cuadro 4.5 - Cultivos orgánicos de Alemania

CULTIVOS	UNIDAD	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<i>Pastos</i>	Ha	430.000	450.000	490.000	500.000	520.000	535.000
<i>Cereales</i>	Ha	179.000	181.000	188.000	209.000	207.000	204.000
<i>Forraje</i>	Ha	122.000	131.000	138.000	153.000	151.000	154.000
<i>Legumbres</i>	Ha	28.000	25.600	23.800	21.900	27.000	25.500
<i>Patatas</i>	Ha	7.500	8.200	8.150	8.350	8.200	8.300
<i>Semillas Oleaginosas para grano</i>	Ha	7.700	8.100	5.700	7.200	6.800	5.800
<i>Hortalizas (incl. fresas)</i>	Ha	8.900	10.700	10.600	10.900	11.000	11.300
<i>Fruta</i>	Ha	5.600	5.600	5.600	5.700	5.700	5.800
<i>Videños</i>	Ha	2.700	3.500	4.400	4.700	5.400	6.900
<i>Otros</i>	Ha	34.139	41.636	33.536	26.365	48.602	59.026
<i>Carne de res</i>	T	33.900	35.400	35.800	37.100	39.500	40.500
<i>Cerdo</i>	T	15.200	17.700	21.900	22.900	22.900	23.000
<i>Ovino y Caprino</i>	T	3.700	3.600	3.530	3.480	3.450	3.250
<i>Aves de corral</i>	T	7.270	9.710	10.170	13.550	13.510	13.460
<i>Producción de huevos</i>	Mio.	351	427	468	565	621	783
<i>Producción de leche</i>	T	405.200	423.900	460.600	545.500	595.300	657.200

Fuente: Zahlen, Daten, Fakten: Die Biobranche 2013. BÖWL Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft  
Elaborado por los autores

Como se puede observar en el cuadro 4.5, la producción de leche orgánica obtuvo un crecimiento de más del 10% debido a la fuerte demanda de la bio-producción animal. Además, la tierra de cultivos (se cultivaron orgánicamente) registró 435.000 ha, así que no obtuvo crecimiento en relación al año 2010 y su participación en la superficie orgánica total se redujo ligeramente hasta el 43% ya que en el año 2010 obtuvo una participación del 44%. Los pastos orgánicos llegaron a ocupar una superficie orgánica de 535.000 ha, por lo que su crecimiento fue de del 2.88% y su participación aumentó hasta el 53% de la superficie total. Los cereales con 204.000 ha son el cultivo más importantes de la agricultura ecológica alemana después de los pastos orgánicos, aunque tuvo un decrecimiento del -1.45% en relación al año anterior y representando el 20% de la

superficie total. Dentro del cultivo de los cereales se encuentra el centeno, el trigo, la espelta y la avena.

Según los datos de la Asociación Federal de Alimentación Ecológica (BöWL), La superficie orgánica total cultivada tuvo un leve crecimiento del 2.52%, donde las asociaciones de productores ecológicos tuvieron una participación relativa del 68% de hectáreas cultivadas en Alemania (Zhalen, Daten, & Fakten, 2013).

Dentro de estas asociaciones, Alemania cuenta con 8 principales asociaciones de productores ecológicos que se detallan a continuación en el siguiente cuadro:

Cuadro 4.6 - Asociaciones de productos ecológicos

NOMBRES	NUMERO DE EMPRESAS			HA CULTIVADAS		
	2010	2011	% CREC.	2010	2011	% CREC.
<i>Biokreis</i>	872	943	8,14%	35.304	37.177	5,31%
<i>Bioland</i>	5.443	5.589	2,68%	267.144	271.528	1,64%
<i>Biopark</i>	571	632	10,68%	133.055	133.828	0,58%
<i>Demeter</i>	1.387	1.420	2,38%	66.247	66.991	1,12%
<i>Ecoland</i>	41	35	-14,63%	2.074	1.865	-10,08%
<i>Ecovin</i>	215	216	0,47%	1.450	1.586	9,38%
<i>Gää</i>	342	349	2,05%	33.799	31.704	-6,20%
<i>Naturland</i>	2.441	2.517	3,11%	125.504	130.097	3,66%
<i>Ökohöfe</i>	162	154	-4,94%	19.334	19.334	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>11.474</b>	<b>11.855</b>	<b>3,32%</b>	<b>683.911</b>	<b>694.110</b>	<b>1,49%</b>

Fuente: Fakten: Die Biobranche 2012. BöWL Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft

Según el cuadro 4.6, estas asociaciones están dedicadas a la producción orgánica donde Bioland, Demeter y Naturland están compuestas por un mayor número de empresas y por ende son las más reconocidas por parte de los consumidores alemanes. Estas asociaciones son más exigentes que el reglamento EWG Nr. 2092/91 establecido por la Unión Europea ya que establecen sus propios códigos de certificación más rigurosos para la producción y transformación de los alimentos (Sánchez Abajo, 2011).

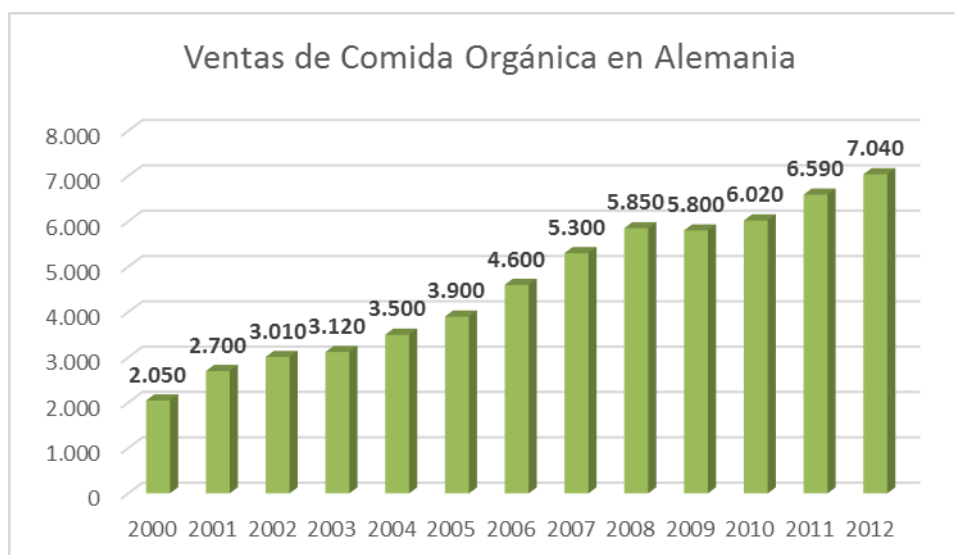
Por otro lado, Alemania es uno de los países con mayor venta de productos orgánicos, alcanzando los 6.590 millones de euros en el año 2011 y con un crecimiento del 9% en este sector, esto refleja que Alemania es el país con mayor consumo orgánico dentro del bloque europeo. Además, Alemania registró un consumo per cápita de 84 euros

por habitante del 2011 donde lo ubicó en los 10 países con más alto consumo de productos orgánicos de Europa.

Debido a la creciente demanda de los productos orgánicos, los agricultores alemanes no alcanzan a cubrir la demanda, ya que apenas el 6% de la agricultura se dedican a la producción orgánica, es por esto que Alemania es uno de los principales importadores de estos tipos de productos. Esta es una oportunidad para que los países latino americanos como Ecuador puedan incursionar sus productos orgánicos potenciales a este mercado.

En el siguiente cuadro se puntualiza las ventas del mercado orgánico alemán en millones de euros a partir del año 2000 hasta el 2012.

Ilustración 4.23 - Ventas en millones de euros de Alemania 2000-2012



Fuente: FiBL-AMI Survey 2013  
Elaborado por los autores

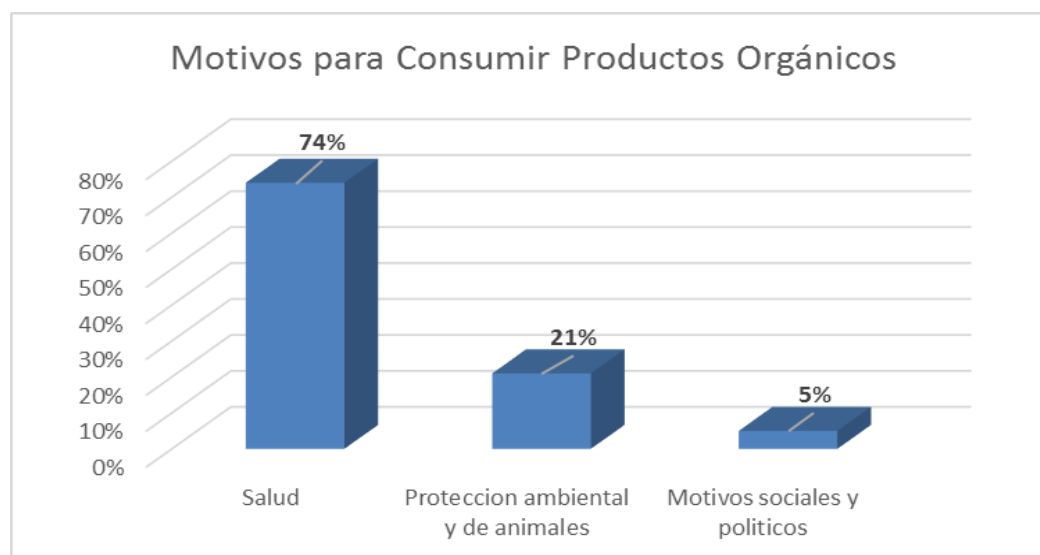
La ilustración 4.23 muestra que, el mercado Alemán es muy exigente acerca de la calidad de productos que ingresan a ese país. Este país europeo se rige a la norma EWG Nr. 834/07 establecido por la UE. Este reglamento determina las condiciones y controles de la agricultura orgánica donde existen métodos para producir alimentos BIO de manera sustentable con el fin de garantizar la calidad de los productos orgánicos para los consumidores. Según la normativa: “Un producto BIO procesado debe contener a lo menos un 95% de ingredientes procedente de cultivos orgánicos para poder ser reconocido como tal”.

Con Respecto al perfil del consumidor, los alemanes son consumidores que compran productos socialmente responsables y se preocupan por el medio ambiente, esta tendencia se la denomina como un estilo de vida sana y sostenible (LOHAS). Estos consumidores al momento de comprar un determinado producto toman en cuenta los siguientes aspectos:

- Que la producción siga los estándares ecológicos (Libres de pesticidas y fertilizantes)
- Que el consumo sea compatible con el desarrollo sostenible. ( Desde el trato respetuoso a los animales a la utilización de envases menos contaminantes)
- Que el consumo sea compatible con la justicia social.

En la siguiente ilustración se describe los principales motivos que influyen en la decisión de compra de los consumidores Alemanes como se muestra a continuación:

Ilustración 4.24 - Motivos principales para consumir productos orgánicos 2007



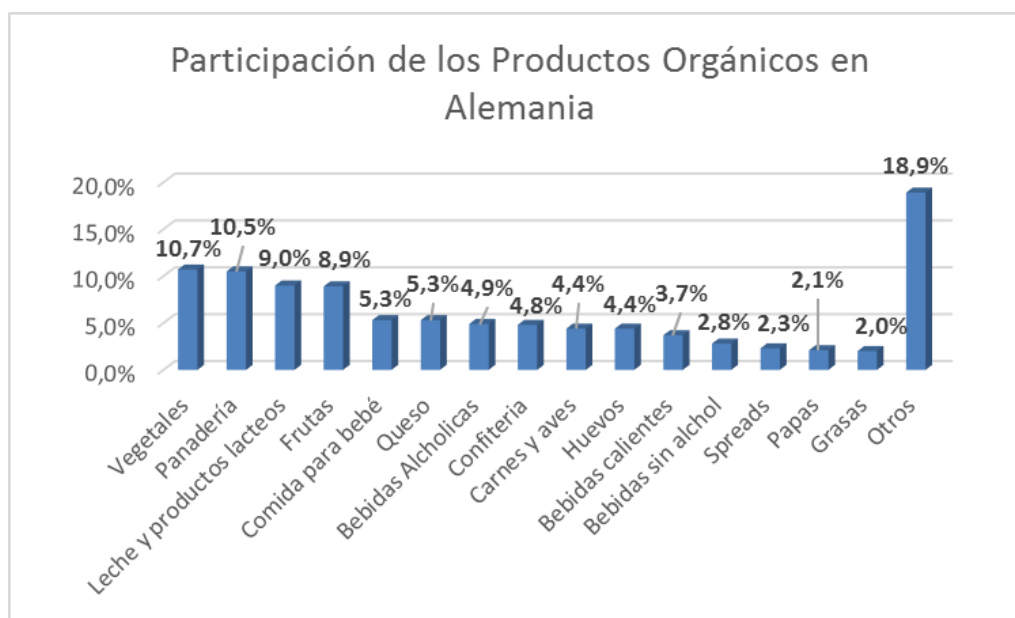
Fuente: ProChile Hamburgo 2007

En la ilustración 4.24 se observa que, la mayoría de los consumidores alemanes compran productos BIO principalmente por motivos de salud con 74%, seguido por protección ambiental y animal con 21% y el 5% por motivos sociales y políticos (Schaack, 2013). Cabe recalcar que los consumidores valoran más la frescura y calidad de los productos que se le ofrecen.

Por otro lado, la creciente demanda de consumidores alemanes de productos orgánicos se debe a la influencia de la recomendación de los médicos, seguida por los medios publicitarios como radio o televisión.

En la siguiente ilustración se muestra la participación de los productos en el mercado alemán del año 2012.

Ilustración 4.25 – Participación de los productos orgánicos en Alemania 2012



Fuente: AMI analysis on basis of GfK Householdpanel

Como se puede observar en la ilustración 4.25, la leche orgánica y sus derivados representan el 9% de las ventas alemanas con un valor de 633 millones de euros aproximadamente. Las comidas para bebés y queso representan el 5,3% del mercado respectivamente. En lo que corresponde a productos primarios, los vegetales y las frutas representan el 10,7% y 8,9% del mercado respectivamente.

Los productos que registraron una participación inferior al 4% fueron las bebidas calientes (3,7%), las bebidas libres de alcohol (2,8%), las papas (2,1%) y las grasas (2%) de las ventas totales en el año 2012. Mientras que la confitería, carnes y aves, huevos y bebidas alcohólicas se mantuvieron dentro del rango de 4 puntos porcentuales.

Con respecto a las importaciones de productos orgánicos de Alemania, se detalla a continuación:

Cuadro 4.7 - Producción e importaciones orgánicas de Alemania 2009-2010

PRODUCTO	IMPORT.	PROD.	% PART. IMPORTAC.	PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN
<b>Cereales</b>	<b>114.000</b>	<b>667.000</b>	<b>15</b>	
<i>Trigo</i>	70.000	185.000	27	Italia, Kazajstán, Rumania, Hungría, Rusia, Eslovaquia, Ucrania.
<i>Maíz</i>	18.000	25.000	42	Rumania, Italia, Eslovaquia, Hungría
<i>Espelta</i>	10.000	80.000	11	Italia, Eslovaquia, Hungría
<i>Centeno</i>	8.000	200.000	4	Lituania, Austria, Letonia, Rusia
<i>Cebada</i>	11.300	89.000	11	Rusia
<i>Arroz</i>	3.500	-	100	Italia, India, Pakistán
<i>Avena</i>	1.600	82.000	2	Finlandia, Dinamarca, Suecia
<b>Proteaginosas</b>	<b>14.600</b>	<b>45.000</b>	<b>24</b>	
<i>Habas</i>	2.400	14.300	14	Lituania, Rumania
<i>Arvejas</i>	10.000	16.400	38	Lituania, Rusia, Eslovaquia
<i>Altramuces</i>	1.000	13.700	7	Lituania, Polonia
<i>Lentejas</i>	340	-	100	Canadá, Turquía
<b>Semillas oleaginosas</b>	<b>41.640</b>	<b>13.000</b>	<b>76</b>	
<i>Soya</i>	19.000	1.400	93	Italia, Rumania, Kazajstán, India, Argentina, Brasil
<i>Semillas de girasol</i>	11.000	2.050	84	Rumania, Brasil, Argentina, China
<i>Linaza</i>	5.200	300	95	Canadá, Argentina, China, Rusia
<i>Sésamo</i>	640	-	100	Egipto, Uganda
<i>Semillas de colza</i>	5.000	10.000	33	Rumania, Rusia, Kazajstán, Hungría
<b>Patatas</b>	<b>38.000</b>	<b>100.000</b>	<b>28</b>	Austria, Israel, Egipto, Países Bajos
<b>Vegetales</b>				
<i>Zanahorias</i>	47.000	50.000	48	Países Bajos, Israel, Italia
<i>Tomates</i>	18.000	4.000	82	España, Países Bajos, Italia, Israel
<i>Pimienta dulce</i>	5.900	600	91	España, Israel, Países Bajos
<i>Cebollas</i>	4.500	8.500	35	Países Bajos, Argentina, Egipto
<i>Pepinos</i>	4.600	4.500	51	España, Países Bajos, Bulgaria
<b>Fresas</b>	<b>1.100</b>	<b>2.280</b>	<b>33</b>	España, Italia
<b>Frutas</b>				

<i>Manzanas</i>	26.000	26.000	50	Italia, Austria, Argentina, Nueva Zelanda
<i>Bananas</i>	72.000	-	100	Colombia, Ecuador, Republica Dominicana
<b>Cerdo</b>	<b>7.000</b>	<b>24.400</b>	<b>22</b>	Países Bajos, Austria, Dinamarca, Italia
<b>Azúcar</b>	<b>2.500</b>	<b>49.000</b>	<b>5</b>	Brasil, Paraguay, Ecuador
<b>Huevos (Mi.)</b>	<b>97</b>	<b>383</b>	<b>20</b>	Países Bajos, Italia
<b>Leche</b>	<b>57.000</b>	<b>545.500</b>	<b>15</b>	Dinamarca, Austria

Valores en toneladas métricas

Fuente: AMI – FiBL, AgroMilagro 2011

En el cuadro 4.7 se muestra que, los productos orgánicos que el país alemán importa son los cereales, las proteaginosas, las semillas oleaginosas, papas, vegetales, fresas, frutas, cerdo, azúcar y derivados de leche. Los cereales registraron una baja participación en las importaciones 15% debido al incremento en sus cultivos en el año 2009, con un crecimiento del 11%. El trigo y el maíz tuvieron una alta participación en las importaciones, aunque el arroz tuvo una participación del 100% en las importaciones debido a que en Alemania no produjo ese producto en el año de referencia.

Con respecto a las semillas oleaginosas, tuvieron una participación del 76% en el total de las importaciones alemanas, dentro de este sector, la soja es un claro producto potencial debido a su baja producción orgánica en lo cual registra una alta participación en las importaciones del 93% aproximadamente.

Dentro de los vegetales orgánicos importados, las zanahorias orgánicas registran el 48% de sus importaciones debido a que las fincas individuales no pueden expandir sus aéreas cultivadas con zanahorias. Por otro lado, los tomates y los pimientos registran una alta participación en las importaciones, esto se debe a la fuerte demanda de estos tipos de productos orgánicos durante todo el año.

La leche tuvo una participación del 16% de las importaciones, aunque es posible que Alemania siga ampliando su producción. Aunque Dinamarca y Austria son los principales proveedores de leche orgánica y mantequilla, los cuales producen excedentes de producción y se podría generar competencia con el país Alemán.

Las frutas orgánicas como manzanas y bananas son las más vendidas dentro de esta categoría. Las bananas orgánicas registran una participación del 100% en las importaciones donde sus principales países proveedores fueron Colombia, Ecuador y República Dominicana (Willer & Lukas, 2012).

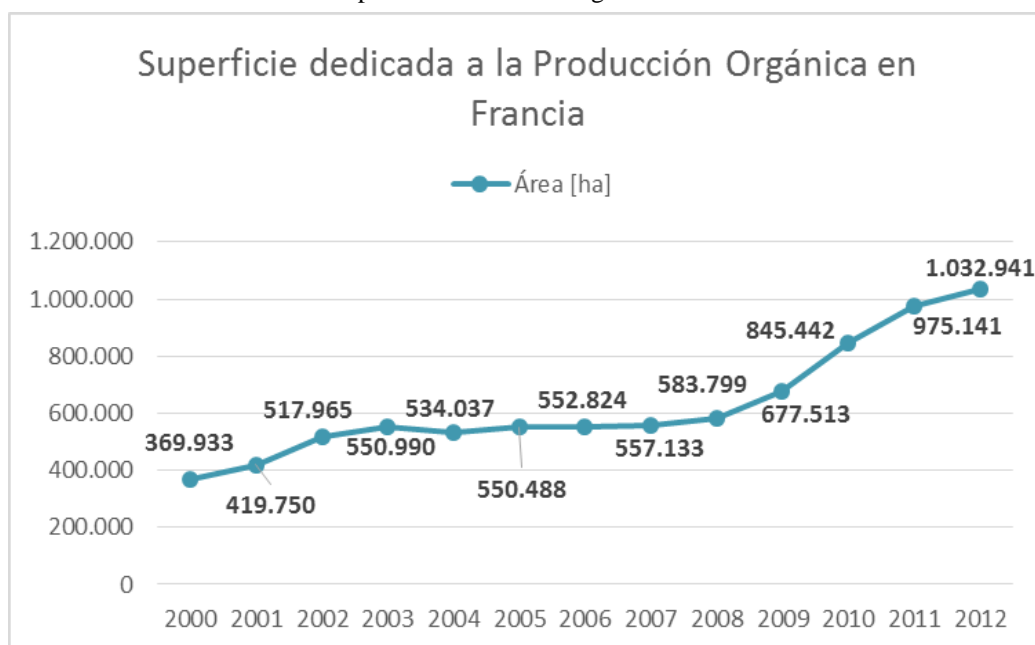


#### 4.2.1.2 Francia

La agricultura orgánica del país francés ha tenido un desarrollo positivo a través de los años como se refleja en la ilustración 4.26. Según datos históricos, Francia registró 369.933 ha en el año 2000 y 1.032.941 ha en el año 2012, esto significa que obtuvo un crecimiento del 179% en base al año 2000.

La superficie de cultivos orgánicos del país Francés desde el año 2000 hasta el 2012 se presenta en la siguiente ilustración.

Ilustración 4.26 - Superficie de cultivos orgánicos en Francia 2000-2012

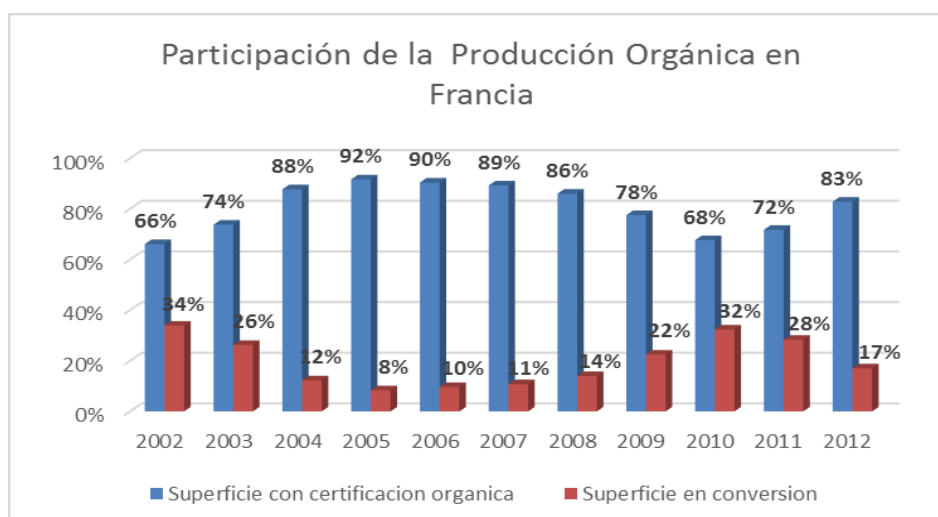


Fuente: The Research Institute of Organic Agriculture FIBL  
Elaborado por los autores

Como se observa en la ilustración 4.26, en el año 2004, Francia tuvo un decrecimiento del -3.08% en relación al año anterior, aunque el año 2010, registró un alto crecimiento en la superficie de cultivos orgánicos del 24.79%.

En la siguiente ilustración se muestra la evolución de la superficie dedicada a la producción orgánica a partir del año 2002.

Ilustración 4.27 - Evolución de la superficie orgánica (ha) desde el 2002



Fuente: Agence BIO7OC

En la ilustración 4.27 se observa que, la evolución de la superficie en modo de producción orgánica ha sido significativa desde el año 2002, ya que la superficie con certificación orgánica en ese año registró una participación del 66% y el 34% restante en superficie de conversión de un total de 517.965 ha de producción orgánica. En cambio, en el año 2012, Francia registra el 83% de superficie con certificación orgánica y sólo el 17% de superficie en conversión (c1, c2 y c3).

La estructura de la producción ecológica en Francia, se divide en producción vegetal y producción animal como se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 4.8 - La estructura de la producción vegetal de Francia 2011-2012

CULTIVO VEGETAL EN FRANCIA	SUPERFICIE ORGÁNICA (HA)			
	2011	EVOL. 2010	2012	EVOL. 2011
<b>CULTIVOS DE CAMPO</b>	<b>192.077</b>	<b>10%</b>	<b>205.362</b>	<b>7%</b>
<b>Cereales</b>	<b>145.370</b>	<b>10%</b>	<b>161.336</b>	<b>11%</b>
<i>Avena</i>	7.017	15%	-	-
<i>Trigo duro</i>	2.948	-18%	-	-
<i>Trigo</i>	41.987	-2%	-	-
<i>Espelta</i>	3.962	11%	-	-
<i>Grano de Maíz</i>	14.992	11%	-	-
<i>Cebada</i>	16.697	9%	-	-
<i>Arroz</i>	1.355	27%	-	-
<i>Alforfón</i>	4.125	9%	-	-
<i>Centeno</i>	3.064	-1%	-	-

<i>Sorgo</i>	1.658	-4%	-	-
<i>Triticale</i>	17.229	24%	-	-
<i>Otros</i>	946	-10%	-	-
<i>Cereales mezclados</i>	29.390	33%	-	-
<b>Oleaginosas</b>	<b>26.705</b>	<b>9%</b>	<b>27.098</b>	<b>1%</b>
<i>Colza</i>	2.117	-43%	-	-
<i>Lino</i>	657	-13%	-	-
<i>Soja</i>	8.186	7%	-	-
<i>Girasoles</i>	15.213	26%	-	-
<i>Otros</i>	532	113%	-	-
<b>Proteaginosas</b>	<b>16.065</b>	<b>2%</b>	<b>12.032</b>	<b>-25%</b>
<i>Haba</i>	11.020	1%	-	-
<i>Lupino</i>	220	-25%	-	-
<i>Arvejas</i>	4.736	9%	-	-
<i>Otros</i>	90	-51%	-	-
<b>Legumbres secas</b>	<b>3.936</b>	<b>27%</b>	<b>4.896</b>	<b>24%</b>
<i>Lentejas</i>	3.031	25%	-	-
<i>Garbanzos</i>	548	16%	-	-
<i>Otros</i>	357	70%	-	-
<b>SUPERFICIES FORRAJERAS</b>	<b>635.321</b>	<b>23%</b>	<b>661.891</b>	<b>4%</b>
<i>sth</i>	372.160	24%	-	-
<i>Forraje</i>	263.161	21%	-	-
<b>Legumbres frescas</b>	<b>14.177</b>	<b>13%</b>	<b>15.157</b>	<b>7%</b>
<b>Frutas</b>	<b>22.859</b>	<b>22%</b>	<b>25.048</b>	<b>10%</b>
<b>Vino</b>	<b>61.055</b>	<b>21%</b>	<b>64.801</b>	<b>6%</b>
<b>PPAM</b>	<b>4.616</b>	<b>4%</b>	<b>4.806</b>	<b>4%</b>
<b>Otros</b>	<b>45.036</b>	<b>-32%</b>	<b>55.876</b>	<b>24%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>975.141</b>	<b>15%</b>	<b>1.032.941</b>	<b>6%</b>

Fuente: Agence Bio / OC

En el cuadro 4.8 se describe la producción orgánica vegetal de Francia, la cual se divide en diferentes categorías como grandes cultivos (Cereales, oleaginosas, proteaginosas, legumbres secas), forrajes, legumbres frescas, frutas, vinos, PPAM y otros. Los forrajes es la categoría que registra mayor participación en la producción orgánica vegetal con el 65%, seguido por los grandes cultivos de campos con el 20% y los cultivos para vinos con el 6.3%.

En el año 2012, la superficie orgánica total obtuvo un crecimiento del 6% en relación al año anterior, donde el crecimiento de los grandes cultivos fue del 7% en relación al año anterior aunque los proteaginosas tuvieron un decrecimiento del -25%. Seguido por las legumbres frescas y frutas donde se obtuvo un crecimiento del 7% y 10% respectivamente. Aunque en el año 2011, Francia obtuvo un crecimiento porcentual del 15% donde las mayores tasas de crecimientos superiores al 20% fueron las frutas, las viñas y las legumbres, esto se debe a que Francia obtuvo un mayor crecimiento en el año 2011 con 9 puntos porcentuales de diferencia en relación al año 2012.

Por otro lado, la producción animal de Francia se lo detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 4.9 - La estructura de la producción animal de Francia 2011

PRODUCCIÓN ANIMAL EN FRANCIA	NUMERO DE ANIMALES		NUMERO DE ANIMALES	
	2011	EVOL. 2010	2012	EVOL. 2011
<b>TOTAL DE VACAS</b>	<b>208.118</b>	<b>24%</b>	<b>224.877</b>	<b>8%</b>
<i>Vacas nodrizas</i>	<i>101.702</i>	<i>20%</i>	<i>107.740</i>	<i>6%</i>
<i>Vacas lechera</i>	<i>106.416</i>	<i>28%</i>	<i>117.137</i>	<i>10%</i>
<b>TOTAL DE OVEJAS</b>	<b>189.879</b>	<b>14%</b>	<b>203.157</b>	<b>7%</b>
<i>Carne de oveja</i>	<i>131.545</i>	<i>11%</i>	<i>140.895</i>	<i>7%</i>
<i>Ovejas lechera</i>	<i>58.334</i>	<i>20%</i>	<i>62.262</i>	<i>7%</i>
<b>CABRAS</b>	<b>38.660</b>	<b>27%</b>	<b>42.124</b>	<b>9%</b>
<b>CERDAS</b>	<b>6.962</b>	<b>10%</b>	<b>7.321</b>	<b>5%</b>
<b>POLLOS DE CARNE</b>	<b>7.692.324</b>	<b>9%</b>	<b>7.879.959</b>	<b>2%</b>
<b>GALLINAS PONEDORAS</b>	<b>2.991.557</b>	<b>31%</b>	<b>3.356.877</b>	<b>12%</b>
<b>APICULTURA (COLMENAS)</b>	<b>81.005</b>	<b>17%</b>	<b>86.865</b>	<b>7%</b>

Fuente: Agence Bio / OC

Como se puede observar en el cuadro 4.9, la producción ganadera ecológica certificada en todas las especies ha obtenido un crecimiento ligero en el año 2012 con respecto al año anterior. El sector de las gallinas ponedoras obtuvo un crecimiento del 12%, seguido por las cabras donde se registró un crecimiento del 9% y las vacas con un crecimiento del 8%. En contraparte, las especies que registran un crecimiento menor a ocho puntos porcentuales son las ovejas, la apicultura, las cerdas y los pollos de engorde.

También se puede observar que uno de los sectores más dinámicos en la producción animal es la apicultura orgánica ya que ha obtenido un óptimo desarrollo en

sus colmenas, aumentando 5.800 colmenas orgánicas certificadas adicionales y 6423 colmenas en conversión en el año 2012, con una participación relativa del 11% aprox. A nivel nacional en Francia.

Por otro lado, la transformación de productos orgánicos en Francia se lo describe en el siguiente cuadro, dividido en los principales sectores de actividad económica del país del año 2011-2012.

Cuadro 4.10 - Distribución de procesadores BIO 2011-2012

<b>SECTOR PRINCIPAL DE ACTIVIDAD ECONÓMICA BIO</b>	<b>NÚM. DE PROCESADORES 2011</b>	<b>NÚM. DE PROCESADORES 2012</b>
<i>Productos de panadería-pastelería y pasta</i>	5.334	5.212
<i>Frutas y legumbres</i>	492	525
<i>Bebidas</i>	514	589
<i>Aceites esenciales y otros productos a base de PPAM</i>	244	271
<i>Granos y productos de almidón</i>	225	238
<i>Semillas y plantas</i>	70	50
<i>Carnes</i>	550	571
<i>Productos lácteos</i>	222	238
<i>Alimentación animal</i>	132	133
<i>Pescados, crustáceos y moluscos</i>	110	123
<i>Huevos</i>	52	43
<i>Miel</i>	19	22
<i>Otros productos alimenticios</i>	504	537
<i>Multi- productos</i>	166	197
<i>Aceites y grasas vegetales o animales</i>	90	98
<i>Restauración</i>	52	76
<i>Otras actividades</i>	9	34
<b>TOTAL</b>	<b>8.785</b>	<b>8.957</b>

Fuente: Agence BIO / OC

En el cuadro 4.10 se observa que, los procesadores orgánicos son aquellas empresas que realizan operaciones de transformación, almacenamiento y acondicionamiento de los productos agrícolas orgánicos donde los restaurantes certificados se encuentran incluidos en esta categoría, según la agencia biológica de Francia.

A finales del año 2012, el país francés registró un total de 8.957 empresas que fueron certificadas como orgánicos con un crecimiento leve del 2% en relación al año

anterior. En el mismo año, se registró un total de 3.246 distribuidores certificados orgánicos con un crecimiento del 2.3% en comparación al año 2011, ya que a partir del 2005 se extendió el requisito de certificación a los distribuidores de estos tipos de productos.

En el año 2012, las empresas que registraron una alta participación relativa fueron aquellas que tienen como su actividad principal la elaboración de productos de panadería-pastelería y pasta con el 58%, pero registraron un decrecimiento del -2% debido a la evolución del sector de los artesanos panaderos.

Seguido por empresas que tienen su actividad principal en el sector de frutas y legumbres con un crecimiento del 7% (+33 empresas adicionales) en relación al año anterior y una participación relativa del 6%.

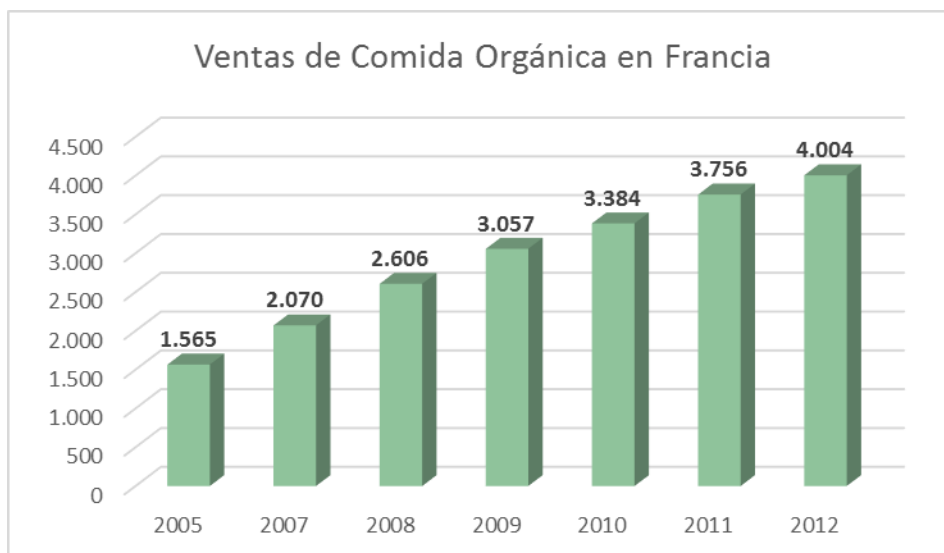
Por otro lado, el 6% o 589 empresas operan en la industria de bebidas orgánicas donde registraron un crecimiento del 15% (75 empresas adicionales) en comparación al año 2011. Donde la mayoría de estas empresas se dedican a la producción de vinos orgánicos. Además, en esta industria no están incluidos los jugos de frutas.

Con respecto al sector animal, las empresas que se especializan en el sector de carnes, registró una alta participación relativa del 6% o 571 empresas y un crecimiento del 4% (+21 empresas adicionales) en relación al año 2011.

El 2.66% de empresas se dedican al sector lácteo (envase de leche o la fabricación de lácteo) y registraron un crecimiento de +7 puntos porcentuales en relación al año anterior. Seguido por el 2% de las empresas que se dedican a la alimentación de los animales y el 1% o 123 empresas que se dedican a la acuicultura (pescado, marisco) con un crecimiento del 12% en relación al año anterior. El restante de las empresas que trabajan en el sector animal, se especializan en los productos de apicultura y huevos con una participación relativa menor al 2%.

En cuanto a las ventas orgánicas en el país francés, se muestra en la siguiente ilustración desde el año 2005 hasta el 2012 en millones de euros.

Ilustración 4.28 - Ventas del mercado orgánico en Francia 2005-2012



Fuente: Agence Bio / ANDi - 2012

En la ilustración 4.28 se observa que, Francia alcanzó 3,75 billones de euros de compra de productos orgánicos para el consumo doméstico en el año 2011 con un crecimiento del 11% en relación al año anterior, dentro del sector orgánico. Dentro de las ventas del mercado total, se estimó que el 2.4% corresponde al mercado de alimentos francés. En cambio, en el año 2012, el país europeo alcanzó los 4,0 billones de euros de compras de productos orgánicos para el consumo interno, con un crecimiento del 6% en relación al año 2011, según las estimaciones realizadas por L'Agence Bio, es decir que la tasa de crecimiento de las ventas se redujo a la mitad de un año a otro (entre el 2011 y 2012). Por otro lado, el país Francés obtuvo un consumo per cápita de 58 euros por habitante en el año de referencia. Aunque su consumo per cápita es bajo, está dentro de los 10 países con mayor venta y consumo per cápita de la comunidad Europea.

En el siguiente cuadro se detalla la evolución de las ventas del país francés dividido en sus principales categorías, donde se puede observar el crecimiento y la participación en las ventas desde el año 2007 al 2012 en relación al mercado total de ventas de productos orgánicos en millones de dólares euros.

Cuadro 4.11 - Evolución de las ventas al detalle 2007-2012

<b>COMERCIO AL POR MENOR (MILLONES €)</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>Evol. 2011</b>	<b>% Part. 2012</b>
<b>Productos de carnes y mariscos</b>	<b>264</b>	<b>308</b>	<b>385</b>	<b>454</b>	<b>506</b>	<b>531</b>	<b>5%</b>	<b>13%</b>
<i>Carne de res</i>	109	112	136	146	159	169	6%	
<i>Carne de cerdo</i>	27	36	40	52	58	63	9%	
<i>Carne de cordero</i>	26	29	29	32	35	37	6%	
<i>Aves de corral</i>	70	79	92	109	119	122	3%	
<i>Embutidos</i>	26	35	51	65	75	76	1%	
<i>Pescado ahumado*</i>	5	17	36	50	60	64	7%	
<b>Crémèrie</b>	<b>435</b>	<b>575</b>	<b>668</b>	<b>723</b>	<b>807</b>	<b>822</b>	<b>2%</b>	<b>21%</b>
<i>Leche</i>	138	195	237	245	269	269	0%	
<i>Productos lácteos</i>	162	210	235	269	311	316	2%	
<i>Huevos</i>	136	170	196	209	228	237	4%	
<b>Catering, congelados y comestibles</b>	<b>415</b>	<b>555</b>	<b>717</b>	<b>823</b>	<b>958</b>	<b>1025</b>	<b>7%</b>	<b>26%</b>
<i>Catering-congelados</i>	58	78	119	143	169	178	5%	
<i>Comestibles dulces</i>	190	251	323	365	414	453	9%	
<i>Comestibles salados</i>	167	226	275	315	374	395	6%	
<b>Bebidas</b>	<b>331</b>	<b>362</b>	<b>443</b>	<b>487</b>	<b>551</b>	<b>626</b>	<b>14%</b>	<b>16%</b>
<i>Vino</i>	249	254	298	322	359	413	15%	
<i>Bebidas vegetales</i>	39	44	58	61	65	70	8%	
<i>Jugo de frutas y de legumbres</i>	40	55	77	90	109	123	13%	
<i>Otras bebidas</i>	3	9	11	15	18	19	6%	
<b>Pan / Harina</b>	<b>254</b>	<b>310</b>	<b>320</b>	<b>328</b>	<b>336</b>	<b>341</b>	<b>1%</b>	<b>9%</b>
<b>Frutas y legumbres</b>	<b>370</b>	<b>451</b>	<b>523</b>	<b>569</b>	<b>597</b>	<b>661</b>	<b>11%</b>	<b>17%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2.069</b>	<b>2.561</b>	<b>3.056</b>	<b>3.384</b>	<b>3.755</b>	<b>4.004</b>	<b>6,6%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Agence BIO / ANDi 2012

Como se puede observar en el cuadro 4.11, las ventas para el consumo interno del país se dividen en diferentes categorías como productos de carnes/mariscos, crémère, catering/congelados/comestibles, bebidas, pan/harina y frutas/legumbres.



A principios del año 2007, la categoría de catering, congelados y comestibles registró ventas de 415 millones de euros con un crecimiento de 147% (1.025 millones de euros) en base al año 2007 y una participación relativa del 20%.

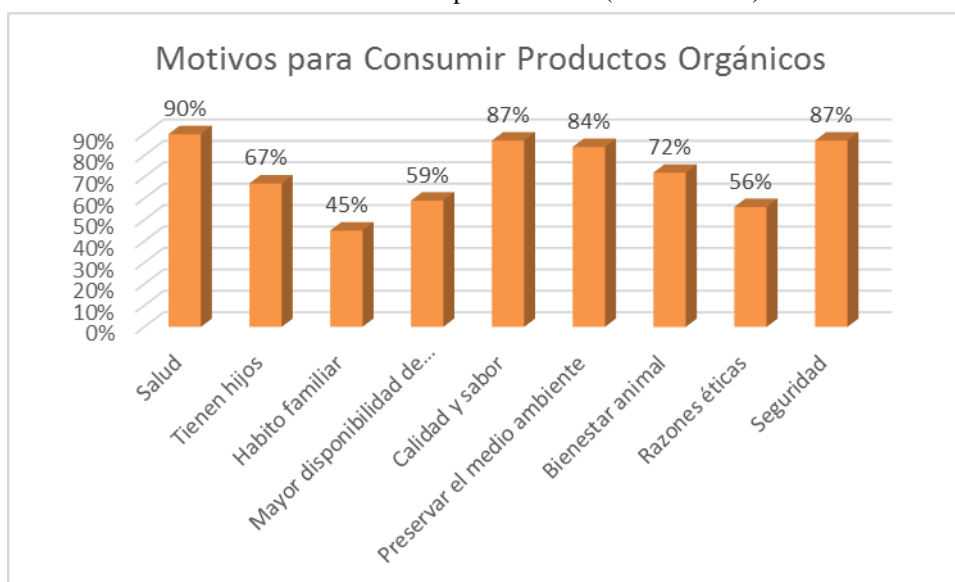
Seguido por la sección de *cremière*, donde obtuvo una participación relativa del 21% y un crecimiento leve del 2% en relación al año anterior. Dentro de esta categoría se encuentran los huevos, productos lácteos y leche.

El 17% de las ventas corresponden a las frutas y legumbres, en el cual obtuvo un crecimiento del 11% en relación al año 2001. En cambio, las bebidas registraron una participación relativa del 16% y un crecimiento del 14% en relación al año anterior. Dentro de este sector, el vino orgánico representa el 10%, las bebidas vegetales el 1.7%, los jugos de frutas el 3.1% y otras bebidas el 0.5% de las ventas totales del país francés.

Los productos de carnes y mariscos registraron el 13% de las ventas totales y obtuvieron un crecimiento del 5% en relación año 2011. Dentro de esta sección se encuentran la carne de res, la carne de cerdo, la carne de cordero, embutidos y pescado ahumados donde la carne de res representa el 4% de las ventas totales. El pan/harina obtuvo una participación relativa del 9% y registró un crecimiento de solo el 1% en relación al año 2011.

Por otro lado, los franceses consumen productos ecológicos por los siguientes motivos que se detallan en la siguiente ilustración.

Ilustración 4.29 Principales razones (Francia 2012)

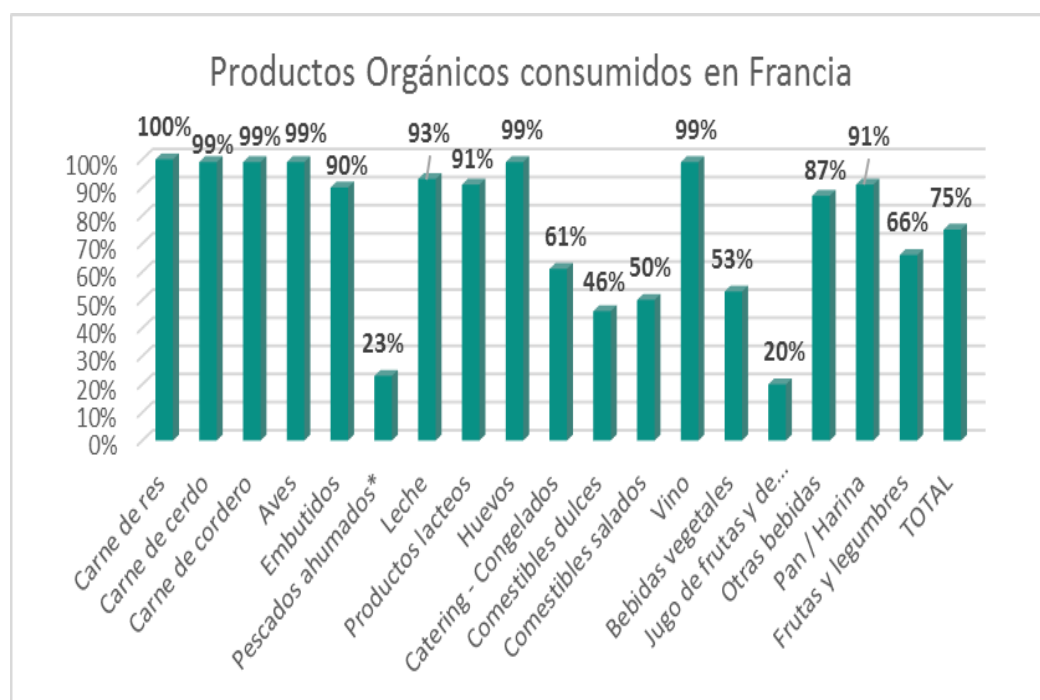


Fuente: Baromètre CSA / Agence BIO - 2012

Según la ilustración 4.29, más del 80% de los franceses deciden consumir los productos orgánicos por motivos de salud, seguridad y preservación del medio ambiente. Por otro lado, existen otras razones como hábito familiar, bienestar animal, ética, entre otros, por lo que los habitantes consumen orgánicos.

A continuación se detalla la tasa de variación del consumo de los productos orgánicos en Francia en el año 2012 en la siguiente ilustración.

Ilustración 4.30 - Parte de productos orgánicos consumidos en Francia en el 2012



Fuente: Agence BIO / ANDi - 2012

Como se presenta en la ilustración 4.30, Francia produce el 75% del consumo orgánico en promedio en ese país, el resto lo importa, esto representa un aumento de 5 puntos porcentuales con respecto al año 2011. Sin embargo, algunos de los productos mostrados en la ilustración, como los pescados ahumados, los jugos, entre otros, muestran una producción inferior al promedio, razón por la cual tales esos productos se puede considerar potencialmente exportables en nuestro país (L'Agence Bio, 2013, pág. 19).

Con respecto a las importaciones de productos orgánicos de Francia, se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 4.12 - Productos orgánicos importados de Francia 2012

PRODUCTOS	Nº DE PAÍSES TERCEROS	PRINCIPALES PAÍSES CON AUTORIZACIÓN DE IMPORTACIÓN	NÚMEROS DE PERMISOS DE AUTORIZACIÓN EXPEDIDA	Nº DE IMPORTADORES
<i>Frutas y legumbres secas y frescas</i>	32	Turquía, Marruecos, República Dominicana, Filipinas, Sudáfrica	112	76
<i>Frutas y verduras</i>	13	México, Turquía, Marruecos, Colombia, China	33	29
<i>Aceites esenciales y PPAM</i>	26	Egipto, Madagascar, Marruecos, Nepal, Sri Lanka, Albania	122	53
<i>Productos a base de aceites</i>	9	Marruecos, Filipinas, China	26	25
<i>Cereales y planta industriales (Semillas oleaginosas, vegetales con almidón, cultivos forrajeros)</i>	11	Bolivia, Tailandia, Perú, Turquía	22	17
<i>Alimentación animal (piensos)</i>	2	China, México	3	2
<i>Té</i>	10	China, Marruecos, Sri Lanka, Sudáfrica	37	27
<i>Café</i>	13	México, Perú, Etiopía, Honduras, Colombia, Bolivia	50	13
<i>Cacao</i>	7	Perú, Ecuador, República Dominicana, Nicaragua, Costa Rica, Haití, México	11	6
<i>Azúcar</i>	6	Perú, Tailandia, Filipinas, Colombia, Brasil, Madagascar	7	5
<i>Espicias, condimentos y sazonadores</i>	6	Perú, China, Sudáfrica, Tailandia, Marruecos, Madagascar	19	15
<i>Miel</i>	4	China, Brasil, Australia, Camerún	16	12
<i>Productos de acuicultura</i>	5	Ecuador, Madagascar, Chile	20	12

<i>Champiñones</i>	2	China, Chile	2	1
<i>Otros</i>	12	Brasil, Chile, Perú, Tailandia	23	16

Fuente: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Silvicultura - DGPAAT

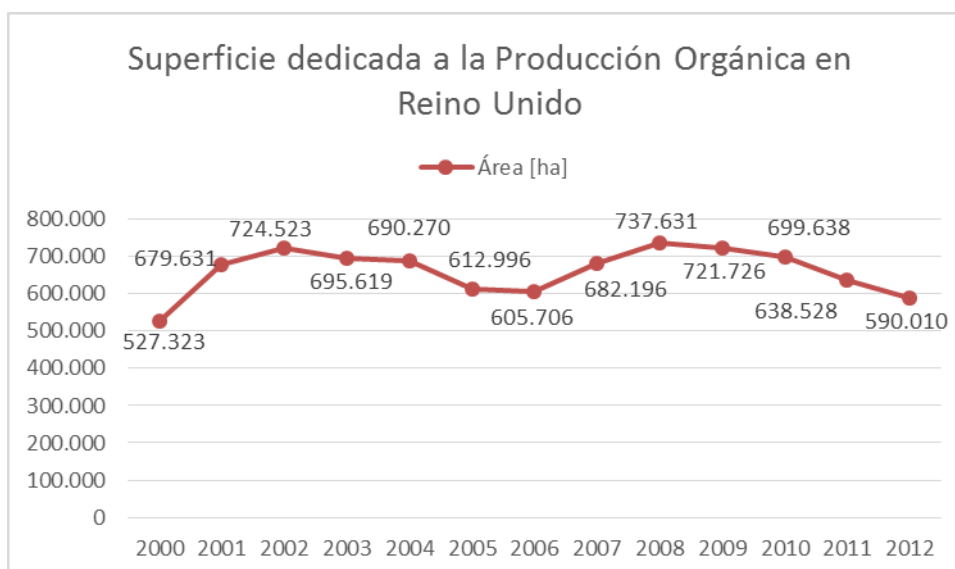
De acuerdo con la información que se presenta en el cuadro 4.12, las importaciones del país francés se concentran más en frutas y legumbres secas, verduras, cereales y plantas industriales (semillas) con un amplio número de importadores.

El producto como el cacao es importado por 6 empresas francesas donde sus países de origen son Perú, República Dominicana, Nicaragua, Costa Rica, Haití, México, incluyendo al Ecuador. Dentro de los productos de acuicultura son importados por 12 operadoras francesas donde uno de sus países de origen se encuentra Ecuador.

#### 4.2.1.3 Reino Unido

La superficie orgánica del Reino Unido ha obtenido un crecimiento variable como se puede observar en la ilustración 4.31. Según registros oficiales, el país inglés registró un crecimiento solo del 11.89% en 12 años ya que en el 2000 se registró una superficie de 527,323 ha y en el año 2012 se registró una superficie de 590,010 ha.

Ilustración IV.31 - Superficie de cultivos orgánicos en Reino Unido 2000-2012

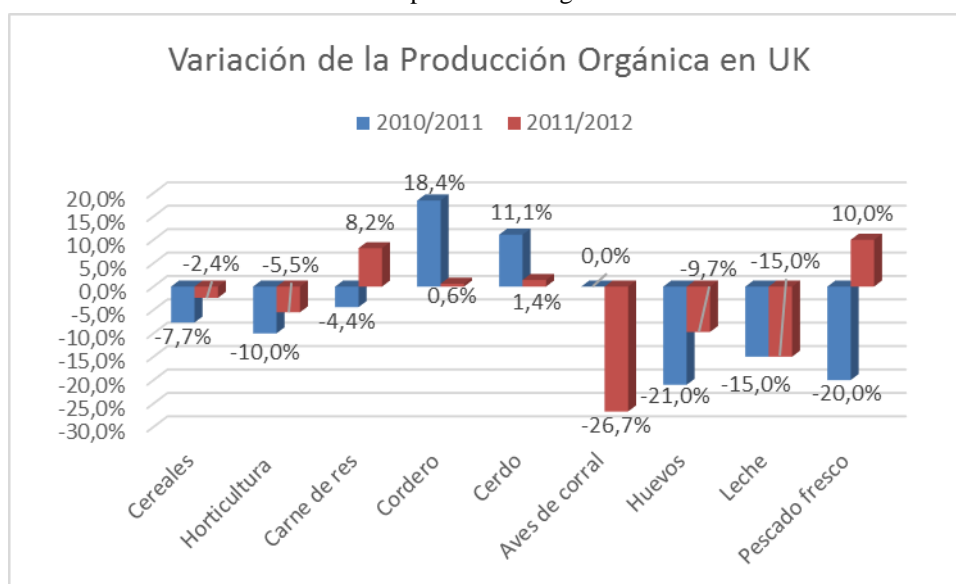


Fuente: Organic Market Report UK, Soil Association

Esto se debe a las condiciones climáticas del país que dificulta la producción de productos orgánicos. En el año 2012, se registró 590,010 ha de superficie orgánica con un decrecimiento del  $-7,60\%$  en relación al año anterior.

En la siguiente ilustración, se detalla la variación de la producción orgánica del país por sector entre los años 2010-2012:

Ilustración 4.32 - Variación de la producción orgánica de Reino Unido 2010-2012



Fuente: Organic Market Report UK, Soil Association

La ilustración 4.32 muestra que, la producción orgánica de Reino Unido se divide en los principales sectores como cereales, horticultura, carne de res, cordero, cerdo, aves de corral (pollo, pavo), lácteos (huevos, leche) y pescado fresco.

Los diferentes sectores de producción muestran una tendencia positiva/negativa en relación a los años 2010-2011 y 2011-2012.

Con respecto al sector de cereales, la producción obtuvo un decrecimiento del  $-7,7\%$  en relación al año 2011, aunque al siguiente año este sector obtuvo un decrecimiento de sólo el  $2,4\%$ , es decir que se redujo su decrecimiento en 5.3 puntos porcentuales. Esto se debe a que todos los cultivos de cereales se enfrentaron a diferentes circunstancias como enfermedades, mala calidad y escasez de semillas de invierno. Aunque la demanda fue fuerte en casi todos los cultivos (excepción de la avena), en relación al año 2011, donde hubo una escasez de demanda y donde hubo una negativa condición climática para la producción.

En el año 2012, la horticultura obtuvo un decrecimiento del 5.3% debido al aumento de los precios del productor (10% - 20%), plagas, la reducción de ventas en los supermercados, sobre todo a las difíciles condiciones climáticas que experimenta el país, es por esto que productores han renunciado a la producción orgánica debido a 3 malas temporadas que ha existido en el país por 5 años consecutivos.

Por otro lado, los sectores de carne de res y cordero tuvieron que enfrentar a las importaciones con bajo precio que el país realizaba. A pesar de esto, el sector de carne de res registró +8.2 puntos porcentuales y el sector de cordero registró un crecimiento solo +0.6 puntos porcentuales en el año 2012. Con respecto al sector de cordero, en el año 2011 registró un crecimiento de +18.4 puntos porcentuales, es decir que en el año siguiente este sector disminuyó -17.8 puntos porcentuales debido a que los problemas de calidad de la platija de hígado y hierbas retrasaron la producción de corderos orgánicos.

En el año 2012, el sector porcina obtuvo un crecimiento solo del 1.4% en relación al año anterior, donde cayó -10 puntos porcentuales en comparación al año 2011 (11.1%). Los altos precios de alimentación obligaron al 30% aproximadamente de productores orgánicos de porcina a buscar otras formas de negocios.

Las aves de corral como el pollo y pavo orgánico tuvo un decrecimiento del -26.7% aproximadamente en el año 2012. Los costos de alimentación incrementaron considerablemente donde se vieron afectado los minoristas ya que los precios al por poner y por ende se vieron afectado los volúmenes de ventas en este sector durante el año en referencia.

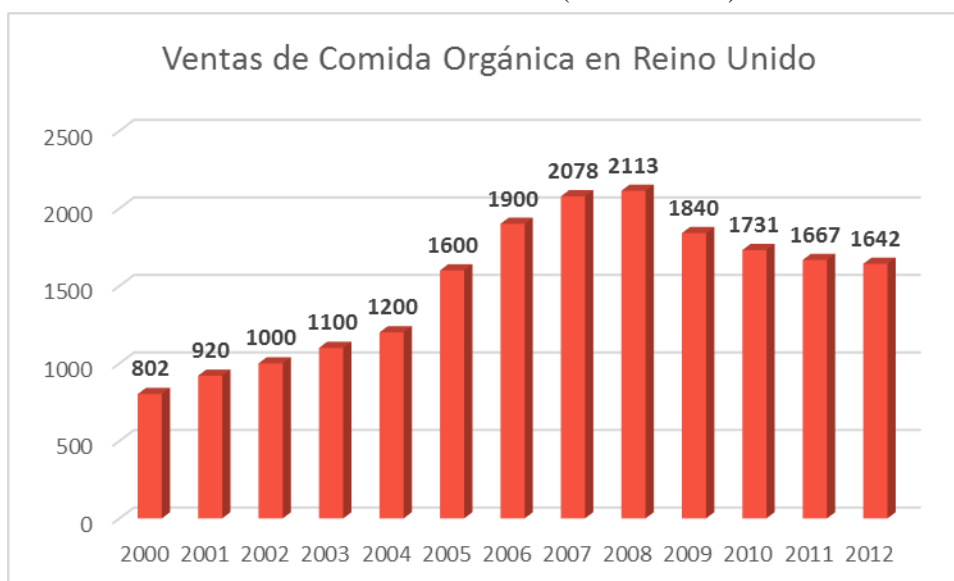
Los productos lácteos como huevos y leche obtuvieron un decrecimiento del -9.7% y -15% en el año 2012. En relación a los huevos orgánicos, varios agricultores culminaron la producción de huevos ya que la venta de huevos en los supermercados registró una decaída del 30% aproximadamente. La producción en este sector puede mejorar si existe un crecimiento considerable en la demanda y precios estables para los productores. En relación a la producción de leche, este sector obtuvo un decrecimiento del -15% aproximadamente, esto se debe a que las ventas de leche cayó en -4.4% durante el año en referencia.

Finalmente, el salmón registró un crecimiento en su producción y ventas del 10% y 1.4% respectivamente. Por lo que los productores obtuvieron un año positivo a pesar de los problemas de las plagas que se enfrentaron. Además, la inversión en la industria ha

permitido una mejora en los sistemas de alimentación aumentando el bienestar de los peces.

En relación a las ventas, Reino Unido registró 1.667M libras esterlinas con un decrecimiento de -3.7 puntos porcentuales en relación al año 2010. En el año 2012, UK registró ventas menores de 1.642M libras esterlinas, es decir que las ventas cayeron en -1.5% en comparación al año anterior. Según los datos históricos, en los últimos 5 años el país registra un decrecimiento en las ventas de productos orgánicos. A pesar de estos valores registrados, Reino Unido se encuentra dentro de los 10 países con mayor participación de ventas en el mercado orgánico de la Unión Europea.

Ilustración 4.33 – Ventas de Reino Unido (Libra Esterlina) 2000-2012

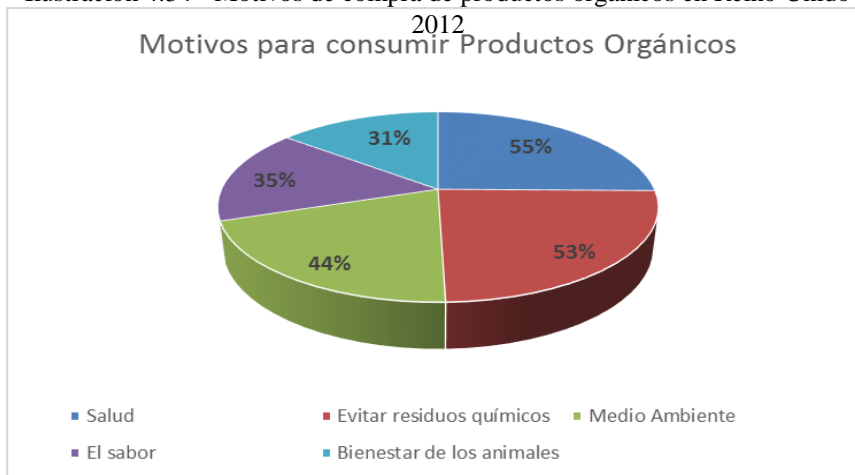


Fuente: Organic Market Report UK 2013, Soil Association

Como se puede observar en la ilustración 4.33, Las ventas del país cayeron en 3.7%, aunque las ventas a través de correos electrónicos o entrega a domicilio aumentaron en +7.2 puntos porcentuales. Los productos orgánicos que siguen teniendo acogida en el mercado son el cordero orgánico, la mantequilla, hierbas y especias, alimentos para bebés, aves de corral (The Soil Association, UK, 2013).

En Reino Unido, las personas consumen estos tipos de productos por diferentes razones como se muestra en la siguiente ilustración:

Ilustración 4.34 - Motivos de compra de productos orgánicos en Reino Unido

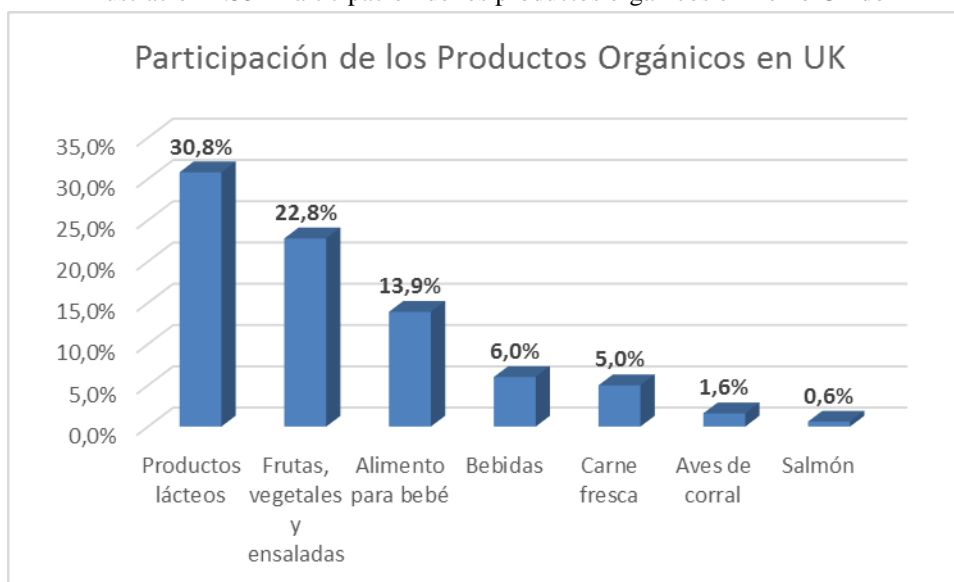


Fuente: Organic Market Report UK, Soil Association

La ilustración 4.34 muestra que más de la mitad de los compradores orgánicos lo hacen por salud (55%), seguido por los compradores que lo hacen para evitar los residuos químicos en los alimentos. La motivación de compra de otros consumidores es por cuidar el medio ambiente, por otro lado, la tercera parte de la población consumen estos tipos de productos por el sabor y el bienestar de los animales que al parecer son las razones de compra menos influyente en relación a salud que se ha mantenido constante al transcurrir los años.

A continuación se detalla los principales productos orgánicos que tienen mayor participación en el mercado de Reino Unido:

Ilustración 4.35 - Participación de los productos orgánicos en Reino Unido



Fuente: Organic Market Report UK, Soil Association



Según la ilustración 4.35, los 3 principales productos orgánicos que registra un alto porcentaje en la participación de las ventas del año 2012 son los lácteos, frutas, verduras y alimento para bebés.

La mayoría de los consumidores orgánicos pertenecen a un grupo social de ingresos afluentes. Según estudios realizados proveen que las personas menores a 35 años de edad de todas las clases sociales, aumentarán el consumo de productos en el mercado orgánico para años posteriores. Esta información es relevante ya que si se logra orientarse a que las personas jóvenes consuman productos orgánicos, ellos lo van a seguir haciendo en el futuro e incluso va a motivar a las futuras generaciones que consuman estos tipos de productos. Esto es importante para el mercado orgánico de Reino Unido.

En el 2012, los jubilados representaron el 48.6% de consumo de los productos orgánicos. Aunque personas menores de 35 años representó el 16% de consumo de estos tipos de productos, es decir que aumentó sus gastos en el año de referencia (The Soil Association, UK, 2013).

Según Organic Europe, el 34% de las importaciones del país pertenecen a productos orgánicos como son las frutas, verduras, cereales, productos lácteos y cerdo aunque no existen datos oficiales acerca de este sector. Los principales proveedores del país británico fuera del bloque de la UE son Estados Unidos, Egipto, Israel, Argentina, Sudáfrica y América central (Country Report - UK, 2012).

#### **4.2.2 Estados Unidos**

Según la última información oficial declarada en el año 2008, el país norteamericano registró una superficie orgánica de 1.9 millones de hectáreas, por lo cual se lo constituye como uno de los países con mayor superficie orgánica a nivel mundial. Dentro de esta superficie, el 46% es dedicado a los pastos orgánicos.

La producción orgánica en Estados Unidos sigue en aumento, particularmente en los sectores de lácteos y hortalizas. Estos dos sectores han penetrado con fuerza en el mercado alimentario del país norteamericano en los últimos años.

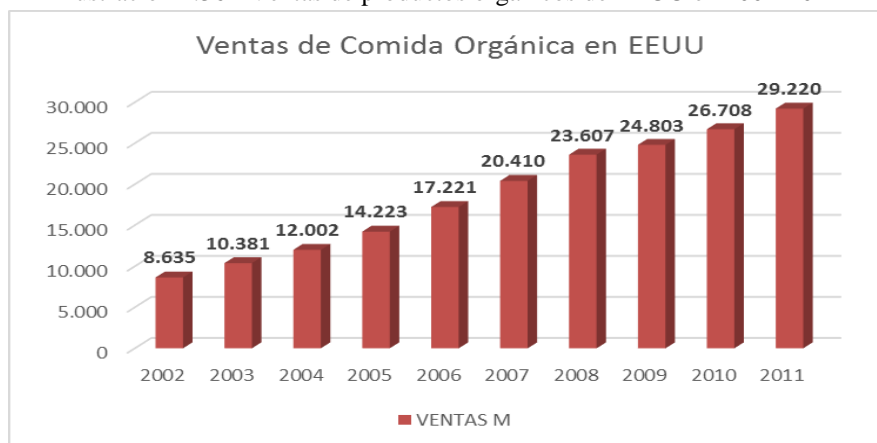
En cuanto a la producción de lácteos orgánicos, esta pasó de representar el 2% con respecto al total de ventas de productos orgánicos en el 2006 a 4% en el 2011. En contraste, la producción de lácteos no orgánicos cayó en 2.4 puntos porcentuales en ese mismo tiempo.

Con respecto a la producción de hortalizas orgánicas, California es el estado de USA con mayor producción en este sector. Según CCOF, la producción orgánica de frutas y vegetales en ese estado aumentó en gran manera entre los años 2006 y 2010, registrándose un incremento del 80% de superficie dedicada a esta actividad.

Otro estado que muestra un notable crecimiento en la producción orgánica de frutas, particularmente en manzanas, peras y cerezas, es Washington. La superficie dedicada a la producción orgánica de esas frutas se duplicó en ese estado entre el 2006 y el 2010 (Haumann, 2012).

Estados Unidos es el país con mayor participación en ventas de productos orgánicos a nivel mundial. En el 2011, registró ventas de 21 billones de euros, seguido por la Unión Europea con ventas de 19.7 billones de euros.

Ilustración 4.36 - Ventas de productos orgánicos de EEUU en 2002-2011



Fuente: Organic Trade Association (OTA)

El sector orgánico de Estados Unidos se divide en comida orgánica y productos orgánicos no alimentarios como cosméticos, ropa, productos del hogar, flores, etc. En el 2011, los productos orgánicos alimentarios registraron una participación del 93% mientras que los productos orgánicos no-alimentarios registraron una participación de sólo el 7% en el mercado. El mercado orgánico global obtuvo un crecimiento del 9.5%.

En esta sección nos centraremos en los productos orgánicos alimentarios donde las ventas orgánicas de esta categoría han tenido un crecimiento significativo al pasar los años. En el año 2000, EEUU registró ventas de 8.635 millones de dólares en comparación al año 2011 donde EEUU registró ventas de 29.220 millones de dólares, es decir que la tasa de crecimiento fue más de 200 puntos porcentuales (238%) como se puede observar en la ilustración anterior.

En el año 2011, el país norteamericano registró ventas de 29.220 millones de dólares con un crecimiento del 9.4% en relación al año anterior y una participación más del 90% en el mercado.

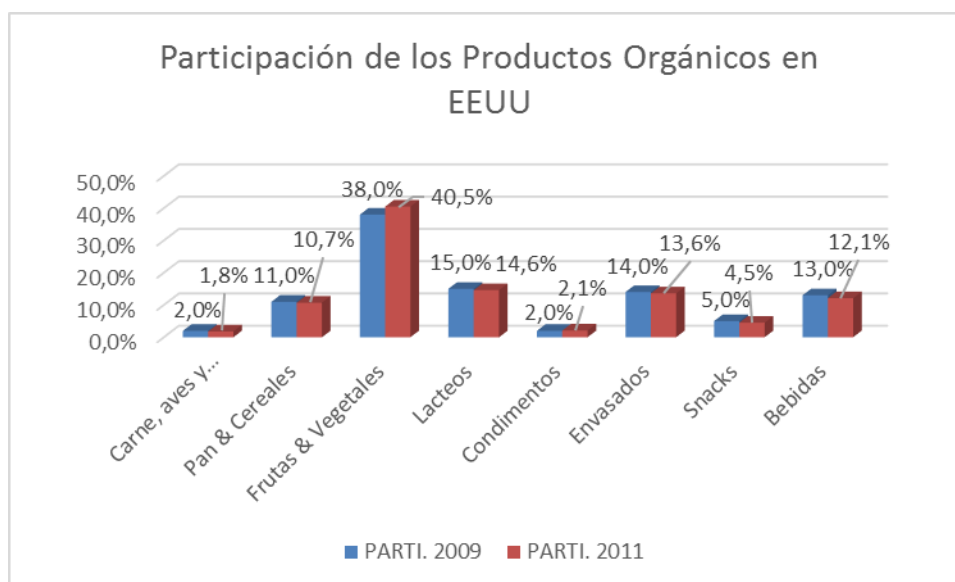
Con respecto a la actitud del consumidor norteamericano, el 78% de los estadounidenses consumen productos orgánicos alimentarios por las siguientes razones:

- Son productos saludables para su familia.
- La preocupación por los efectos de los pesticidas, hormonas y antibióticos en los niños.
- Evitar ingredientes procesados o artificiales en los productos.
- La preocupación por el impacto negativo causado al medio ambiente.

Además, la industria orgánica de Estados Unidos creció a una tasa del 9.5%, y fue uno de los pocos sectores que continua en auge.

Por otro lado, se detalla las ventas de los productos orgánicos alimentarios con su respectiva participación en el mercado orgánico americano, realizando un análisis comparativo del año 2009 y 2011.

Ilustración 4.37 - Participación de los productos orgánicos (2009-2011)



Fuente: Organic Trade Association (OTA)

La ilustración 4.37 muestra que, en el año 2009, EE.UU. registró un valor de ventas de 24.803 millones de dólares con un crecimiento del 5% aproximadamente. En el año 2011, el país norteamericano registró ventas de 29.220 millones de dólares con un crecimiento del 9% aproximadamente en relación al año anterior. Esto significa que al

transcurrir 2 años, EEUU obtuvo un crecimiento del 17% en el mercado en base al año 2009.

El sector que registró un mayor crecimiento en ventas entre los años 2009 y 2011 es el de frutas y verduras con un 25.5%; este aumento permitió un incremento de 2.5 puntos porcentuales en su participación con relación al resto de productos. El segundo mayor incremento corresponde a los condimentos, con un 23.7%, le siguen los lácteos, panes y cereales y los alimentos envasados con 14.67%, 14.60% y 13.44% respectivamente. Los sectores que registraron menor crecimiento son bebidas, carne y snack, con 9.65%, 6.03% y 6.03% respectivamente (Salta, 2012).

Con respecto a la comercialización de productos orgánicos alimentarios, el país norteamericano exportó 339 millones de dólares e importó 593 millones de dólares durante el periodo de Enero – Octubre del año 2011. En lo que a importaciones orgánica se refiere, Estados Unidos importó diferentes productos como se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 4.2 - Importaciones de productos orgánicos de EEUU (Enero-Octubre 2011)

PRODUCTO	VALOR	CÓDIGO DE PRODUCTO
<i>Organic Coffee Arabica Nr Nd</i>	373.991	0085AT
<i>Organic Coffee Rst Nd &lt;2Kg Ret</i>	37.833	0115AT
<i>Organic Soybeans Except Seed</i>	35.550	0205AT
<i>Organic Coffee N/Rst Nd Other</i>	27.202	0095 AT
<i>Organic Coffee N/Rst Decaf</i>	24.323	0105 AT
<i>Organic Rice Semi/Whol Milled</i>	20.353	0195 AT
<i>Organic Avocado-Hslike Fr/Dr</i>	13.695	0035 AT
<i>Organic Blk Tea Ferm Bag &lt;3Kg</i>	12.759	0175 AT
<i>Organic Grn Tea Not Flav&lt;3K</i>	11.951	0155 AT
<i>Organic Coffee Rst Nd Other</i>	7.894	0125 AT
<i>Organic Apples Fr &gt;22Cents/Kg</i>	5.512	0045 AT
<i>Organic Coffee Rst Dec&lt;2K Ret</i>	5.290	0135 AT
<i>Organic Bell Peppers Greenhse</i>	5.253	0015 AT
<i>Organic Grn Tea Not Flav Other</i>	3.915	0165 AT
<i>Organic Pears Fresh Other Time</i>	2.251	0065 AT
<i>Organic Cultiv Blueberries Fr</i>	2.178	0075 AT
<i>Organic Pears Fresh 4/1-6/30</i>	1.320	0055 AT
<i>Organic Bell Peppers Fr Other</i>	952	0025 AT
<i>Organic Grn Tea Flav&lt;3K</i>	537	0145 AT
<i>Organic Durum Wheat Not Seed</i>	461	0185 AT
<b>TOTAL</b>	<b>593.222</b>	

Fuente: Departamento de Comercio, U.S. Census Bureau, Estadísticas de Comercio Exterior

Como se puede observar en la tabla 4.2, el café arábigo registró una participación del 63% donde alcanzó el valor de 373,99 millones de dólares en el total de las importaciones, constituyéndose en el producto de mayor importación, seguido por la importación de otros tipos de café valorados en 89.358 miles de dólares. El 6% corresponde a la soja y el 3.43% corresponde al arroz de las importaciones orgánicas de Estados Unidos con un valor de importación de 35.550 y 20.353 miles de dólares respectivamente.

Las importaciones orgánicas que registraron valores menor a 20.000 miles de dólares son el aguacate con \$13.695, manzanas con \$5.512 millones, pimientos con \$5.253 millones de dólares. Los tres últimos códigos de comercio que tuvieron baja participación en las importaciones orgánicas de Estados Unidos fueron las peras, arándanos y el trigo con una participación del 0,53%, 0,36% y 0,07% respectivamente (Haumann, 2012).

### 4.2.3 Japón

La producción orgánica del país asiático es baja debido a sus condiciones climáticas, es decir, presenta un clima cálido y húmedo. Además, no existen datos oficiales en la producción de los productos agrícolas orgánicos en Japón, por lo que se ha considerado realizar el siguiente cuadro por medio de las cifras de los productos certificados por la Japanese Agricultural Standard of Organic Products (JAS).

Cuadro 4.13 - Producción orgánica primaria y procesada para Japón 2007

<b>TIPO DE PRODUCTOS</b>	<b>CERTIFICADO EN JAPÓN</b>	<b>CERTIFICADO EN EXTERIOR</b>	<b>TOTAL CERTIFICADO</b>
<i>Productos agrícolas primarios</i>	53.447	1.902.279	1.955.726
<i>Productos agrícolas procesados</i>	133.907	164.804	298.711
<b>TOTAL</b>	<b>187.354</b>	<b>2.067.083</b>	<b>2.254.437</b>

Valores en toneladas métricas  
Fuente: MAFF 2008

Como se muestra en el cuadro 4.13, la producción orgánica del país asiático representó solo el 8.31% de un total de 2.254.437 de toneladas. El 9769% restante corresponde a productos agrícolas orgánicos importados.

Además, se puede observar que Japón importa gran cantidad de la materia prima (productos agrícolas primarios 97%) que utiliza en sus procesos de producción (Productos procesados orgánicos 45%).

En lo que se refiere a la producción nacional, los productos agrícolas primarios representaron el 28.53% y los productos procesados el 71.47% de un total de 187 354 toneladas en el año 2007.

En el siguiente cuadro se detalla la producción agrícola primaria orgánica de Japón con su respectiva participación del total de la producción agrícola local en los años 2001-2011:

Cuadro 4.14 - Producción orgánica primaria de Japón 2001-2011

<b>PRODUCTOS AGRÍCOLAS</b>	<b>2001</b>	<b>2003</b>	<b>2005</b>	<b>2007</b>	<b>2009</b>	<b>2011</b>
<i>Vegetales</i>	19.675	28.444	29.107	32.780	37.644	40.288
<i>Frutas</i>	1.391	2.163	2.222	2.199	2.436	2.275
<i>Arroz</i>	7.777	10.433	11.369	10.828	11.565	10.018
<i>Trigo</i>	722	858	655	721	782	1.079
<i>Soja</i>	1.162	786	877	986	939	1.132
<i>Té verde</i>	927	1.487	1.610	1.702	1.873	1.986
<i>Otros productos</i>	2.081	2.019	2.332	4.230	2.103	1.666
<b>TOTAL</b>	<b>33.735</b>	<b>46.190</b>	<b>48.172</b>	<b>53.446</b>	<b>57.342</b>	<b>58.444</b>
<b>% ORGÁNICA EN EL TOTAL DE LA AGRICULTURA</b>	<b>0,10%</b>	<b>0,16%</b>	<b>0,16%</b>	<b>0,18%</b>	<b>0,20%</b>	<b>0,24%</b>

Fuente: MAFF

Como se puede observar en el cuadro 4.14, la producción orgánica está dominada por la categoría de vegetales con un crecimiento del 7.02% y una participación del 68.9%, seguido por la producción de arroz con una participación del 17.1% en el año 2011. Las otras categorías como las frutas, trigo, soja, té verde y otros productos registraron una participación de 3.9%, 1.8%, 1.9%, 3.4% y 2.9% respectivamente en el mismo año de referencia. Los vegetales y el arroz representan más del 80% en la producción orgánica de Japón del año 2011.

Con respecto a la participación orgánica del total de la agricultura de productos, en el 2001 obtuvo una participación del 0.10% al 0.24% en el 2011, es decir que tuvo un crecimiento moderado con un aumento del + 0.14 puntos porcentuales.

En cuanto a los productos agrícolas orgánicos procesados, se detalla en el siguiente cuadro en el año 2007.

Cuadro 4.15 - Producción orgánica procesada de Japón 2007

<b>PRODUCTOS</b>	<b>CERTIFICADOS EN JAPÓN (TON)</b>	<b>PART. RELATIVA</b>
<i>Verduras congeladas</i>	348	0,26%
<i>Verduras envasadas</i>	21	0,02%
<i>Verduras cocidas</i>	635	0,47%
<i>Otros procesados de verduras</i>	1.082	0,81%
<i>Jugo de fruta</i>	4.401	3,29%
<i>Otros procesados de fruta</i>	869	0,65%
<i>Jugo de verduras</i>	1.051	0,78%
<i>Bebidas a base de té</i>	3.490	2,61%
<i>Bebidas de café</i>	10.472	7,82%
<i>Leche de soja</i>	18.832	14,06%
<i>Tofu (Queso de soja)</i>	55.181	41,21%
<i>Nato (Soja fermentada)</i>	7.722	5,77%
<i>Mso (Pasta de soja fermentada)</i>	3.004	2,24%
<i>Shoyu (Salsa de soja)</i>	5.444	4,07%
<i>Productos de maní</i>	1.333	1,00%
<i>Otros procesados de porotos</i>	5.186	3,87%
<i>Fideos secos</i>	139	0,10%
<i>Té verde</i>	1.231	0,92%
<i>Grano de café</i>	3.053	2,28%
<i>Otros procesados de nuts</i>	1.068	0,80%
<i>Raíz de konjac</i>	2.949	2,20%
<i>Azúcar</i>	22	0,02%
<i>Leche</i>	430	0,32%
<i>Otros productos procesados</i>	5.944	4,44%
<b>TOTAL</b>	<b>133.907</b>	<b>100%</b>

Fuente: MAFF

El cuadro 4.15 muestra que, el 44.83% de productos agrícolas procesados correspondieron al mercado nacional, y el restante (55.17%) correspondieron a productos orgánicos procesados en el año 2007.

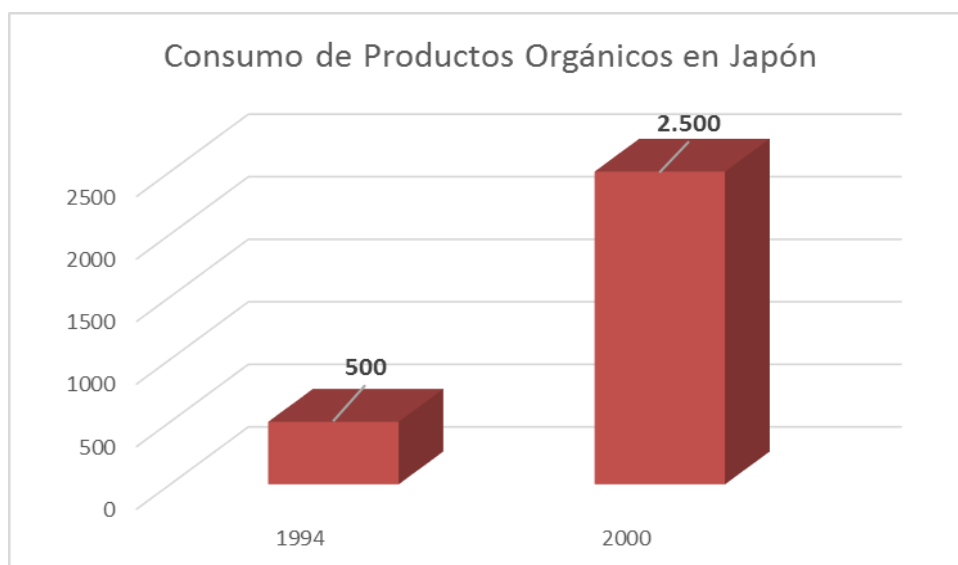
Dentro de este grupo de productos orgánicos, el queso de soja es el producto que tiene mayor dominio donde representa el 41% de la producción. Seguido por la leche de soja, la bebida de café y soja fermentada donde representan el 14.06%, 7.82% y 5.77% respectivamente en la producción del 2007.

Los productos que tuvieron una participación menor al 5% fueron el jugo de frutas, bebidas a base de té, salsa de soja, grano de café y raíz de konjac con el 3.29%, 2.61%, 4.07%, 2.28% y 2.20% respectivamente.

Los productos que tuvieron una baja participación en la producción nacional fueron las verduras (congeladas, envasadas y cocidas), jugo de verduras, productos de maní, fideos secos, té verde, azúcar y leche donde representaron menos de un punto porcentual (Akabanebashi, 2009).

En la siguiente ilustración se muestra una comparación de consumo de productos orgánicos en Japón entre los años 1994 y 2000.

Ilustración 4.38 - Consumo de productos orgánicos (Millones de dólares) 1994-2000



Fuente: IICA

Según estimaciones realizadas en el 2000, el país asiático es el tercer país que consume productos orgánicos a nivel mundial con un valor de 2 500 Millones de dólares y una participación del 12.7% aproximadamente de un total de \$ 20 mil millones de consumo mundial. Este mercado se ha quintuplicado en los últimos años ya que en el año 1994 Japón registró un consumo de solo 500 millones de dólares (Arze, 2001).

En el año 2010, el mercado de alimentos orgánicos de Japón alcanzó \$ 1.4 billones de dólares según IFOAM JAPAN. Este mercado representa solamente el 1% del mercado de comidas y bebidas del país.

Además, el 0.24% de participación relativa corresponde a los productos orgánicas del total de productos cultivados en Japón en el año 2011 según el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca (MAFF).



Como se puede notar, el mercado orgánico Japonés se encuentra todavía en sus etapas iniciales comparado con Estados Unidos y la Unión Europea. Esto se debe a:

- Limitación de oferta de los productos orgánicos en el mercado nacional.
- Canales de distribución deficientes.
- Altas barreras de regulaciones en relación a la importación de dichos productos.

Estas posibles razones, limita la expansión de productos orgánicos en el mercado Japonés (Motomura, 2013).

Con respecto a la marca JAS, en el 2001 se creó el sistema de reconocimiento de los productos orgánicos JAS (Norma Agrícola Japonesa) donde sólo los productores que son certificados por organismos certificadores registrados en el MAFF pueden etiquetar sus productos como orgánicos y adherir la marca orgánica del JAS en sus productos orgánicos.

Con respecto a la exportación desde el exterior a Japón, la norma JAS también se aplica a los productos importados en Japón ya que si los productos orgánicos no llevan esta marca adherida, no se puede vender dentro del mercado Japonés.

Según la legislación orgánica de la región japonés, existen dos métodos para adherir la marca JAS en los productos orgánicos extranjeros que se lo cita textualmente así:

- “Para que el productor del país exportador pueda adherir la marca JAS de alimentos orgánicos del país exportador con la certificación JAS.
- El productor del extranjero, deberá solicitar la certificación JAS al organismo de certificación registrado y al organismo de certificación extranjero registrado y recién después de obtener la certificación correspondiente, podrá exportar sus productos al Japón adhiriendo en el país de origen la marca JAS de alimentos orgánicos.
- En el caso de productos certificados conforme al régimen de certificación del país exportador, la marca JAS de alimentos orgánicos será adherida por el importador después de su introducción al Japón.
- Los productos certificados, conforme al régimen de certificación orgánica del país exportador, pueden ser exportados directamente con el certificado del gobierno de ese país. En este caso, el importador que tenga la certificación JAS adherirá la marca JAS de alimentos orgánicos en Japón. Debe tener en cuenta que la

aplicación de este método está limitado a los países que el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca del Japón haya reconocido como aquellos que cuentan con un régimen de certificación orgánica similar al régimen JAS. No será objeto objeto de reconocimiento cuando se trate de una certificación orgánica de un organismo privado sin que exista un régimen nacional. Los países que al 31 de diciembre del 2001 fueron reconocidos por tener un régimen similar al JAS y están habilitados a exportar según este régimen, son los siguientes 16 tales como Irlanda, Inglaterra, Italia, Austria, Holanda, Grecia, Suecia, España, Dinamarca, Alemania, Finlandia, Francia, Bélgica, Portugal, Luxemburgo y Australia (JETRO, 2001).

El consumidor japonés prefiere los productos orgánicos nacionales antes que productos importados por las siguientes razones:

- Su certificación es más fidedigna que la de los productos importados.
- Los productos nacionales se lo considera como más frescos que los importados.
- Consumir producto nacional es algo bueno.

Los japoneses que consumen ciertos productos orgánicos importados prefieren que provengan principalmente Australia y Nueva Zelanda ya que son los principales socios comerciales con Japón y son grandes productores de productos orgánicos alimentarios, seguido por otros países donde los consumidores consideren a sus productos como más verdes (FAO, 2001).

Debido a que la época productiva no es lo suficientemente larga para evitar el uso de productos químicos, la demanda supera la oferta por lo que se hace necesario compensar el déficit mediante la importación de productos orgánicos.

Además, Japón no cuenta con cifras exactas acerca de las importaciones de productos orgánicos ya que no posee códigos arancelarios para este grupo de productos.

No obstante, la aproximación se la realiza a partir de la cifras de los productos extranjeros certificados en su país origen para ser exportados al país asiático.

En el siguiente cuadro, se detalla la importación de productos primarios orgánicos de Japón en toneladas métricas en el año 2011:

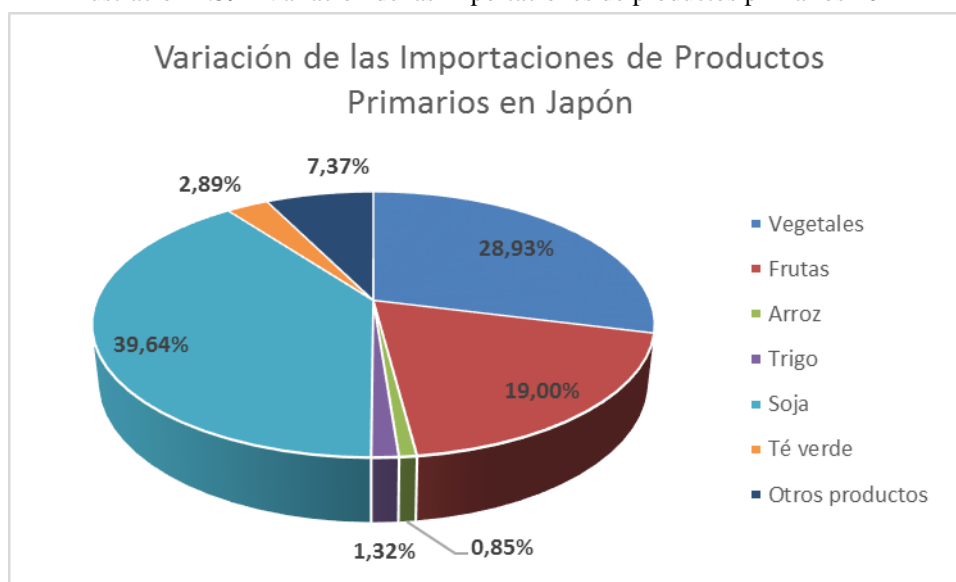
Cuadro 4.16 - Importaciones de productos agrícolas primarios de Japón 2011

PRODUCTOS	TON. M.	PARTICIPACIÓN
<i>Vegetales</i>	19.886	28,93%
<i>Frutas</i>	13.064	19,00%
<i>Arroz</i>	587	0,85%
<i>Trigo</i>	905	1,32%
<i>Soja</i>	27.248	39,64%
<i>Té verde</i>	1.986	2,89%
<i>Otros productos</i>	5.065	7,37%
<b>TOTAL</b>	<b>68.741</b>	<b>100%</b>

Fuente: FAO

Según el cuadro 4.16, los diferentes productos primarios que Japón importa, entre los cuales se encuentran los vegetales, las frutas, el arroz, trigo, soja, té verde, entre otros. Con un valor de 68.741 toneladas métricas.

Ilustración 4.39 - Variación de las importaciones de productos primarios 2011



Fuente: FAO

Como se puede observar en la ilustración 4.39, el producto primario orgánico que lidera las importaciones es la soja ya que representa el 39% del total, seguido por los vegetales y las frutas con el 28.9% y 19% respectivamente. Los productos que registraron una participación menor a cinco puntos porcentuales fueron el arroz, el trigo, y el té verde con el 0.9%, 1.3% y el 2.9% respectivamente.

Con respecto a la importación de los productos procesados orgánicos, se muestra en el siguiente cuadro:

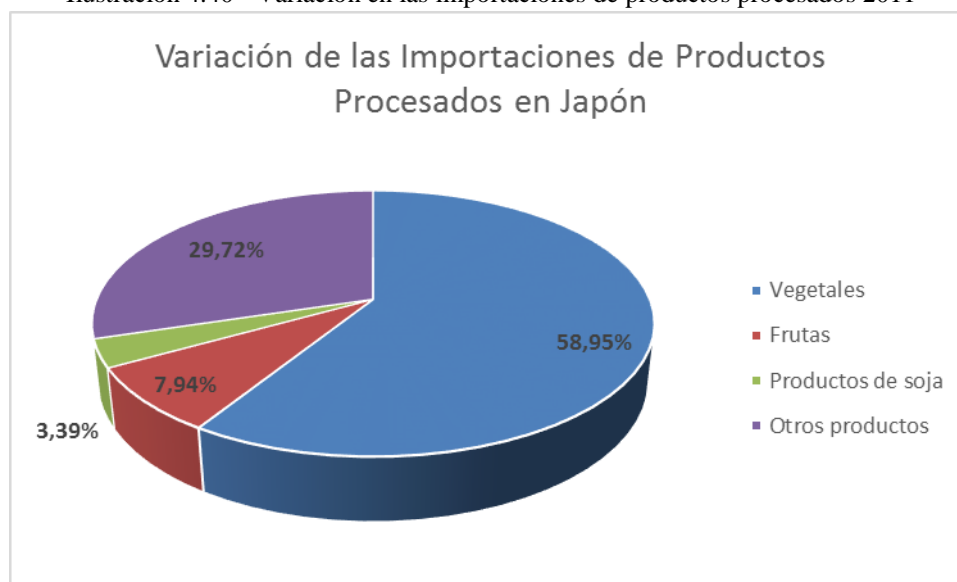
Cuadro 4.17 - Importaciones de productos agrícolas procesados de Japón 2011

PRODUCTOS	TON. M.	PARTICIPACIÓN
<i>Vegetales</i>	29.187	58,95%
<i>Frutas</i>	3.933	7,94%
<i>Productos de soja</i>	1.680	3,39%
<i>Otros productos</i>	14.715	29,72%
<b>TOTAL</b>	<b>49.515</b>	<b>100%</b>

Fuente: FAO

El cuadro 4.17 muestra que, 49.515 toneladas métricas importó Japón en productos agrícolas procesados entre ellos se encuentran los vegetales, las frutas, la producción de soja, entre otros.

Ilustración 4.40 - Variación en las importaciones de productos procesados 2011



Fuente: FAO

Como se puede observar en la ilustración 4.40, los vegetales procesados representaron más de la mitad de las importaciones (58.9%). La categoría de las frutas representaron el 7.9% y los productos de soja representaron solamente el 3.4% de las importaciones. Sus principales proveedores son Australia, Nueva Zelanda, Estados Unidos y Canadá (JETRO, 2001).

## **CAPÍTULO V OPORTUNIDADES DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS ORGÁNICOS**

### **5.1 PRODUCCIÓN ORGÁNICA DEL ECUADOR**

#### **5.1.1 Situación actual de los productos**

La Constitución de la República del Ecuador determina en los numerales 3, 9 y 13 del artículo 281 de la Normativa General para Promover y Regular la Producción Orgánica en el Ecuador, que el Estado tiene la responsabilidad de fortalecer la diversificación e introducción de tecnologías ecológicas y orgánicas en la producción agropecuaria, regular bajo normas de bioseguridad el uso y desarrollo de biotecnología, así como su experimentación, uso y comercialización; y, prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.

Esta Normativa se expide inicialmente el 14 de enero del 2003 y fue actualizada en septiembre del 2013, la misma tiene por objeto establecer el marco general para promover la investigación, la transferencia de tecnología, la capacitación y regular la producción, procesamiento, comercialización, etiquetado, almacenamiento, promoción y certificación de productos orgánicos de origen agropecuario, incluido la acuicultura, en el Ecuador (AGROCALIDAD).

Se aplica obligatoriamente a las personas naturales y jurídicas, domiciliadas o con establecimiento permanente dentro del territorio en el Ecuador y explica que se aplicarán los términos “ecológico” y “biológico” como sinónimos de “orgánico”.

La garantía de que el proceso de producción se ha dado conforme a los requerimientos específicos se da mediante las certificaciones. Deben ser efectuadas por “organismos evaluadores de la conformidad”, que sean lealmente constituidos en el país y que hayan sido acreditados por el Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE) y registrados ante AGROCALIDAD.

Los principales requisitos de agricultura orgánica en el Ecuador tienen relación con:

- Período de transición de la finca (tiempo que la finca debe utilizar métodos de producción orgánicos antes de que pueda certificarse; que es generalmente de 2 a 3 años).
- Selección de semillas y materiales vegetales.
- Método de mejoramiento de las plantas.
- Mantenimiento de la fertilidad del suelo empleado y el reciclaje de materias orgánicas.
- Método de labranza.
- Conservación del agua.
- Control de plagas, enfermedades y malezas.

Los requisitos para la certificación son:

- No haber aplicado sustancias prohibidas tres años.
- Conocer las normativas nacionales que rigen el procedimiento orgánico.
- Conocer las normativas internacionales.
- Conocer las sustancias y materiales permitidos de insumos para la producción orgánica.

De acuerdo a los requisitos de exportación del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PRO ECUADOR) una empresa debe:

1. Solicitar registro de operador, del cual AGROCALIDAD lleva en registro a los siguientes operadores orgánicos:
  - Registro de Operador Orgánico (Productor)
  - Registro de Operador Orgánico (Procesadora, Comercializador)
  - Registro de Recolector Silvestre Registro de Inspector.
  - Registro de Agencia Certificadora.
2. Aprobar el registro por AGROCALIDAD, el cual se realiza en un plazo de 30 días según la normativa vigente.
3. Se obtiene la certificación luego de una inspección y aprobación del establecimiento (productor, procesador, comercializador) por parte de una de las certificadoras autorizadas en Producción, Procesamiento y Comercialización con vigencia de 12 meses:

Tabla 5.1 - Certificadoras que operan en Ecuador

RAZÓN SOCIAL	INSCRIPCIÓN
<i>Bcs Öko – Garantie Cía. Ltda.</i>	26 de Junio del 2013
<i>Certificadora Ecuatoriana De Estándares Ceres Ecuador Cía. Ltda.</i>	3 de Mayo del 2014
<i>Control Union Peru S.A.C.</i>	19 de Julio del 2013
<i>Ecocert Ecuador S.A.</i>	29 de Julio del 2013
<i>Quality Certification Services (Qcs) Ecuador</i>	9 de Mayo del 2014
<i>Instituto De Certificación Ética Y Ambiente Icea Ecuador Cía. Ltda.</i>	8 de Febrero del 2013

Fuente: Lista Oficial de Agencias Certificadoras Registradas – AGROCALIDAD (9 de Mayo 2014)  
Elaborado por los autores

En la tabla 5.1 se muestran las certificadoras que están autorizadas a certificar en los 3 procesos a los diferentes agricultores y operadoras, la lista se encuentra actualizada al 9 de mayo del 2014. Una vez que se cumplen los requisitos mencionados con las certificaciones convenientes, los productos están aptos para la exportación.

Los productos orgánicos en el Ecuador tienen tres transiciones hasta ser determinados como Tierra Orgánica como se mencionó anteriormente. Según datos de AGROCALIDAD, las tierras en transición son las siguientes cifras presentadas a continuación:

Cuadro 5.1 - Superficies certificada, en transición y total del Ecuador 2001-2012

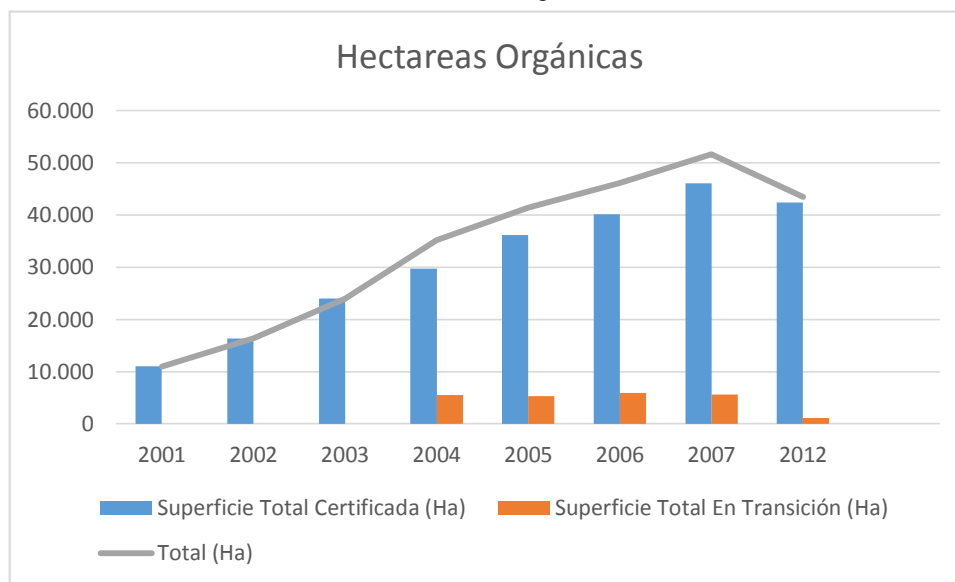
SUPERFICIE ORGÁNICA	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2012
<i>Superficie Total Certificada (Ha)</i>	11.000	16.337	24.000	29.752	36.163,76	40.211,43	46.053,72	42.361,08
<i>Superficie Total En Transición (Ha)</i>	ND	ND	ND	5.501	5.290,54	5.950,07	5.580,54	1.100,66
<b>Total (Ha)</b>	<b>11.000</b>	<b>16.400</b>	<b>24.000</b>	<b>35.252</b>	<b>41.454,3</b>	<b>46.161,5</b>	<b>51.634,25</b>	<b>43.461,4</b>
<i>Crecimiento Anual</i>	-	49.1%	46.3%	46.88%	17.6%	11.30%	11.9%	-15.8%

Fuente: BCS ÖKO Garantie Cía. Ltda. – AGROCALIDAD 2014

En el cuadro 5.1, se muestra las superficies en transición y orgánicas en el Ecuador, los datos se encuentran disponibles hasta el 2007, mientras que AGROCALIDAD presenta los últimos datos actualizados al 2012. Se puede observar que

desde el 2007 hubo un decrecimiento del 15.8% al año 2012 en tierras orgánicas debido al aumento de normativas para la exportación de productos orgánicos.

Ilustración 5.1 - Hectáreas orgánicas del Ecuador



Fuente: BCS OKO Garantie Cía. Ltda. AGROCALIDAD 2014

Elaborado por los autores

Como se muestra en la ilustración 5.1, Entre los años 2001 – 12 se registró una tendencia positiva en las superficies certificadas del país. Aunque, en el año 2012 (43.461,4 has.) se registró un decrecimiento del 15.8% en las hectáreas certificadas con respecto al año anterior (51.634,25 has.).

Por otro lado, PRO ECUADOR promueve la oferta de los productos orgánicos ecuatoriano en ferias internacionales como BIO FACH para darse a conocer a nivel internacional.

La feria BIO FACH 2014 tuvo lugar del 12 al 15 de febrero en Nuremberg – Alemania con 1322 expositores locales y 918 expositores internacionales entre 86 países representados.

Dentro de los países participantes se encontraba Ecuador donde las empresas ecuatorianas participaron en un stand coordinado por PRO ECUADOR con el objetivo de mostrar la importancia de los productos orgánicos y sus innovaciones. También se hizo la presentación de la primera campaña Ecuador Exquisito que trata sobre la gastronomía ecuatoriana con productos orgánicos como las verduras.

Estas empresas exhibieron productos con certificados orgánicos como:



- Cacao
- Bananas
- Chocolate elaborado
- Frutos secos
- Panela

Las 10 empresas ecuatorianas que representaron a Ecuador en esta feria fueron Biocentinela, CADO, Fortaleza del Valle, Exporganic, Fundamyf, Pacati, Runa, Terrafertil, Amigos Internacional – Escoffe – Tulicorp, UNOCACE.

Ilustración 5.2 - Feria BioFach 2014



Fuente: Pro Ecuador

Finalmente, se asistió a una consulta con el Sr. José Cáceres, asesor de alimentos procesados de PRO ECUADOR, quién indicó que este Instituto se dedica a promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales (convencionales – orgánicos) del país. También mencionó que no existe un departamento especializado en el sector orgánico ya que no se ocupan personalmente de los productos orgánicos sino que generalizan los productos para la exportación.

### **5.1.2 Descripción de la información del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca**

Es competencia del MAGAP que se aplique el Acuerdo Ministerial No. 299 que acuerda la expedición de la Normativa General para Promover y Regular la Producción Orgánica – Ecológica – Biológica en el Ecuador a través de:

- ***Dirección de Productividad Agrícola Sostenible de la Subsecretaría de Agricultura:*** Designada la autoridad nacional de Fomento de la producción orgánica en el Ecuador.
- ***Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD):*** Es la autoridad nacional competente responsable del control de los procesos de certificación de productos orgánicos de origen agropecuario incluido la acuicultura y del control de los actores de la cadena de producción orgánica en el Ecuador, como productores, procesadores, comercializadores, importadores, exportadores, inspectores orgánicos y agencias certificadoras de productos orgánicos.
- ***Instituto Nacional de Pesca (INP):*** Es la autoridad nacional competente responsable de promover la investigación, transferencia de tecnología y capacitación en materia de producción orgánica acuícola en el Ecuador.
- ***Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP):*** es la autoridad nacional competente responsable de la investigación, transferencia de tecnología y capacitación en materia de producción orgánica agropecuaria en el Ecuador.

En el presente trabajo de investigación, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca delega la siguiente información a la Agencia AGROCALIDAD, la cual es una entidad anteriormente llamada Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria (SESA). El instructivo de la normativa general para promover y regular la producción orgánica – ecológica – biológica en el Ecuador establece que AGROCALIDAD “deberá promover y desarrollar instrumentos técnicos para posicionar al Ecuador en forma competitiva en el creciente mercado internacional y local de productos sanos y nutricionales, fundamentado en políticas, productos y servicios de calidad, obtenidos como resultado de un proceso de producción y certificación orgánica eficiente y confiable, cuya actividad principal responde a las características de ser económicamente rentables, socialmente justas y ecológicamente equilibrada”.

Finalmente, la Ingeniera Agropecuaria Paulina Betancourt a cargo de la Coordinación de Unidad de Programas Específicos de Certificación Orgánica brindó información relacionada a la exportación de productos orgánicos y productos orgánicos procesados pertenecientes al 2013 y al primer trimestre del 2014.

### 5.1.3 Mercado Nacional de productos orgánicos

En el año 2008, VECO Ecuador en conjunto con la empresa BCS OKO GARANTIE, realizaron un estudio de mercado donde estudian a los consumidores actuales y a los potenciales con el objetivo de recoger una muestra aleatoria de familias ecuatorianas y saber si tienen conocimiento sobre los productos orgánicos y sobre su consumo.

En una muestra de 3285 hogares pertenecientes a 15 ciudades con mayor densidad del país, se obtuvo que el 92,1% no tenía conocimiento sobre los productos orgánicos, 2,3% tenía conocimiento sobre los productos agroecológicos, 4,8% sobre los productos orgánicos y el 0,8% no reportó ningún resultado.

En colaboración con el Ingeniero Agrónomo Manuel Suquilanda Valdiviezo, en el año 2012 se obtuvo un resultado sobre los logros de la agricultura orgánica en el Ecuador en las diferentes regiones, las cuales son:

- **Región Litoral:** Banano, Baby banano “orito, Cacao “nacional fino de aroma”, Café, Palma africana, Hortalizas, Camarones, etc.
- **Región Andina:** Hortalizas, Especies medicinales, Granos, Raíces y Tubérculos, Flores, Café de “altura caña”, Caña panelera.
- **Región Amazónica:** Hortalizas, Especies medicinales, Cacao “nacional fino de aroma”, Café, Caña panelera.
- **Región Insular (Galápagos):** Hortalizas, Café.

Como se mencionó anteriormente, la agencia AGROCALIDAD por medio de la Ingeniera Agropecuaria Paulina Betancourt, proporcionó a la investigación una base de datos con datos relacionados a las exportaciones orgánicas en el año 2013, donde se puede conocer los países, productos y operadores que han logrado llegar a mercados internacionales con la aplicación de las normativas orgánicas.

### PRODUCTOS ORGÁNICOS PRINCIPALES 2013

A continuación se presenta un resumen de productos principales de un total de 125 variedades de productos de exportación, a continuación se mostrará los principales diez productos con sus respectivos países de destino para conocer a donde se dirige su mayor demanda.

Cuadro 5.2 - Productos orgánicos principales Ecuador 2013

<b>PRODUCTO / PAÍS DE DESTINO</b>	<b>KG. NETOS</b>	<b>FOB DÓLARES</b>
<b>BANANO</b>	<b>73.560.955,82</b>	<b>\$ 24.708.795,49</b>
<i>Estados Unidos</i>	<i>35.401.657,68</i>	<i>\$ 11.535.401,89</i>
<i>Alemania</i>	<i>24.585.629,86</i>	<i>\$ 6.715.718,17</i>
<b>CACAO EN GRANO</b>	<b>4.871.960,64</b>	<b>\$ 11.198.182,66</b>
<i>Holanda</i>	<i>1.497.781,00</i>	<i>\$ 3.541.259,33</i>
<i>Estados Unidos</i>	<i>1.378.282,24</i>	<i>\$ 2.852.842,14</i>
<b>CAFÉ</b>	<b>198.726,09</b>	<b>\$ 1.005.632,00</b>
<i>Japón</i>	<i>75.305,00</i>	<i>\$ 442.819,72</i>
<i>Francia</i>	<i>60.375,00</i>	<i>\$ 166.205,23</i>
<b>ACEITE PALMA AFRICANA</b>	<b>379.143,50</b>	<b>\$ 548.536,56</b>
<i>Holanda</i>	<i>379.130,00</i>	<i>\$ 548.532,56</i>
<i>Estados Unidos</i>	<i>9,50</i>	<i>\$ 4,00</i>
<b>CHÍA</b>	<b>70.000,50</b>	<b>\$ 541.850,00</b>
<i>Estados Unidos</i>	<i>70.000,50</i>	<i>\$ 541.850,00</i>
<b>BANANO DESHIDRATADO</b>	<b>175.131,31</b>	<b>\$ 430.296,53</b>
<i>Francia</i>	<i>60.450,50</i>	<i>\$ 108.452,18</i>
<i>Estados Unidos</i>	<i>38.974,81</i>	<i>\$ 263.532,35</i>
<b>LICOR DE CACAO</b>	<b>191.045,18</b>	<b>\$ 345.710,34</b>
<i>Alemania</i>	<i>81.045,18</i>	<i>\$ 90.362,00</i>
<i>Chile</i>	<i>72.000,00</i>	<i>\$ 169.889,76</i>
<b>PULPA DE ALOE VERA</b>	<b>60.200,00</b>	<b>\$ 286.940,00</b>
<i>Alemania</i>	<i>40.200,00</i>	<i>\$ 140.700,00</i>
<i>Estados Unidos</i>	<i>20.000,00</i>	<i>\$ 146.240,00</i>
<b>MANTECA DE CACAO</b>	<b>30.618,44</b>	<b>\$ 188.844,26</b>
<i>Holanda</i>	<i>20.000,00</i>	<i>\$ 91.217,20</i>
<i>Estados Unidos</i>	<i>9.709,06</i>	<i>\$ 82.130,89</i>
<b>ALBAHACA</b>	<b>23.056,00</b>	<b>\$ 156.766,60</b>
<i>Estados Unidos</i>	<i>22.256,00</i>	<i>\$ 153.016,60</i>
<i>Alemania</i>	<i>500,00</i>	<i>\$ 3.750,00</i>
<b>DEMÁS PRODUCTOS</b>	<b>568.060,65</b>	<b>\$ 1.489.890,93</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>80.128.898,13</b>	<b>\$ 40.901.445,37</b>

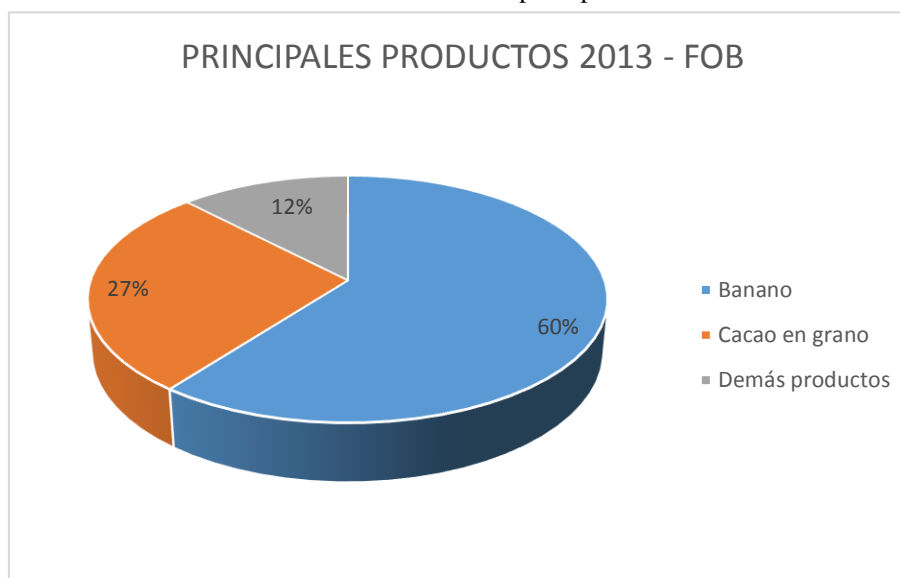
Fuente: Certificación orgánica – AGROCALIDAD 2014  
Elaborado por los autores

Se puede observar en el cuadro 5.2, que los productos como Banano, Cacao en grano, Café, Aceite de palma africana, Chía, Banano deshidratado, Licor de cacao, Pulpa de aloe vera, Manteca de cacao y Albahaca constan como los principales 10 productos de exportación orgánica entre 125 variedades de productos.

Entre ellos el Banano tiene mayor valor en exportación con 73.560.955,82 kilogramos netos y \$ 24.708.795,49 dólares a los principales destinos como Estados Unidos y Alemania.

En la siguiente ilustración, se describe los productos que registran una mayor participación en las exportaciones del año 2013.

Ilustración 5.3 - Productos principales 2013



Fuente: Certificación orgánica – AGROCALIDAD 2014  
Elaborado por los autores

Como se observa en la ilustración 5.3, el Banano es el producto estrella del país ya que aporta con el 60% en dólares FOB en las exportaciones, seguido por el cacao en grano con el 27%, los demás productos corresponden a las 123 variedades de exportación restantes representando el 12%.

### **OPERADORES ORGÁNICOS PRINCIPALES 2013**

A continuación se presenta un resumen de los principales operadores del año 2013 de un total de 88 operadores registrados en la base de datos proporcionada por AGROCALIDAD.

Cuadro 5.3 - Principales operadores, productos y sus países de destino

OPERADORES		KG. NETOS	FOB DOLARES
<b>GOLDEN VALUE COMPANY S.A.</b>		<b>12.130.872,00</b>	<b>\$ 3.789.462,82</b>
BANANO	<i>Estados Unidos</i>	<i>12.130.872,00</i>	<i>\$ 3.789.462,82</i>
<b>FRUTA RICA</b>		<b>11.113.594,70</b>	<b>\$ 3.204.254,23</b>
BANANO	<i>Alemania</i>	<i>9.519.391,70</i>	<i>\$ 2.488.032,16</i>
	<i>Holanda</i>	<i>1.273.408,50</i>	<i>\$ 507.580,73</i>
	<i>Reino Unido</i>	<i>320.794,50</i>	<i>\$ 208.641,34</i>
<b>EXBAORO</b>		<b>7.635.654,00</b>	<b>\$ 3.013.795,92</b>
BANANO	<i>Alemania</i>	<i>7.635.654,00</i>	<i>\$ 3.013.795,92</i>
<b>BRUNDICORPI</b>		<b>4.184.428,80</b>	<b>\$ 2.405.733,60</b>
BANANO	<i>Estados Unidos</i>	<i>4.184.428,80</i>	<i>\$ 2.405.733,60</i>
<b>TRABOAR</b>		<b>6.246.100,50</b>	<b>\$ 2.049.714,81</b>
BANANO	<i>Bélgica</i>	<i>486.720,00</i>	<i>\$ 108.182,37</i>
	<i>Estados Unidos</i>	<i>5.759.380,50</i>	<i>\$ 1.941.532,44</i>
<b>TRANSMAR COMMODITY GROUP OF ECUADOR S.A.</b>		<b>754.343,18</b>	<b>\$ 1.558.171,19</b>
CACAO EN GRANO	<i>Canadá</i>	<i>320.160,00</i>	<i>\$ 693.830,84</i>
	<i>Estados Unidos</i>	<i>100.050,00</i>	<i>\$ 218.739,32</i>
	<i>Chile</i>	<i>36.000,00</i>	<i>\$ 80.970,76</i>
LICOR DE CACAO	<i>Chile</i>	<i>72.000,00</i>	<i>\$ 169.889,76</i>
	<i>Alemania</i>	<i>81.045,18</i>	<i>\$ 90.362,00</i>
	<i>Japón</i>	<i>20.000,00</i>	<i>\$ 44.978,20</i>
<b>DEMÁS OPERADORES</b>		<b>38.063.904,95</b>	<b>24.880.312,80</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>80.128.898,13</b>	<b>\$ 40.901.445,37</b>

Fuente: Certificación orgánica – AGROCALIDAD 2014

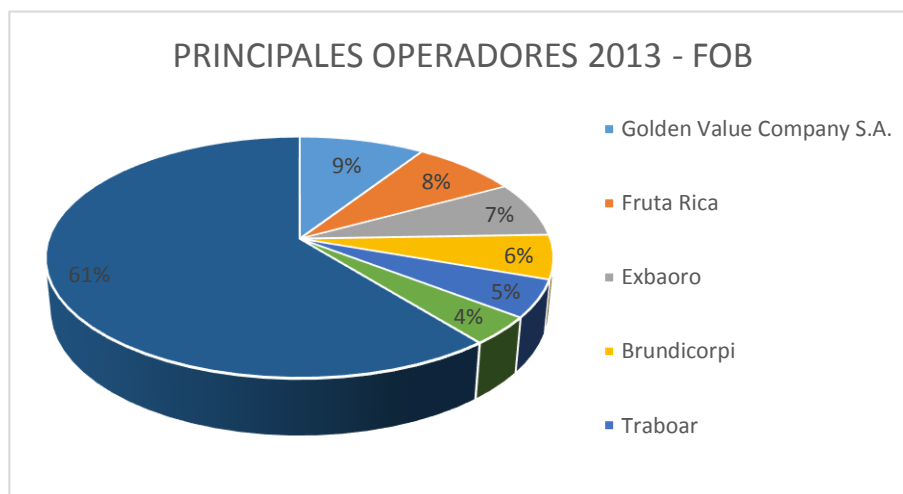
Elaborado por los autores

Según el cuadro 5.3, seis operadoras principales aportaron con las exportaciones del año 2013 como Golden Value company con un valor de exportación de \$3.789.462,82 dólares FOB donde su principal destino de exportación fue Estados Unidos, seguido por Fruta Rica con \$ 3.204.254,23 dólares FOB donde sus principales de destino de exportación fueron países como Alemania, Holanda y Reino Unido. Brundicorpi exportó \$ 2.405.733,60 dólares FOB y su mercado donde su mercado meta fue Estados Unidos y Traboar con un valor de \$ 2.049.714,81 dólares FOB en el cual los países como Bélgica y Estados Unidos conformaron su mercado objetivo. Cabe recalcar que, estas operadoras solo exportaron un producto en común que es el Banano orgánico. Por otro lado, Tranmar Commodity Group of Ecuador exportó \$ 1.558.171,19 en cacao en grano y licor de cacao

donde su destino de exportación estaba compuesto por los países como Canadá, Estados Unidos, Chile, Alemania y Japón. El conjunto de los demás operadores exportaron \$ 24.880.312,80 dólares FOB.

En la siguiente ilustración se presenta los principales operadoras que contribuyeron con las exportaciones 2013.

Ilustración 5.4 - Operadores principales 2013



Fuente: Certificación orgánica – AGROCALIDAD 2014  
Elaborado por los autores

En la ilustración 5.4, se puede observar que el operador de mayor participación en dólares es la empresa Golden Value Company con el 9%, seguida por Fruta Rica con el 8%, Exbaoro con el 7%, Brundicorpi con el 6%, Traboar con el 5% y Transmar Commodity Group of Ecuador S.A. con el 4%, las 82 empresas restantes representan el 61% del total de dólares exportados en el año 2013.

### PAÍSES DE DESTINO PRINCIPALES 2013

A continuación se presenta los principales países de destino a los que se ha exportado los productos ecuatorianos, son 36 países a los cuales se ha destino las exportaciones ecuatorianas.

Cuadro 5.4 - Principales países de destino 2013

PAÍS DE DESTINO / PRODUCTO	KG. NETOS	FOB DÓLARES
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	<b>37.066.710,27</b>	<b>\$ 16.177.605,23</b>
<i>Banano</i>	<i>35.401.657,68</i>	<i>\$ 11.535.401,89</i>
<i>Cacao En Grano</i>	<i>1.378.282,24</i>	<i>\$ 2.852.842,14</i>
<i>Chía</i>	<i>70.000,50</i>	<i>\$ 541.850,00</i>

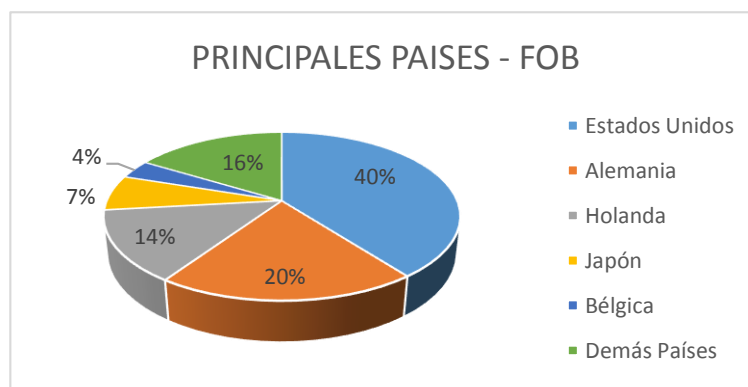
<b>ALEMANIA</b>	<b>25.185.458,78</b>	<b>\$ 8.169.488,91</b>
<i>Banano</i>	24.585.629,86	\$ 6.715.718,17
<i>Cacao En Grano</i>	384.959,50	\$ 941.755,82
<i>Licor De Cacao</i>	81.045,18	\$ 90.362,00
<b>HOLANDA</b>	<b>4.821.787,79</b>	<b>\$ 5.600.555,17</b>
<i>Cacao En Grano</i>	1.497.781,00	\$ 3.541.259,33
<i>Banano</i>	2.875.705,35	\$ 1.260.056,08
<i>Aceite Palma Africana</i>	379.134,00	\$ 548.532,56
<b>JAPÓN</b>	<b>4.269.570,41</b>	<b>\$ 2.788.903,10</b>
<i>Banano</i>	4.141.587,21	\$ 2.226.332,97
<i>Café</i>	75.305,00	\$ 442.819,72
<i>Cacao En Grano</i>	32.640,20	\$ 74.772,21
<b>BÉLGICA</b>	<b>2.522.839,24</b>	<b>\$ 1.480.308,33</b>
<i>Banano</i>	2.371.801,66	\$ 1.036.532,02
<i>Cacao En Grano</i>	150.077,70	\$ 441.200,41
<b>DEMÁS PAÍSES</b>	<b>6.262.531,64</b>	<b>\$ 6.684.584,63</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>80.128.898,13</b>	<b>\$ 40.901.445,37</b>

Fuente: Certificación orgánica – AGROCALIDAD 2014  
Elaborado por los autores

El cuadro 5.4 presenta a los países principales con sus respectivos productos, se puede observar que a los principales cinco países se exportan el Banano como producto principal, lo cual se confirma con el cuadro 5.2 donde se muestra que el banano representa el 60% de exportación FOB en el año 2013.

Los países que tuvieron mayor participación en las exportaciones del año 2013 se exhiben en la siguiente ilustración.

Ilustración 5.5 - Países principales 2013



Fuente: Certificación orgánica – AGROCALIDAD 2014  
Elaborado por los autores



En la ilustración 5.5, se observa que durante el año 2013, Estados Unidos fue el país de mayor participación en dólares (40%) con productos como: Banano, Cacao en grano, Café, entre otros. Seguido por Alemania (20%), Holanda (14%), Japón (7%), Bélgica (4%) y los restantes 31 países representando el 16% del total de exportaciones en dólares durante el año 2013. Cabe recalcar que el producto en común de los principales países resumidos es el Banano.

### PRODUCTOS ORGÁNICOS INDUSTRIALIZADOS 2013

En la base de datos proporcionada por AGROCALIDAD, se encuentran productos orgánicos primarios y productos orgánicos procesados, a continuación se presenta un resumen de los productos procesados que se exportaron en el 2013.

Cuadro 5.5 - Principales productos orgánicos industrializados 2013

<b>PRODUCTOS PROCESADOS</b>	<b>KG. NETOS</b>	<b>FOB DÓLARES</b>
<i>Café</i>	198.726,09	\$ 1.005.632,00
<i>Aceite palma africana</i>	379.143,50	\$ 548.536,56
<i>Licor de cacao</i>	191.045,18	\$ 345.710,34
<i>Pulpa de aloe vera</i>	60.200,00	\$ 286.940,00
<i>Manteca de cacao</i>	30.618,44	\$ 188.844,26
<i>Chocolate</i>	13.044,61	\$ 101.652,60
<i>Mango deshidratado</i>	50.513,00	\$ 83.521,83
<i>Polvo de cacao</i>	20.306,00	\$ 79.455,50
<i>Manteca de cacao, polvo de cacao, polvo de banano, uvilla</i>	9.345,00	\$ 69.082,50
<i>Puré de banano</i>	77.204,00	\$ 47.060,00
<i>Pulpa de mora</i>	3.420,00	\$ 33.382,80
<i>Jugo de mora y limón orgánico</i>	3.420,00	\$ 33.382,80
<i>Pulpa de guayaba</i>	20.160,00	\$ 30.240,00
<i>Puré de mango</i>	36.322,00	\$ 27.240,00
<i>Pasta de cacao</i>	2.563,63	\$ 26.900,48
<i>Barras de chocolate (varios sabores)</i>	961,81	\$ 20.693,46
<i>Maní deshidratado</i>	2.267,50	\$ 10.997,38
<i>Jugo de caña de azúcar</i>	918,09	\$ 10.620,48
<i>Elaborados cacao</i>	3.050,20	\$ 6.966,09
<i>Polvo de maca</i>	227,27	\$ 2.990,87
<i>Pasta de chocolate 100%</i>	1,05	\$ 18,49

<i>Pulpa de maracuyá</i>	0,75	\$ 2,00
<b>TOTAL P. O. INDUSTRIALIZADOS</b>	<b>1.103.458,12</b>	<b>\$ 2.959.870,44</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>80.128.898,13</b>	<b>\$ 40.901.445,37</b>

Fuente: Certificación orgánica – AGROCALIDAD 2014

Elaborado por los autores

Como se exhibe en el cuadro 5.5, sólo 22 productos (17%) corresponden a productos procesados de un total de 125 variedades de productos. Los mismos representan el 7% en dólares FOB de la exportación orgánica total 2013 (\$ 40.901.445,37 dólares FOB).

A continuación se describe los principales productos procesados con sus respectivos operadores.

Cuadro 5.6 - Principales productos procesados por operador 2013

<b>PROD. PROCESADOS / PAÍS DE DESTINO</b>	<b>KG. NETOS</b>	<b>FOB DÓLARES</b>
<b>CAFÉ</b>	<b>198.726,09</b>	<b>\$ 1.005.632,00</b>
<i>Kave Café Ecuatoriana S.A.</i>	<i>72005</i>	<i>\$ 436.518,00</i>
<i>Fapecafes</i>	<i>106191</i>	<i>\$ 281.390,26</i>
<i>Procafe</i>	<i>4505,2</i>	<i>\$ 164.915,40</i>
<i>Cafecom S.A.</i>	<i>14500</i>	<i>\$ 104.615,00</i>
<b>ACEITE PALMA AFRICANA</b>	<b>379143,5</b>	<b>548536,56</b>
<i>Exportsustent S.A.</i>	<i>379143,5</i>	<i>\$ 548.536,56</i>
<b>LICOR DE CACAO</b>	<b>191.045,18</b>	<b>\$ 345.710,34</b>
<i>Transmar Commodity Group Of Ecuador S.A.</i>	<i>191.045,18</i>	<i>\$ 345.710,34</i>
<b>PULPA DE ALOE VERA</b>	<b>60.200,00</b>	<b>\$ 286.940,00</b>
<i>Montelia S.A.</i>	<i>20.000,00</i>	<i>\$ 146.240,00</i>
<i>Corporacion Ecuatoriana Colonche Line</i>	<i>40.200,00</i>	<i>\$ 140.700,00</i>
<b>PURÉ DE BANANO</b>	<b>77.204,00</b>	<b>\$ 47.060,00</b>
<i>Inborja S.A.</i>	<i>77.204,00</i>	<i>\$ 47.060,00</i>
<b>DEMÁS PRODUCTOS PROCESADOS</b>	<b>197.139,35</b>	<b>\$ 725.991,54</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>1.103.458,12</b>	<b>\$ 2.959.870,44</b>

Fuente: Certificación orgánica – AGROCALIDAD 2014

Elaborado por los autores

El cuadro 5.6 muestra los principales productos de exportación con sus respectivos operadores para conocer cuáles de los 87 operadores en lista se dedican a la producción o comercialización de los 5 principales productos orgánicos procesados. Entre

los mismos, se destacan el Café, Aceita de palma africana, Licor de cacao, pulpa de aloe vera y puré de banano.

Constan únicamente nueve operadores que exportan esta clase de productos, las cuales representan el 12% de las empresas que exportaron en el año 2013. Respecto a los países, Estados Unidos y Alemania son los principales mercados.

Finalmente, en el año 2013 las exportaciones de alimentos orgánicos primarios e industrializados en conjunto fueron de \$ 40.901.455 millones de dólares FOB, este valor sólo representa el 0,16% de las exportaciones totales (\$ 24.847.847 miles de dólares FOB). Dentro de las exportaciones orgánicas el 94% corresponden a productos orgánicos primarios y sólo el 7% corresponde a los productos orgánicos procesados.

Con respecto a los alimentos orgánicos procesados, los diferentes tipos de productos que se ofrecen en el mercado internacional son chocolates, café, jugos de frutas, aceite crudo de palma, pulpa, mangos y bananos deshidratados, valorados en \$ 2.959.870 dólares FOB, representando el 0,01% de las exportaciones totales (\$ 24.847.847 miles de dólares FOB) en el año 2013.

## 5.2 CADENA DE AGRICULTURA ORGÁNICA ECUATORIANA

### 5.2.1 Análisis FODA

En esta sección, se describirá el FODA del presente trabajo de investigación con el fin de desarrollar posibles estrategias para cumplir los objetivos propuestos. Destacando los factores externos e internos.

Ilustración 5.6 - FODA



### 5.2.2 Problemas de gestión y servicios

La producción orgánica de Ecuador, presenta algunos problemas de gestión y servicios en el contexto nacional e internacional como se describe a continuación:

En el contexto nacional, existen diferentes problemas que a continuación se describen:

- El Ing. Agron. Manuel Suquilanda en su presentación del año 2012, llegó a la conclusión que la mayor parte de las facultades de la carrera de Ingeniería Agrónoma continúan poniendo énfasis en los planteamientos de la Agricultura Convencional a nivel de pregrado.
- En el nivel medio de educación, es decir, bachillerato, es muy débil la información acerca de los temas relacionados a la agricultura orgánica.
- Los agricultores no reciben una constante ayuda por parte del gobierno por lo que una de sus necesidades es ser capacitados constantemente porque el proceso de cambio de lo convencional a lo orgánico no es tarea fácil y así se evitaría caer de nuevo a la producción convencional con esta guía. Otra de sus necesidades es la asistencia técnica constante con el fin de dar soluciones a problemas fitosanitarios.
- La falta de control por parte del Gobierno nacional a las certificadoras que están posicionadas en el país, ya que se presentaron problemas de transparencias debido a que algunos productores usaban productos prohibidos en su producción orgánica y habían certificadoras que lo aceptaban. Este inconveniente puede poner en riesgo al Ecuador rechazando sus productos orgánicos en otros países por ende se perjudicaría a muchos productores serios.

En el contexto internacional, Ecuador debe de regirse a las estrictas normas establecidas por la Unión Europea (Reglamento 834/07) y Estados Unidos (Programa Orgánico Nacional, NOP) debido al continuo crecimiento de la demanda de productos orgánicos en estos grandes mercados. Los países en desarrollo (Ecuador) tienen la oportunidad de exportar productos orgánicos alimenticios y satisfacer las necesidades de dichos consumidores. Sin embargo, estos países enfrentan diferentes obstáculos al momento de exportar sus productos debido a la falta de información de requisitos y normas, tramites de certificación, etc.

A continuación se describe la información más relevante del reglamento 834/07 de la Unión Europea y el Programa Nacional orgánico (NOP) de Estados Unidos que es de interés para Ecuador.

## **UNIÓN EUROPEA**

La regulación de la agricultura orgánica en la Unión Europea se establece en tres secciones como se describe a continuación:

- Reglamento CE n° 834/07 (Regulación sobre la agricultura y alimentos orgánicos)
- Reglamento CE n° 889/2008 (Regulación sobre la producción, etiquetado y control)
- Reglamento CE n° 1235/2008 (Regulación sobre la importación de productos orgánicos desde terceros países)

Los productos orgánicos procedentes de países terceros (no son miembros de la unión Europea), deben de registrarse al reglamento CE n° 834/2007 donde se describe la producción y etiquetados de los productos orgánicos. Este reglamento está vigente desde el 28 de Junio del 2007.

De acuerdo al etiquetado, el sello ecológico de la Unión Europea es obligatorio cuando el producto es elaborado dentro de la Comunidad Europea y es opcional para los productos que son elaborados fuera del mismo. No se permite el uso del sello cuando el producto se encuentra en “conversión” o cuando solo se refiera a orgánicos a los ingredientes de un producto. Son permitidos los logotipos nacionales, privados y de certificadores. Por otro lado, se debe de incorporar el código de la certificadora, identificar la empresa responsable en la elaboración del producto y el origen en el etiquetado.

En relación a las normas de producción que relata el reglamento CE n° 834/2007 del Consejo de 28 de junio del 2007, con respecto a la producción vegetal y animal se lo describe textualmente en las siguientes líneas:

**“La producción vegetal ecológica debe cumplir ciertas normas sobre:**

- Los tratamientos del suelo, que deben respetar la vida y la fertilidad natural del suelo;

- La prevención de daños, que debe basarse en métodos naturales pero para lo cual se permite utilizar un número limitado de productos Fito farmacéuticos autorizados por la Comisión;
- Las semillas y los materiales de reproducción vegetativa, que han de producirse ecológicamente;
- Los productos de limpieza, que deben haber sido autorizados por la Comisión.

**La producción ganadera ecológica** debe cumplir ciertas normas sobre:

- El origen de los animales, que deben nacer y criarse en explotaciones ecológicas;
- Las prácticas zootécnicas, por ejemplo en relación con ciertas características del alojamiento de los animales;
- Los métodos de reproducción de los animales, en general naturales;
- Los piensos, que deben ser de origen ecológico;
- La prevención de enfermedades;
- La limpieza y desinfección, en las que deben emplearse únicamente productos autorizados por la Comisión.”

Finalmente, los productos que son procedentes de países terceros como Ecuador, pueden comercializar sus productos orgánicos en el mercado comunitario si cumplen el reglamento y han sido objeto de control (El control lo realiza un organismo reconocido por la Comunidad Europea o un organismo de control acreditado).

## **ESTADOS UNIDOS**

El departamento de agricultura de EEUU (USDA), controla que los alimentos que son etiquetados como orgánicos y vendidos dentro de los Estados Unidos sean producidos, procesados y certificados de acuerdo al programa orgánico nacional (NOP).

De acuerdo al etiquetado, el sello ecológico de Estados Unidos no es obligatorio. Es opcional para aquellos productos que se denominan 100% orgánicos (Contener solo ingredientes producidos orgánicamente) y orgánicos (Contener al menos el 95% de ingredientes producidos orgánicamente). Con respecto a los logotipos nacionales, privados y de certificadores, no se permiten los sellos nacionales, los sellos privados se permiten siempre y cuando estos no sean más grandes que el sello USDA. En relación a la certificadora, se debe de mostrar el nombre de la misma debajo del nombre del

productor, usando la siguiente frase “Certificado orgánico por...”. Además de, identificar la empresa responsable en la elaboración del producto con el término “orgánico”. En lo que se refiere a productos procesados, pueden contener al menos un 70% de ingredientes orgánicos y se lo considera como hecho con ingredientes orgánicos. Con respecto al país de origen, se requiere que el nombre del país de origen se lo indique en inglés.

De acuerdo con SCS Global Services respecto al tema del programa NOP, señala que “Los productores certificados deben completar y presentar un Plan de Sistema de Producción Orgánica (el plan) antes de ser certificados. El Plan ofrece una descripción física de campos o parcelas agrícolas destinados a ser utilizados en el cultivo y cosecha de los cultivos orgánicos y una descripción escrita de cada aspecto de la producción orgánica, incluyendo tanto las operaciones de pre y post-cosecha. El Plan también describe las prácticas de manejo específicas realizadas para verificar que el Plan está siendo efectivamente implementado en todas las etapas de producción (por ejemplo, las medidas de control utilizadas para la prevención de la contaminación accidental por sustancias prohibidas o las medidas adoptadas para prevenir la mezcla y/o la contaminación cruzada de alimentos orgánicos con los no orgánicos en una operación de división). El Plan describe el sistema de mantenimiento de registros del productor, el cumplimiento de los procedimientos de monitoreo y la frecuencia del monitoreo y los requisitos de capacitación para empleados”.

En lo que se refiere a la certificación, se cita textualmente de la siguiente manera: “Quienes certifican la producción y cultivo de alimentos orgánicos deben de ser agentes certificados y reconocidos. El USDA es la única identidad autorizada para acreditar organizaciones extranjeras o personas para que se conviertan en agentes certificadores. De esta forma, los agentes certificadores verificarán que la producción y las prácticas de manejo estén de acuerdo a los estándares estadounidenses establecidos por el USDA. En base a lo anterior se deduce que los productos orgánicos importados a los Estados Unidos pueden ser vendidos dentro del país siempre que cuenten con la certificación del USDA o alguno de sus agentes certificadores a lo largo del mundo.” (ProChile, 2011).



### **5.2.3 Oportunidades del mercado ecuatoriano**

Desde los años 90, el país ha desarrollado la producción orgánica la cual se ha incrementado considerablemente al transcurrir los años ya que se estima una 15000 ha certificadas orgánicas.

Es por esto que, el país tiene la oportunidad y el potencial de ingresar sus productos orgánicos a los países miembros de la Unión Europea y Estados Unidos que son considerados como grandes importadores de dichos productos.

Por otro lado, Ecuador debería lograr entrar a la lista de terceros países de la Unión Europea ya que no se requeriría una convalidación adicional a la establecida por la legislación nacional (Equivalencia de la certificación). Para esto, es importante que Ecuador establezca normas de producción orgánica y sistema de control equivalentes a la de la Unión Europea con el fin de obtener la autorización para la exportación de sus productos orgánicos. Solamente dos países latinoamericanos (Costa Rica y Argentina) han logrado incluirse en esta lista.

Con respecto a la Feria BIO FACH 2014 de Alemania la cual es la feria más importante en el sector orgánico, Ecuador estuvo presente bajo el apoyo de PRO ECUADOR donde participaron 10 empresas ecuatorianas y exhibieron sus productos certificados como orgánicos. Con este gran logro y aumentando su diversificación de productos orgánicos procesados, Ecuador podría obtener un reconocimiento mundial de sus productos y aumentar el volumen de sus exportaciones por lo que permitiría mejorar considerablemente la balanza comercial no petrolera del país.

## 5.3 COMERCIALIZACIÓN EN ESTADOS UNIDOS Y EUROPA

### 5.3.1 Acuerdos comerciales

Ecuador ha firmado varios acuerdos comerciales bilaterales o multilaterales como bloque económico con el fin de obtener preferencia arancelaria al ingresar productos ecuatorianos a países con el que consta el acuerdo.

Ecuador pertenece como bloque económico a:

- Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), los países miembros son Brasil, Argentina, Chile, Venezuela, Cuba, Paraguay, Uruguay, México, Bolivia, Colombia, Perú y Ecuador.
- Comunidad Andina (CAN), sus países miembros son Bolivia, Colombia, Perú y Ecuador.
- Sistema Global de Preferencias Comerciales entre los países en desarrollo (SGPC), sus países miembros son Argelia, la Argentina, Bangladesh, Benin, Bolivia, Brasil, Camerún, Chile, Colombia, Cuba, Egipto, Filipinas, Ghana, Mercosur, Guinea, Guyana, India, Indonesia, Iraq, Jamahiriya Árabe Libia, Malasia, Marruecos, México, Mozambique, Myanmar, Nicaragua, Nigeria, Pakistán, Perú, Corea, Irán, Tanzania, Singapur, Sri Lanka, Sudán, Tailandia, Trinidad y Tabago, Túnez, Venezuela, Viet Nam, Zimbabwe y Ecuador (Pro Ecuador, 2014).

El país ecuatoriano mantiene acuerdos comerciales con la ALADI, MERCOSUR, Comunidad Andina, México, Cuba, Guatemala y Venezuela. En el siguiente cuadro se muestra el saldo comercial con los países con los que Ecuador mantiene dichos acuerdos.

Cuadro 5.7 - Saldo comercial con los que mantiene acuerdos Ecuador 2011

PAÍSES	SALDO TOTAL	SALDO NO PETROLERO	AS	NAM	PAR	AGR	ACE	AAP	AAPR
<i>Argentina</i>	-471	-471		x	x	x	x		
<i>Bolivia</i>	-6	-6	x	x	x	x			
<i>Brasil</i>	-802	-802		x	x	x	x		
<i>Chile</i>	282	-335		x	x	x	x		
<i>Colombia</i>	-1229	-1229	x	x	x	x			
<i>Cuba</i>	8	8		x	x	x	x		
<i>México</i>	-640	-640		x	x				x

<i>Paraguay</i>	-4	-4		x	x	x	x		
<i>Perú</i>	300	-512	x	x	x	x			
<i>Uruguay</i>	-24	-49		x	x	x	x		
<i>Venezuela</i>	424	753		x	x	x	x		
<i>Guatemala</i>	39	-1						x	

AS Acuerdos Subregionales; NAM Acuerdos Regionales; PAR Preferencias Arancelarias Regionales; AGR Agropecuario; ACE Acuerdos de complementación Económica; AAP Acuerdos de Alcance Parcial; AAPR Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación Histórico de Preferencias Arancelarias  
Valores en millones de dólares

Fuente: Cámara de Industrias de Guayaquil

Como se puede observar el cuadro 5.7, Ecuador no mantuvo acuerdos comerciales con países miembros de la Unión Europea ni Estados Unidos (Nuestro principal objetivo) sino que mantiene acuerdos comerciales con países latinoamericanos donde su saldo comercial no petrolero es negativo excepto con Cuba y Venezuela en el año 2011 (Cámara de Industria de Guayaquil, 2011).

Por otro lado, Ecuador está negociando con el bloque Europeo, con el fin de que el país pueda acceder su oferta exportable a todos los países miembros (28 países). Cabe recalcar que, su saldo comercial no petrolero con este bloque es negativo (\$ - 68 millones de dólares), se espera que se reduzca su déficit con la firma formal de este acuerdo ya que uno de sus objetivos es potenciar las oportunidades del país.

Se concluye que Ecuador ha dado un gran paso al entrar en negociación de un acuerdo comercial con uno de los grandes mercados como la Unión Europea. Por otro lado, es necesario que el país logre obtener un acuerdo comercial con Estados Unidos ya que es uno de los grandes mercados internacional.

### 5.3.2 Canales

Cuando surgieron los alimentos orgánicos, empezaron a tener participación en los mercados de agricultores (Farmer's markets), después dichos productos se comenzaron a distribuir en las tiendas naturales y actualmente están presentes en todos los canales de distribución, especialmente en las cadenas minoristas convencionales con una participación del más del 50% del total de ventas de los productos orgánicos dentro de la industria de alimentos.

En esta sección se describirá los canales de distribución de los países miembros de la Unión Europea (Alemania, Francia y Reino Unido) y Estados Unidos para la comercialización de los productos orgánicos alimenticios.

## ALEMANIA

Dentro de la estructura de los canales de distribución para comercializar los productos orgánicos en Alemania, las cadenas minoristas convencional son los más utilizados ya que se registró más del 50% de venta de comida orgánica en este tipo de canal en estos últimos años como se lo demuestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 5.8 – Canal de venta de Alemania 2000-2008

CANAL DE VENTAS	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<i>Minoristas convencionales</i>	0,68	0,95	1,05	1,09	1,28	1,6	2,25	2,8	3,36
<i>Tiendas de alimentos orgánicos</i>	0,57	0,74	0,78	0,81	0,9	0,99	1,08	1,18	1,26
<i>Tiendas de reforma</i>	0,21	0,24	0,27	0,27	0,27	0,24	0,22	0,2	0,18
<i>Venta directa</i>	0,35	0,45	0,52	0,52	0,56	0,54	0,51	0,51	0,45
<i>Carnicería / Panadería</i>	0,14	0,2	0,22	0,23	0,24	0,24	0,24	0,28	0,25
<i>Otros</i>	0,1	0,12	0,17	0,2	0,25	0,29	0,3	0,33	0,35
<b>TOTAL</b>	<b>2,05</b>	<b>2,7</b>	<b>3,01</b>	<b>3,12</b>	<b>3,5</b>	<b>3,9</b>	<b>4,6</b>	<b>5,3</b>	<b>5,85</b>

Valores en billones de euros

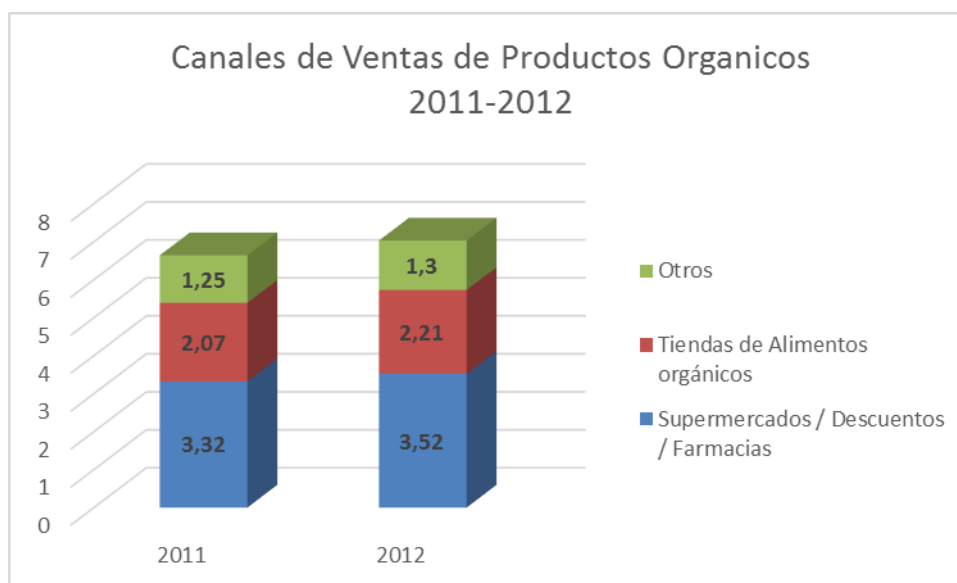
Fuente: Prof.Hamm, University of Kassel

En el cuadro 5.8 se exhibe que el canal que lidera en venta de productos orgánicos es el de minorista convencional con una participación del 57% (\$ 3.36 billones de euros) en ventas totales y un crecimiento del 300% aproximadamente en relación al año 2000 con el cual registró ventas de solo el 0.68 billones de euros. Seguido por las tiendas especializadas en alimentos orgánicos, donde registraron una participación del 22% (\$ 1.26 billones de euros) y un crecimiento del 120% aproximadamente en relación al año 2000. Seguido por las ventas directas con una menor participación del 8% (\$ 0.45 billones de euros) y crecimiento del 28% en base al año 2000 donde se registraron ventas de 0.35 billones de euros.

Por otro lado, los canales que registraron una participación en ventas menor al 8% fueron las tiendas de reformas (\$ 0.18 billones de euros), las carnicerías / panaderías (\$ 0.25 billones de euros) y otros tipos de canales menos común (\$ 0.35 billones de euros) con una participación del 3%, 4% y 6% respectivamente y un decrecimiento del 10% y 11% y un crecimiento del 6% respectivamente en relación al año anterior (Richter, 2005).

En los años 2011 y 2012, los canales de distribución para productos orgánicos en Alemania siguen la misma tendencia como se puede ver en la siguiente ilustración:

Ilustración 5.7 - Canales de venta en Alemania (billones de euros) 2011-2012



Fuente: Arbeitskreis Biomarkt based on GfK, Nielsen, BioVista and Klaus Braun

Como se muestra en la ilustración 5.7, los supermercados registra una participación del 50% (3.52 billones de euros) del total de ventas, seguido por las tiendas especializadas en comida orgánica con una participación del 31% (2,21 billones de euros) incluyendo las tiendas grandes de agricultores. Los canales de distribución como las carnicerías/panaderías, ventas directas, tiendas de vegetales y frutas y tiendas online registraron una participación de sólo el 18% del total de las ventas orgánicas del año 2012. La tasa de crecimiento de dichos canales fue del 6%, 7% y 4% respectivamente en relación al año anterior (Schaack, 2013).

## FRANCIA

La estructura de los canales de distribución de Francia para comercializar los productos orgánicos alimenticios se dividen en seis canales como venta directa, distribución especializada de productos orgánicos por medio de redes o independientes, comerciantes, GSA como se describe en el siguiente cuadro con sus respectivas cifras de ventas:

Cuadro 5.9 – Canal de venta de Francia 2007-2012

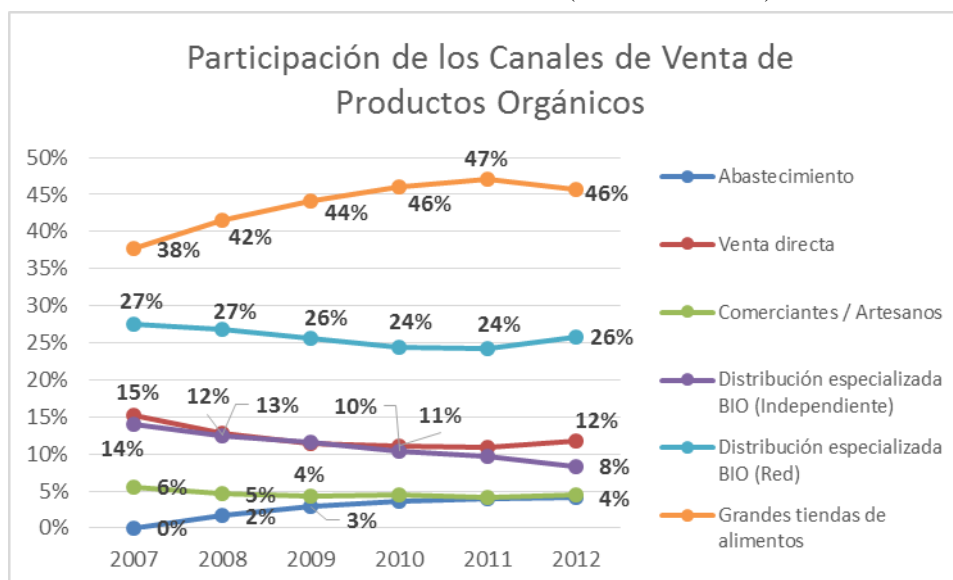
CANAL DE VENTAS	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<i>Abastecimiento</i>	1	44	92	130	158	169
<i>Venta directa</i>	315	333	359	389	423	492
<i>Comerciantes / Artesanos</i>	115	120	138	156	164	184
<i>Distribución especializada BIO (Independiente)</i>	290	325	364	367	377	347
<i>Distribución especializada BIO (Red)</i>	568	701	805	855	950	1078
<i>Grandes tiendas de alimentos</i>	781	1083	1391	1617	1840	1903
<b>TOTAL</b>	<b>2.070</b>	<b>2.606</b>	<b>3.149</b>	<b>3.514</b>	<b>3.912</b>	<b>4.173</b>

Fuente : L'Agence Bio, FR. (2013)

Según el cuadro 5.9, Francia ofrece diferentes canales por donde los productos pueden ser comercializados como abastecimiento, venta directa, comerciantes, tiendas especializadas de manera independiente o por red y las grandes tiendas de alimentos.

En la siguiente ilustración se presenta los diferentes canales de ventas del país con su respectiva participación en las ventas desde el año 2007 al 2012.

Ilustración 5.8 - Canales de venta en Francia (millones de euros) 2007-2012



Fuente: Arbeitskreis Biomarkt based on GfK, Nielsen, BioVista and Klaus Braun

En el año 2012, casi la mitad de las ventas fueron realizadas a través de las grandes tiendas de alimentos (GSA: Grandes Surfaces Alimentaires) con una participación en ventas de 46% (1 093 millones de euros) y un crecimiento del 3% en relación al año anterior. Seguido por la red de distribución especializada BIO con una participación en

ventas de 26% (1 078 millones de euros) y un crecimiento de + 13 puntos porcentuales. El 12% de las ventas corresponden a las ventas directas al consumidor final con un crecimiento del 11% en relación al año anterior.

Los canales de distribución que registraron una participación menor al 10% fueron la distribución especializada BIO (Independiente), Comerciantes y abastecimiento con una participación del 8% y 4% respectivamente y un decrecimiento del 8% y un crecimiento de 12% y 7% respectivamente en relación al año 2011.

En comparación con el año 2007, las cadenas tradicionales obtuvieron una tasa de crecimiento del más del 100%, seguido por las tiendas especializadas Bio con una tasa de crecimiento del 90%.

Finalmente, en relación a Alemania, la estructura de canales de distribución sigue la misma tendencia ya que lidera las tiendas convencionales, seguido por las tiendas especializadas en las ventas de los productos orgánicos alimenticios (L'Agence Bio, 2013).

## REINO UNIDO

El esquema de canales de distribución para la comercialización de los productos orgánicos alimenticios en el país inglés se divide en minoristas múltiples e independientes, catering, tiendas de productos agrícolas, mercados de agricultores, servicio de entregas a domicilio, como se lo detalla en el siguiente cuadro con sus respectivas ventas de los productos orgánicos.

Cuadro 5.10 - Canal de venta de Reino Unido 2010-2012 (millones de libra esterlina)

CANAL DE VENTAS	2010	2011	2012
<i>Minoristas múltiples</i>	1252	1189,6	1161
<i>Box Schemes / Home Delivery / Email Orders</i>	155,8	167	174
<i>Tiendas de productos agrícolas / Mercado de agricultores</i>	49,37	48,09	41,3
<i>Catering</i>	15,33	15,7	15,9
<i>Otros Minoristas Independientes</i>	259,4	246,6	249
<b>TOTAL</b>	<b>1.732</b>	<b>1.667</b>	<b>1.642</b>

Valores en millones de libra esterlina

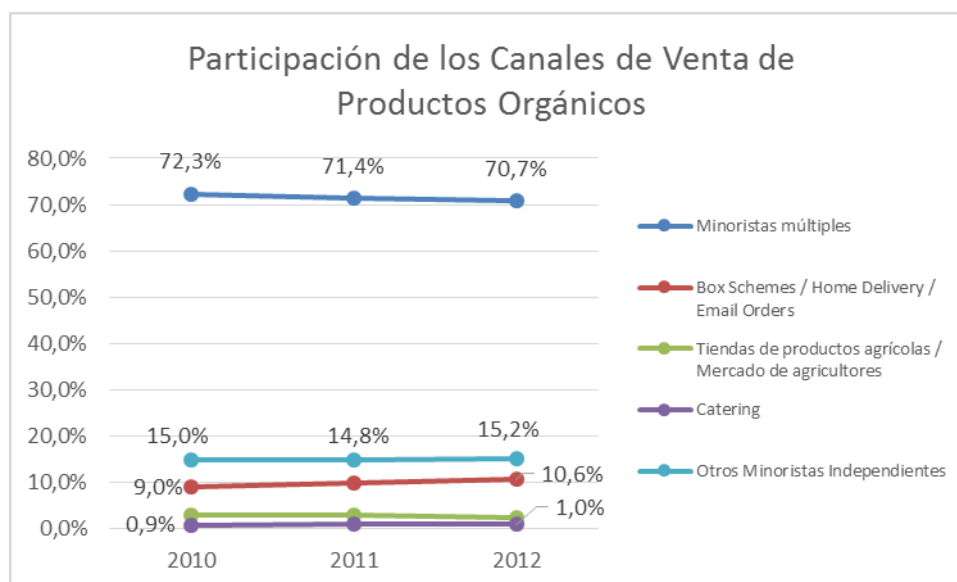
Fuente: The Soil Association, UK. (2013)

En el cuadro 5.10, se muestra que en Reino Unido se puede comercializar los productos orgánicos por medio de minoristas múltiples, tienda de productos agrícolas,

minoristas independientes y hasta entrega a domicilio. El país registró ventas de £ 1.642 millones de libra esterlinas en el año 2012.

En la siguiente ilustración se describe la participación de los diferentes canales de ventas de Reino Unido desde el año 2010 hasta el 2012 en millones de libras esterlinas.

Ilustración 5.9 - Canales de venta en Reino Unido 2007-2012



Fuente: The Soil Association, UK. (2013).

Como se puede observar en la ilustración 5.9, el 70% de las ventas de los productos orgánicos se comercializa a través de los minoristas múltiples, donde la empresa Tesco es la más grande en el país inglés con una participación del 27% dentro de este sector y un decrecimiento del 2% debido a los siguientes factores:

- Debido a la recesión económica, las familias le dan prioridad al ahorro en su presupuesto familiar.
- Falta de inversión en el rango de marcas propias.
- Cortes continuos en casi todos los retailers en gamas ecológicas.

El 15% de participación corresponde al canal de minoristas independientes con un crecimiento del 0,70% donde incluye catering, pedidos por correos, tiendas de alimentos saludables, etc... Los grandes minoristas especializados tuvieron éxito debido a su posición estratégicas en áreas urbanas.

Las entregas a domicilio / pedidos por correos / box schemes registraron una participación de sólo el 10% (174 millones de euros) en el mercado, aunque registraron un crecimiento del 45 en relación al año 2011. El crecimiento que se registró en este



sector lo lidera la empresa Abel & Cole y Riverford por varios años consecutivos donde su volumen de producción incrementó en un 20% y 8% respectivamente.

Los canales que registraron una menor participación en las ventas de los productos orgánicos alimenticios fueron las tiendas de productos agrícolas / mercados de agricultores y catering con el 2.52% (41 millones) y 0.97% (15 millones de euros) respectivamente.

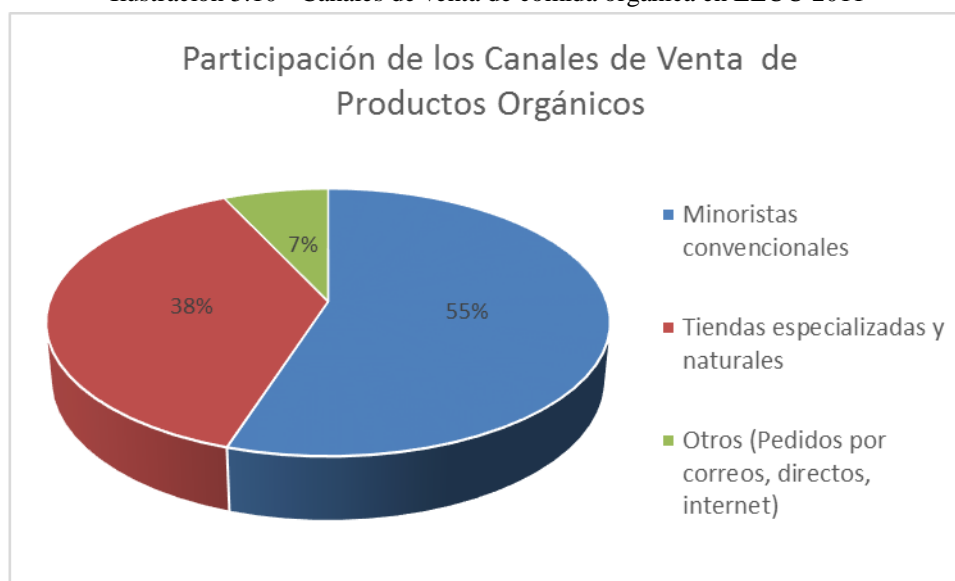
Las ventas de dichos productos a través de las tiendas de productos agrícolas/mercados de agricultores cayeron en un 14% incluyendo el cierre de algunas empresas (The Soil Association, UK, 2013).

## ESTADOS UNIDOS

Los productos orgánicos comercializados en el país norteamericano, se los puede encontrar en diferentes tiendas como tiendas de comestibles (grocery stores), cooperativas, tiendas especializadas, mercados de agricultores / tiendas de productos agrícolas, Internet, restaurantes y otros puntos de ventas.

La estructura de canales de distribución para la comercialización de productos orgánicos es similar a la de la Unión Europea como se puede observar en la siguiente ilustración.

Ilustración 5.10 - Canales de venta de comida orgánica en EEUU 2011



Fuente: International Workshop on Organic Production (2012, Salta, AR).

Como se puede observar en la ilustración 5.10, las cadenas minoristas convencionales lidera en los canales de distribución para productos orgánicos ya que registró una participación del 55% en las ventas, seguido por las tiendas especializadas con una participación del 38% y otros tipos de canales como internet, pedidos por correos y ventas directas con una participación de sólo el 7% de las ventas totales en el año 2011.

Es importante recalcar que los productos orgánicos alimenticios eran comercializados fuera del sistema de distribución convencional a través de otros canales de distribución (Tiendas especializadas, mercados de agricultores, etc) pero debido al fuerte crecimiento del consumo de estos tipos de productos, se ha ampliado la red de distribución a las cadenas minoristas convencionales con más de la mitad de participación en las ventas totales (Salta, 2012).

### **5.3.3 Obstáculos en los canales de comercialización de los productos orgánicos**

Como se pudo observar en la sección anterior, el canal de distribución que predomina en algunos países miembros de la Unión Europea (Alemania, Francia y Reino Unido) y en Estados Unidos son las cadenas minoristas convencionales (supermercados), seguido por las tiendas especializadas en productos orgánicos. La comercialización de los productos orgánicos alimenticios a través de las cadenas minoristas convencionales como los supermercados presentan diferentes obstáculos como se lo menciona a continuación: No existe la suficiente cantidad de productores y comerciantes al por mayor dedicados continuamente al abastecimiento de los productos orgánicos. La comercialización de productos orgánicos todavía no está estructurada con el nivel técnico necesario para el grado de abastecimiento mayorista que se requiere. Los clientes no creen que los supermercados sean sinceros en mostrar todas las desventajas de consumir los productos que ofertan, esto sin importar qué producto ofertan. Los empleados que tratan con el consumidor final no están debidamente capacitados para mostrar las bondades de los productos orgánicos. Los productos no orgánicos tienen precios inferiores a los productos orgánicos y por lo general el mismo lugar se oferta ambos tipos de productos. Así el cliente tiene que elegir comprar un producto no orgánico más barato sin tener que realizar ningún esfuerzo extra para encontrarlo. Cuando se trata de productos orgánicos nacional, es recomendable que los supermercados compren dichos productos directamente a los

productores locales y así evitar los intermediarios. Si se trata de productos orgánicos importados se compra a los mayoristas o distribuidores de los mismos. Otro obstáculo que se presenta en los canales de distribución es la falta de disponibilidad de transporte cuando se trata de llevar la mercancía en volúmenes pequeños a mercados lejanos (Pinto, 2002).

## **CAPÍTULO VI ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LA PRODUCCIÓN E INCENTIVOS ECONÓMICOS**

El Gobierno Ecuatoriano debe de involucrarse mucho más en el sector orgánico del país con el fin de desarrollar políticas para aumentar la producción, diversificación y exportación de productos orgánicos elaborados, ya que el mismo sería un gran apoyo para estimular el desarrollo del sector orgánico en el país.

La agricultura orgánica en Ecuador empezó en los años 90, creció considerablemente la superficie dedicada a la producción de alimentos orgánicos orientados para la exportación a 51.634,25 has con un crecimiento del 11.9% en relación al año 2006. Aunque para el año 2012, hubo un decrecimiento del 15.8% en relación al año 2007 debido al aumento de normativas para producir orgánicamente.

Actualmente existen seis organismos internacionales de certificación orgánica en el país, los cuales son acreditadas por el Sistema de Acreditación Ecuatoriana (SAE)<sup>3</sup> para las siguientes etapas de producción:

- Producción
- Proceso
- Comercialización

En el caso de Ecuador, es importante que se desarrolle el sector orgánico para generar ingreso a través de las exportaciones orgánicas procesadas.

Además, en el Código de Producción del Ecuador, existen cinco tipos de incentivos que se detallan a continuación:

- Incentivos generales para toda inversión productiva del país.
- Incentivos sectoriales.
- Incentivos para las Zonas Económicas de Desarrollo Especial (ZEDE).
- Incentivos para el Desarrollo de Zonas de Mayor Pobreza y Crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas y Actores de la Economía Popular y Solidaria.
- Incentivos para la Innovación y Exportación de Medianas Empresas.

Dentro de los Incentivos Generales se promueve La Producción más Verde del país, el cual cita textualmente “Para el cálculo del Impuesto a la Renta, se considerará una deducción adicional del 100% del gasto en compra de maquinaria y equipos para

---

<sup>3</sup> Anteriormente OAE – Organismo de Acreditación Ecuatoriana.

producción más limpia, y para la implementación de sistemas de energías renovables (solar, eólica o similares), o la mitigación del impacto ambiental.”

Por otro lado, los Incentivos Sectoriales permiten “La exoneración del pago del impuesto a la renta y del pago del impuesto mínimo por los primeros cinco años en los siguientes sectores priorizados como:

- Alimentos frescos, congelados e industrializados.
- Cadena forestal y agroforestal y sus elaborados.
- Metalmecánica.
- Farmacéutica.
- Turismo.
- Energías Renovables.
- Servicios Logísticos de Comercio Exterior.
- Biotecnología y Software Aplicado”

Este incentivo se aplica para aquellas empresas que son constituidas desde el año 2011, con el objetivo de sustituir las importaciones y fomentar las exportaciones en estos sectores. En lo que respecta al rubro de alimentos frescos, congelados e industrializados se refiere a vegetales y frutas, café, lácteos, aceites y grasas, confitería, panadería y animales tradicionales.

Con respecto a los incentivos para la Innovación y Exportación de Medianas Empresas, se cita textualmente en los siguientes ítems:

- Capacitación técnica dirigida a investigación, desarrollo e innovación tecnológica (Deducción hasta el 1% del gasto de sueldos y salarios al año)
- Gastos en mejora de la productividad de la empresa: estudios de mercados y competitividad (Hasta el 1% de las ventas)
- Gastos de promoción internacional de la empresa y sus productos (Deducción hasta el 50% de los gastos de promoción y publicidad)

Como se puede observar, dentro de los incentivos del Código de la Producción, existe una deficiencia de incentivos de carácter orgánico, aunque existen incentivos interesantes como se los detalló en los párrafos anteriores que se pueden adaptar netamente en el sector orgánico.

Por otra parte, Ecuador tiene la oportunidad de elaborar productos procesados orgánicos ya que el país cuenta con diferentes tipos de suelos y tiene una condición

climática favorable para todo tipo de cultivos. Se puede utilizar estos recursos a su favor para aumentar su producción y diversificación en productos elaborados en base a frutas y vegetales orgánicas.

La producción orgánica del país sigue dependiendo de los productos primarios (92,76% respecto al año 2013) y los productos industrializados (7,24% respecto al año 2013) siguen teniendo una baja participación en las exportaciones. Es por esto que es necesario diseñar verdaderos incentivos gubernamentales con el objetivo de mejorar la participación de las exportaciones industrializadas aumentando su volumen y diversificación en el mercado.

En la agricultura orgánica se recibe muy poco apoyo por parte del Estado ya que esta entidad promueve solamente la repartición de semillas y sistema de riego a bajo costo de manera aleatoria.

Como herramienta para el cumplimiento de los posibles incentivos, se propone la implementación de un Departamento de Orientación especializado en el Sector Orgánico dentro de las instalaciones de Pro Ecuador, en vista de que esta agencia se encarga de promover las exportaciones generales en los grandes mercados internacionales.

A continuación se presenta los posibles incentivos propuestos en el presente trabajo de investigación:

1. Adaptar el Incentivo Sectorial que exonera del pago a la renta por los cinco primeros años a las empresas orgánicas que se dediquen a la categoría de Alimentos frescos, congelados e industrializados.
2. Extender el subsidio al Seguro Agrícola a uno de los principales cultivos orgánicos (cacao) que se vea afectado por fenómenos climáticos y biológicos
3. Que el gobierno subsidie las tarifas para la inspección y certificación orgánica a aquellas empresas agrícolas orgánicas que estén dispuestas a procesar su producto final.

## **6.1 ANÁLISIS CUALITATIVO**

### **6.1.1 Hipótesis**

Los incentivos gubernamentales a la producción de productos orgánicos procesados para la exportación a países desarrollados aportarán a la diversificación del sector industrializado de la Balanza Comercial no Petrolera.

### **6.1.2 Variable Dependiente**

- La diversificación del sector industrializado de la Balanza Comercial no Petrolera.

### **6.1.3 Variable Independiente**

- Incentivos gubernamentales a la producción de productos orgánicos procesados.
  1. Adaptar el incentivo sectorial.
  2. Extender el subsidio al Seguro Agrícola a los principales cultivos orgánicos.
  3. Que el gobierno subsidie los costos para la inspección y certificación orgánica a aquellas empresas agrícolas orgánicas que estén dispuestas a procesar su producto final.

### **6.1.4 Unidad de Análisis**

La población del estudio son las empresas productoras y exportadoras de productos orgánicos primarios y procesados pertenecientes a la base de datos proporcionada por AGROCALIDAD a través de la Ing. Paulina Betancourt.

La base de datos está compuesta por un total de 88 empresas que se dedican a la exportación de diferentes productos primarios (banano, cacao, pitahaya, granadilla) y procesados (derivados del cacao, barras de chocolates, jugos y pulpa de frutas) orgánicos con un total de 40.901.445 USD FOB, donde el 92,76% de las exportaciones corresponde a productos primarios y la diferencia (7,24%) corresponde a las exportaciones de productos procesados. Además, las exportaciones orgánicas contribuyen con el 0,16% en las exportaciones totales del año 2013. Por otro lado, las exportaciones primarias (37.941.574,93 USD) y las exportaciones procesadas (2.959.870,44 USD) representan el 0,153% y 0,012% respectivamente en las exportaciones totales 2013.

Como el tema de investigación se centra en diseñar diferentes incentivos para estimular a las empresas productoras a que procesen su materia prima, el número de empresas de interés se reduce de 88 a 61, pues éste es el número de empresas que se dedican a la producción de primarios (29.963.162 USD FOB), las restantes son empresas comercializadoras y procesadoras de los mismos (10.938.284 USD FOB). Esto suma un total de 40.901.445 USD FOB.

De las 61 empresas de interés, solamente 15 mostraron predisposición a llenar algún tipo de encuesta, en el resto las personas contactadas argumentaron falta de interés, falta de tiempo o no tener autorización de sus superiores. Así, el conjunto referencial de empresas se redujo a 15 empresas productoras de productos orgánicos primarios.

A continuación se detallan las 15 empresas productoras y exportadoras de productos primarios con sus respectivas ventas y participación en las exportaciones totales.

Cuadro 6.1 - Empresas encuestadas

EMPRESA	ACTIVIDAD COMERCIAL	FOB DOLARES	PARTI.
<i>Unocace</i>	Productor de cacao	1.384.306	4,62%
<i>Fupordi S.A.</i>	Productora de banano	939.488	3%
<i>Fruta Rica</i>	Productora de banano	3.204.254	11%
<i>Fundación Chankuap Recursos para el Futuro</i>	Producción agrícola	10.997	0,04%
<i>Traboar</i>	Productora de banano	2.049.715	7%
<i>Brundicorpi</i>	Productora de banano	2.405.734	8%
<i>Fundación Maquita Cushunchi</i>	Productor de cacao	1.094.481	4%
<i>Asociación de pequeños productores bananeros "El Guabo"</i>	Productor de banano	1.165.299	4%
<i>Grubafal</i>	Productora de banano	24.866	0,08%
<i>Quicornac S.A.</i>	Productor de maracuyá, mango	2	0%
<i>Exboro</i>	Productora de banano	3.013.796	10%
<i>Ecobanec S.A.</i>	Productora de banano	1.007.584	3,36%
<i>Corporación Fortaleza del Valle</i>	Productora de cacao	225.317	1%
<i>Intercafe</i>	Productora de café	164.915	1%
<i>Provefrut</i>	Productora de vegetales	18.640	0,1%
<b>TOTAL</b>		<b>16.709.395</b>	
<b>TOTAL EXPORTACIONES PRIMARIAS</b>		<b>29.963.162</b>	<b>55,77%</b>

Fuente: AGROCALIDAD 2014

Elaborado por los autores



Como se puede observar en el cuadro 6.1, este conjunto de empresas representan 29.963.162 USD FOB, con una participación del 55.77% (16.709.395 dólares FOB) en las exportaciones primarias de orgánicos. Fruta Rica representa el 11% de las exportaciones con un valor de \$ 3.204.254 dólares FOB, su destino de exportación son Alemania, Holanda y Reino Unido; seguido por Exbaoro con una participación del 10% ( 3.013.796 dólares FOB) en las exportaciones donde su principal mercado es Alemania. Empresas como Brundicorpi (Principal destino de exportación: Estados Unidos) y Traboar (Su mercado meta está conformado por Estados Unidos y Bélgica) representan el 8% y 7% respectivamente en las exportaciones. Las empresas que representan menos del 3% son Fupordi (Japón), Provefrut (México), Intercafé, Chankuap y Fortaleza del Valle, donde su destino de exportación son Japón, México, varios países (Alemania, EEUU, Inglaterra), Estados Unidos, Bélgica respectivamente. La mayoría de estas empresas se dedican a la producción y exportación de banano y caco en grano.

Después de lo descrito en el cuadro anterior (6.1), se procede a calcular el tamaño de la muestra para realizar la encuesta con la finalidad de medir el grado de aceptabilidad de los incentivos diseñados, lo cual se utilizó la fórmula de distribución normal para una población finita:

Ecuación 6.1

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

N: Es el tamaño de la población.

$Z_{\alpha}$ : Es el valor crítico obtenido mediante el nivel de confianza que se asigne.

p: Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio, este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que  $p = 0.5$  que es la opción más segura.

q: Es la proporción de individuos que no poseen esas características, es  $1 - p$ .

e: Es el margen de error permitido.

n= Es el tamaño de la muestra.

DATOS:

N = 15 empresas productoras orgánicas.

$Z_{\alpha} = 1,645$  con un nivel de confianza del 90%.

$p = 0,5$

$q = 0,5$

$e = 10\%$

$n = ?$

Aplicando la fórmula de la ecuación 6.1, la  $n$  muestral es:

Ecuación 6.2

$$n = \frac{1,645^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 15}{0,1^2(15 - 1) + 1,645^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = 12 \text{ empresas}$$

Una vez obtenida la muestra para la realización de la encuesta, se utilizará el método de muestreo no probabilístico intencional, ya que se seleccionará a las empresas orgánicas a criterio personal de las investigadoras.

## **6.2 ANÁLISIS DE IMPLEMENTACIÓN DE LOS INCENTIVOS GUBERNAMENTALES**

En esta sección se describirá la tabulación de datos de las encuestas, una vez definido el grado de aceptabilidad de cada incentivo por parte de las empresas se procederá a realizar un análisis beneficio – costo de cada uno de ellos. Luego, se realizará un análisis de la producción orgánica del país para conocer el porcentaje de incremento considerando niveles mundiales.

### **6.2.1 Presentación de datos**

En esta sección se presentará el resultado de las encuestas realizadas a las 12 empresas obtenidas en el muestreo, según se indica en la sección anterior. El objetivo es medir el grado de aceptación que tienen los incentivos gubernamentales, resultado que será descrito a través de tablas y gráficos estadísticos.

Cabe recalcar, que la pregunta No. 1 no corresponde a un incentivo gubernamental. El objetivo de incluir esta pregunta a la encuesta es para conocer si las empresas están de acuerdo en tener al alcance un departamento especializado en el mercado de productos orgánicos dentro de las instalaciones de Pro Ecuador, ya que actualmente se encarga de promover la oferta exportable de bienes y servicios en general.

Cada una de estas preguntas será medida en un intervalo de 5 opciones, donde:

1. Totalmente desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Neutro
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

- **PREGUNTA 1:** ¿Considera necesario la implementación de un Departamento de Orientación en Pro Ecuador especializado en el sector orgánico?

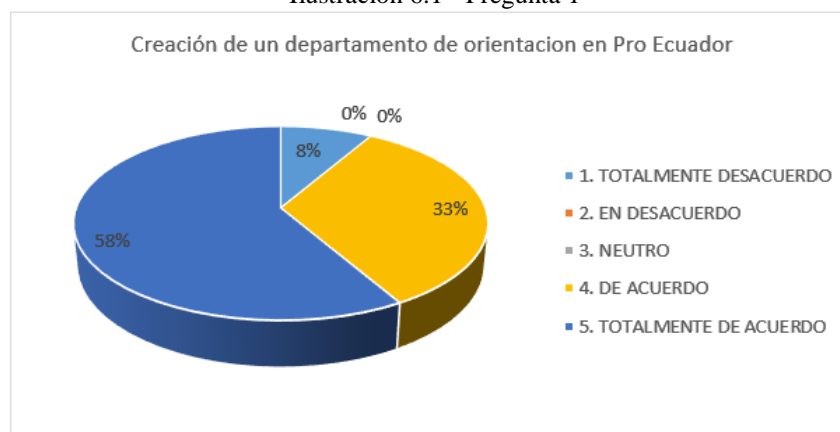
Tabla 6.1 - Pregunta 1. Implementación del Departamento de Orientación en Pro Ecuador

No	EMPRESAS	1	2	3	4	5
1	<i>Brundicorp</i>	x				
2	<i>Ecobanec</i>					x
3	<i>Unocace</i>					x
4	<i>Chankuap</i>				x	
5	<i>Fundación Maquita Cushunchi</i>				x	
6	<i>Fortaleza del Valle</i>					x
7	<i>Fupordi</i>					x
8	<i>Asociación de productores bananeros “El Guabo”</i>					x
9	<i>Quicornac</i>				x	
10	<i>Grubafal</i>					x
11	<i>Intercafe</i>					x
12	<i>Provefrut</i>				x	
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>7</b>
<b>PORCENTAJE</b>		<b>8%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>33%</b>	<b>58%</b>

1: Totalmente desacuerdo; 2: En Desacuerdo; 3: Neutro; 4: De Acuerdo; 5: Totalmente Desacuerdo  
Elaborado por los autores

Según la tabla 6.1, Brundicorp con una participación del 5,88% en las exportaciones globales (\$ 40.901.455 dólares FOB) fue la única empresa que no estuvo para nada de acuerdo con respecto a la creación de un departamento especializado en el sector orgánico dentro de las instalaciones de Pro Ecuador. Empresas como Ecobanec, Unocace, Fortaleza del Valle, Fupordi, Asociación de Productores Bananeros “El Guabo”, Grubafal y Intercafé estuvieron totalmente de acuerdo y las empresas restantes como Chankuap, Fundación Maquita Cushunchi, Quicornac y Provefrut estuvieron de acuerdo con dicha implementación.

Ilustración 6.1 - Pregunta 1



Elaborado por los autores

Las empresas muestran una gran aceptación en la creación de un departamento especializado en el sector orgánico (tabla 6.1), ya que el 58% está totalmente de acuerdo y el 33% de las empresas están de acuerdo con esta propuesta. Sólo Brundicorpi está totalmente desacuerdo con esta implementación, lo cual representa el 8% en este caso.

- **PREGUNTA 2:** ¿Estaría de acuerdo usted en procesar su materia prima orgánica si se le exoneraría impuesto a la renta durante 5 años fiscales?

Tabla 6.2 - Pregunta 2 - Primer incentivo

No	EMPRESAS	1	2	3	4	5
1	<i>Brundicorpi</i>			x		
2	<i>Ecobanec</i>					x
3	<i>Unocace</i>					x
4	<i>Chankuap</i>				x	
5	<i>Fundación Maquita Cushunchi</i>				x	
6	<i>Fortaleza del Valle</i>					x
7	<i>Fupordi</i>					x
8	<i>Asociación de productores bananeros "El Guabo"</i>			x		
9	<i>Quicornac</i>			x		
10	<i>Grubafal</i>				x	
11	<i>Intercafe</i>					x
12	<i>Provefrut</i>				x	
	<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	<b>PORCENTAJE</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>25%</b>	<b>33%</b>	<b>42%</b>

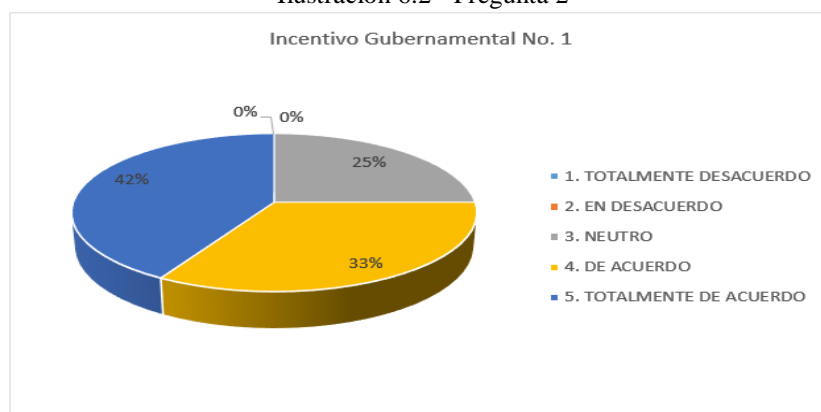
1: Totalmente desacuerdo; 2: En Desacuerdo; 3: Neutro; 4: De Acuerdo; 5: Totalmente Desacuerdo  
Elaborado por los autores

La tabla 6.2 muestra que, las empresas conformadas por Brundicorpi, Asociación de Productores Bananeros "El Guabo" y Quicornac muestran una posición neutral con respecto a la exoneración de impuesto a la renta durante los primeros 5 años fiscales, si procesan su materia prima. El conjunto de estas empresas representan el 11% de participación en las exportaciones de productos primarios orgánicos con un valor de \$ 3.571.035 dólares FOB de un total de \$ 29.963.162 dólares FOB.

Las empresas que están dispuestas a procesar su materia prima con la finalidad de que se les exonere el impuesto a la renta son Chankuap, Fundación Maquita Cushunchi, Grubafal y Provefrut, las cuales representan el 4% en el mercado con un valor de 1.148.985 USD FOB. Las empresas que están totalmente de acuerdo con la práctica de este incentivo gubernamental son Ecobanec, Unocace, Fortaleza del Valle, Fupordi y

Intercafé con una participación del 11,49% y un valor de exportación de \$ 3.721.610 dólares FOB.

Ilustración 6.2 - Pregunta 2



Elaborado por los autores

Según la ilustración 6.2, el 25% de las empresas encuestadas presentan una opinión neutral del primer incentivo. En todo caso, el 33% se muestra positivo y el 42% de las empresas restantes muestran aceptación totalmente de acuerdo. Es decir que el 75% de las empresas si están dispuestas a procesar su materia prima siempre y cuando se les exonere el impuesto a la renta durante los primeros 5 años fiscales. Este 75% representan \$ 3.992.578 dólares FOB con una participación del 12.33% en las exportaciones.

- **PREGUNTA 3:** ¿Cree usted que la extensión del seguro agrícola a productos orgánicos incremente la producción orgánica procesada?

Tabla 6.3 - Pregunta 3 - Segundo Incentivo

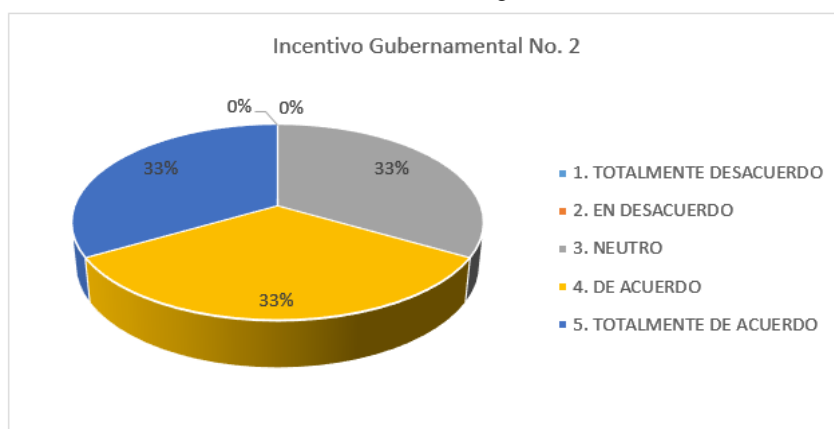
No	EMPRESAS	1	2	3	4	5
1	<i>Brundicorp</i>			x		
2	<i>Ecobanec</i>				x	
3	<i>Unocace</i>					x
4	<i>Chankuap</i>			x		
5	<i>Fundación Maquita Cushunchi</i>				x	
6	<i>Fortaleza del Valle</i>					x
7	<i>Fupordi</i>			x		
8	<i>Asociación de productores bananeros "El Guabo"</i>			x		
9	<i>Quicornac</i>					x
10	<i>Grubafal</i>					x
11	<i>Intercafe</i>				x	
12	<i>Provefrut</i>				x	
<b>TOTAL</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>PORCENTAJE</b>		<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>33%</b>	<b>33%</b>	<b>33%</b>

1: Totalmente desacuerdo; 2: En Desacuerdo; 3: Neutro; 4: De Acuerdo; 5: Totalmente Desacuerdo

Elaborado por los autores

Como se puede observar en la tabla 6.3, ninguna empresa está en desacuerdo con la extensión del seguro agrícola a los productos orgánicos primarios con la condición de que se procese dicho producto. Las empresas que se encuentran en una posición indiferente como Brundicorpi, Chankuap, Fupordi y Asociación de Productores Bananeros “El Guabo” representan el 15% en las exportaciones con un valor de \$ 4.521.518 dólares FOB. Dentro de la opción De Acuerdo, lo conforman las empresas como Ecobanec, Fundación Maquita Cushunchi, Grubafal y Provefrut con una participación del 7% en las exportaciones con un valor de \$ 2.145.571 dólares FOB. El 5,05% de participación en las exportaciones corresponde a las empresas como Unocace, Fortaleza del Valle, Quicornac y Grubafal con un valor de \$ 1.634.491 dólares FOB, que están totalmente de acuerdo con la extensión del seguro agrícola.

Ilustración 6.3 - Pregunta 3



Elaborado por los autores

La ilustración 6.3, muestra la elección se distribuye de manera uniforme entre total acuerdo, acuerdo, y neutro. En cualquier caso ninguna de las empresas se muestra en contra de la posibilidad de este incentivo. El 66% de las empresas que están de acuerdo con la implementación de este incentivo, representan tan solo el 9,40% de las exportaciones.

- **PREGUNTA 4:** ¿Estaría usted dispuesto a procesar el producto orgánico que cultiva si el gobierno le subsidia los costos de la inspección y certificación orgánica?

Tabla 6.4 - Pregunta 4 - Tercer Incentivo

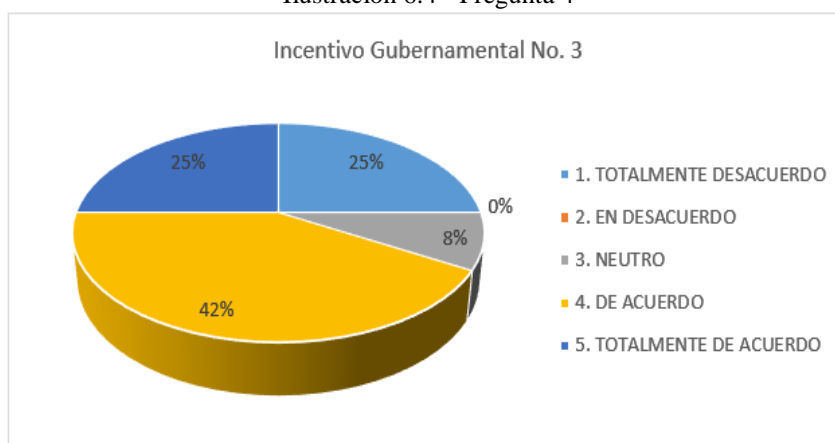
No	EMPRESAS	1	2	3	4	5
1	<i>Brundicorp</i>	x				
2	<i>Ecobanec</i>	x				
3	<i>Unocace</i>	x				
4	<i>Chankuap</i>				x	
5	<i>Fundación Maquita Cushunchi</i>				x	
6	<i>Fortaleza del Valle</i>					x
7	<i>Fupordi</i>				x	
8	<i>Asociación de productores bananeros "El Guabo"</i>					x
9	<i>Quicornac</i>				x	
10	<i>Grubafal</i>				x	
11	<i>Intercafe</i>					x
12	<i>Provefrut</i>			x		
<b>TOTAL</b>		<b>3</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>3</b>
<b>PORCENTAJE</b>		<b>25%</b>	<b>0%</b>	<b>8%</b>	<b>42%</b>	<b>25%</b>

1: Totalmente desacuerdo; 2: En Desacuerdo; 3: Neutro; 4: De Acuerdo; 5: Totalmente Desacuerdo  
Elaborado por los autores

La tabla 6.4 presenta tres empresas como Brundicorpi, Ecobanec y Unocace que están en total desacuerdo con el subsidio de los gastos de inspección y certificación orgánica si procesan su materia prima. Estas empresas tienen una participación del 16% en las exportaciones con un valor de \$ 4.797.623 dólares FOB.

El 12% de participación en las exportaciones que conforman las empresas como Chankuap, Fundación Maquita Cushunchi, Fupordi, Quicornac, Grubafal, Fortaleza del Valle, Asociación de Productores Bananeros "El Guabo" y Intercafé con un valor de \$ 3.625.366 dólares FOB, muestran una aceptabilidad en la práctica de este incentivo gubernamental.

Ilustración 6.4 - Pregunta 4



Elaborado por los autores



La ilustración 6.4, muestra que casi la mitad de las empresas productoras orgánicas (42%) están dispuestos a procesar sus productos primarios. El 25% de las empresas como Fortaleza del Valle, Asociación de Productores Bananeros “El Guabo” e Intercafé están totalmente de acuerdo con la aplicación de este incentivo. El otro 25% corresponde a empresas que definitivamente no están dispuestas a procesar su materia prima aunque el gobierno le subsidie los gastos de inspección y certificación orgánica. Y el 8% restante pertenece a las empresas a las que le es indiferente la creación de este incentivo gubernamental. Aunque existe un 25% de empresas que están totalmente en desacuerdo con la aplicación de este incentivo.

En conclusión, más del 60% de las empresas productoras orgánicas estarían dispuestas a procesar su materia prima siempre y cuando se ejecuten los incentivos propuestos en esta investigación, ya que el 75% de las empresas están de acuerdo y totalmente de acuerdo con la implementación del primer incentivo, el 67% de las mismas están de acuerdo y totalmente de acuerdo con la implementación del segundo y tercer incentivo.

### **6.2.2 Análisis Beneficio - Costo**

A continuación se realizará el análisis Costo-Beneficio en cada incentivo gubernamental diseñado con la finalidad de determinar su viabilidad.

#### **Incentivo Gubernamental No. 1:**

*“Adaptar el Incentivo Sectorial que exonera del pago a la renta por los cinco primeros años a las empresas orgánicas que se dediquen a la categoría de Alimentos frescos, congelados e industrializados.”*

Pro Ecuador (2011), señala que “Para las empresas constituidas a partir del año 2011 que realicen inversiones nuevas en los sectores priorizados y en los que sustituyan importaciones y fomenten las exportaciones.

- Exoneración del pago del impuesto a la renta y del pago del impuesto mínimo por los primeros cinco años en los siguientes sectores priorizados:
  - Alimentos Frescos, congelados e industrializados;
  - Cadena forestal y agroforestal y sus elaborados;
  - Metalmecánica;

- Petroquímica;
- Turismo;
- Energías Renovables;
- Servicios Logísticos de comercio exterior; y,
- Biotecnología y Software aplicado;

Las inversiones deben desarrollarse fuera de las zonas urbanas de Quito y Guayaquil. Excluir estos puntos del incentivo pretende impulsar el crecimiento en otras zonas del país.” (p. 4)

En este trabajo de investigación, se realiza una adaptación del incentivo sectorial del Código de la Producción del Ecuador mencionado en el párrafo anterior. Se aplicaría a cualquier empresa orgánica productora que decida procesar su producto en el sector de Alimentos Frescos, congelados e industrializados. Además, no existen restricciones en este incentivo ya que cualquier empresa que sea constituida antes del año 2011 y que se desarrolle en las zonas urbanas de Quito y Guayaquil puede acogerse a este incentivo. Es importante mencionar que, una condición necesaria para que una empresa pueda aplicar a este incentivo sería que el valor correspondiente sea invertido en la producción orgánica.

A continuación se presenta el pago de impuesto a la renta para el año 2013 de las empresas pertenecientes a la base de datos AGROCALIDAD.

Cuadro 6.2 – Utilidad de las empresas productoras que aportaron al SRI en el 2013

Nº	OPERADOR ORGÁNICO	% PART. 2013	UTILIDAD 2013
1	<i>Reybanpac S.A.</i>	37,38%	\$ 1.803.212
2	<i>Ubesa S.A.</i>	20,91%	\$ 3.916.816
3	<i>Brundicorpi</i>	11,40%	\$ 0
4	<i>Quicornac S.A.</i>	8,69%	\$ 1.850.416
5	<i>Truisfruit</i>	3,91%	\$ 0
6	<i>Agroindustrias Peña Leon S.A.</i>	2,32%	\$ 0
7	<i>Inborja S.A.</i>	2,31%	\$ 763.740
8	<i>Orobanana</i>	2,14%	\$ 209.595
9	<i>Provefrut S.A.</i>	2,06%	\$ 907.056
10	<i>Serrano Aguilar Jorge Alex</i>	1,49%	\$ 0
11	<i>Tropicalfruit S.A.</i>	1,40%	\$ 0
12	<i>Quevexport S.A.</i>	0,89%	\$ 10.403
13	<i>Fapecafes</i>	0,80%	\$ 0
15	<i>Agro Manobanda S.A.</i>	0,68%	\$ 0
16	<i>Montelia S.A.</i>	0,61%	\$ 350.198
17	<i>Asociacion De Agricultores Bananeros Del Litoral Asoagrival</i>	0,59%	\$ 0
18	<i>Exbaoro</i>	0,47%	\$ 78.255
19	<i>Outspan Ecuador S.A.</i>	0,47%	\$ 0
20	<i>Fupordi S.A.</i>	0,32%	\$ 1.706

21	<i>Tropicalagro S.A.</i>	0,20%	\$ 0
22	<i>Corporación Chia</i>	0,19%	\$ 15.314
23	<i>Cimexpriba</i>	0,11%	\$ 29.369
24	<i>Exprobiologico S.A.</i>	0,11%	\$ 24.509
25	<i>Traboar</i>	0,10%	\$ 7.630
26	<i>Ferrilopez Cia. Ltda.</i>	0,10%	\$ 23.733
27	<i>Fruta Rica</i>	0,10%	\$ 109.870
28	<i>Exportadora Mlopez Cia. Ltda.</i>	0,08%	\$ 15.683
29	<i>Cecao S.A.</i>	0,06%	\$ 7.875
30	<i>Unocace</i>	0,06%	\$ 18.696
31	<i>Procafe</i>	0,06%	\$ 17.011
32	<i>Nutricopad S.A.</i>	0,00%	\$ 0
14	<i>Pafecafes</i>	0,00%	\$ 0
33	<i>Agric. Jx</i>	0,00%	\$ 55.286
34	<i>Agroarriba S.A.</i>	0,00%	\$ 0
35	<i>Aromatic Cocoa Export S.A.</i>	0,00%	\$ 39.173
36	<i>Asociacion De Pequeños Productores Bananeros El "Guabo"</i>	0,00%	\$ 0
37	<i>Asociacion Regional De Pequeños Productores Bananeros</i>	0,00%	\$ 0
38	<i>B2b Ecuador S.A.</i>	0,00%	\$ 135
39	<i>Bananme S.A.</i>	0,00%	\$ 79.298
40	<i>Barniosa S.A.</i>	0,00%	\$ 72.474
41	<i>Cerro Azul</i>	0,00%	\$ 0
42	<i>Corporacion De Productores Y Comercializadores Organicos "Bio Taita Chimborazo"</i>	0,00%	\$ 0
43	<i>Corporacion Fortaleza Del Valle</i>	0,00%	\$ 0
44	<i>Corporacion Gruppo Salinas</i>	0,00%	\$ 0
45	<i>Ecobanec Cia. Ltda.</i>	0,00%	\$ 0
46	<i>Exbafruc Cia. Ltda.</i>	0,00%	\$ 0
47	<i>Federacion De Organizaciones Negras Y Meztizas Del Sur Occidente De Esmeraldas</i>	0,00%	\$ 0
48	<i>Fonmsoeam</i>	0,00%	\$ 0
49	<i>Fundacion Chankuap Recursos Para El Futuro</i>	0,00%	\$ 0
50	<i>Fundacion Maquita Cushunchic</i>	0,00%	\$ 0
51	<i>Global Fresh</i>	0,00%	\$ 0
52	<i>Grubafal</i>	0,00%	\$ 79.152
53	<i>Hda. Celia Maria</i>	0,00%	\$ 36.257
54	<i>Kave Café Ecuatoriana S.A.</i>	0,00%	\$ 83.245
55	<i>Predifal Cia. Ltda.</i>	0,00%	\$ 88.925
56	<i>Samayacu Cia. Ltda.</i>	0,00%	\$ 36.313
57	<i>Sumaklife Cia. Ltda.</i>	0,00%	\$ 43.752
58	<i>Urocal</i>	0,00%	\$ 0
59	<i>Exportsustent S.A.</i>	0,00%	\$ 62.638
60	<i>Corporacion Ecuatoriana Colonche Line</i>	0,00%	\$ 0
61	<i>Osella S.A.</i>	0,00%	\$ 0
<b>TOTAL</b>		<b>100,%</b>	<b>\$ 10.837.733</b>

Fuente: SRI - Impuesto a la Renta 2013

Elaborado por los autores

El impuesto a la renta recaudado en el año 2013 fue de \$6.527.099 dólares con una tasa de crecimiento del 14,61% respecto al año anterior. En el cuadro 6.2, se muestra las empresas por orden de participación en su aportación del impuesto. La empresa Reybanpac aportó el 37% (2.439.716 USD), seguido por Ubesa con el 21% (1.364.903 USD) y finalmente Brundicorpi con el 11% (744.021 USD). Las 58 empresas restantes representan el 30% de participación en la recaudación de los impuestos totales en el 2013.

Considerando los resultados de la encuesta que se realizó para este incentivo gubernamental, el 75% de las empresas encuestadas están dispuestas a procesar su materia prima a cambio de la exoneración del impuesto a la renta en un periodo fiscal de 5 años.

Con la finalidad de conocer el valor que el Estado subsidiará a las empresas que se desplacen al sector procesado y la nueva aportación de las empresas luego del mismo periodo, se realizará un pronóstico considerando las utilidades de las empresas encuestadas.

Cuadro 6.3 - Utilidad de las empresas orgánicas encuestadas

<b>EMPRESAS ENCUESTADAS</b>	<b>UTILIDAD 2013</b>
<i>Brundicorp</i>	\$ 0
<i>Ecobanec</i>	\$ 0
<i>Unocace</i>	\$ 18.696
<i>Chankuap</i>	\$ 0
<i>Fundación Maquita Cushunchi</i>	\$ 0
<i>Fortaleza del Valle</i>	\$ 0
<i>Fupordi S.A.</i>	\$ 1.706
<i>Asociación de productores bananeros "El Guabo"</i>	\$ 0
<i>Quicornac</i>	\$ 1.850.416
<i>Grubafal</i>	\$ 79.152
<i>Procafe</i>	\$ 17.011
<i>Provefrut</i>	\$ 907.056
<b>TOTAL EMPRESAS</b>	<b>\$ 2.874.037</b>

Fuente: Superintendencia de Compañías  
Elaborado por los autores

Como se puede observar en el cuadro 6.3, la utilidad de las empresas encuestadas fue \$ 2.874.037 en el año 2013, donde Unocace muestra una utilidad de \$18.696, Fupordi de \$1.706, Quicornac de \$1.850.416, Grubafal de \$79.152, Procafé de \$17.011 y finalmente Provefrut con 907.056 USD. Las empresas restantes no generaron utilidad en ese año.

A continuación se muestra la utilidad de las empresas que representan el 75% de aceptación del incentivo gubernamental.

Cuadro 6.4 - Utilidad de empresas de acuerdo con el primer incentivo

<b>EMPRESAS</b>	<b>UTILIDAD 2013</b>
<i>Ecobanec</i>	\$ 0
<i>Unocace</i>	\$ 18.696
<i>Chankuap</i>	\$ 0
<i>Fundación Maquita Cushunchi</i>	\$ 0
<i>Fortaleza del Valle</i>	\$ 0
<i>Fupordi S.A.</i>	\$ 1.706
<i>Grubafal</i>	\$ 79.152
<i>Procafe</i>	\$ 17.011
<i>Provefrut</i>	\$ 907.056
<b>TOTAL EMPRESAS</b>	<b>\$ 1.023.621</b>

Fuente: Superintendencia de Compañías  
Elaborado por los autores

Según el cuadro 6.4, la utilidad de aquellas empresas es de \$1.023.621, la cual representa el 36% del total de utilidades de las empresas encuestadas (2.874.037 USD).

Se generaliza dicho porcentaje (36%) al total de utilidades de las empresas productoras (10.837.733 USD) como la aportación de las empresas que implementen el incentivo gubernamental, obteniendo como resultado \$ 3.859.983 en utilidades.

Cuadro 6.5 - Cálculo del valor a subsidiar por parte del Gobierno

<i>Impuesto año 2013</i>	22%
<i>Utilidades</i>	\$ 3.859.983
<i>Valor Impuesto Anual</i>	\$ 849.196
<i>5 años de subsidio al impuesto</i>	\$ 4.245.981

Fuente: SRI – Superintendencia de Compañías  
Elaborado por los autores

La tarifa impositiva para las empresas en el año 2013 fue del 22% según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. El impuesto calculado es de \$ 849.196 como se explica en el cuadro 6.5, dicho impuesto se lo tomará constante por los próximos 5 años de subsidio debido a que no se puede estimar ni pronosticar el valor de las aportaciones futuras. Por lo tanto, el valor total que subsidiaría el gobierno por los 5 años propuestos es de 4.245.981 USD.

Bajo el supuesto de que la utilidad crece junto con la producción de modo constante, se tomará el 44% de crecimiento anual, que se describirá con mayor precisión en el subcapítulo siguiente, para realizar un pronóstico por los próximos 10 años.

Cuadro 6.6 - Utilidad de las empresas durante la exoneración de impuestos

<b>EMPRESAS POSITIVAS</b>	<b>UTILIDAD</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<i>Ecobanec</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>Unocace</i>	\$ 18.696	\$ 26.922	\$ 38.768	\$ 55.826	\$ 80.390	\$ 115.761
<i>Chankuap</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>Fundación Maquita Cushunchi</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>Fortaleza del Valle</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>Fupordi S.A.</i>	\$ 1.706	\$ 2.457	\$ 3.538	\$ 5.095	\$ 7.336	\$ 10.564
<i>Grubafal</i>	\$ 79.152	\$ 113.979	\$ 164.130	\$ 236.347	\$ 340.340	\$ 490.089
<i>Procafe</i>	\$ 17.011	\$ 24.495	\$ 35.273	\$ 50.794	\$ 73.143	\$ 105.326
<i>Provefrut</i>	\$ 907.056	\$ 1.306.161	\$ 1.880.872	\$ 2.708.455	\$ 3.900.176	\$ 5.616.253
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.023.621</b>	<b>\$ 1.474.015</b>	<b>\$ 2.122.581</b>	<b>\$ 3.056.517</b>	<b>\$ 4.401.384</b>	<b>\$ 6.337.993</b>
<b>IMPUESTO A LA RENTA</b>		-	-	-	-	-

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por los autores

En el cuadro 6.6 se muestra las utilidades de las empresas encuestadas que están dispuestas a procesar su materia prima durante los primeros 5 años de exoneración, a continuación se presenta a las mismas empresas luego de los años de exoneración.

Cuadro 6.7 – Utilidad de las empresa luego de la exoneración de impuestos

<b>EMPRESAS POSITIVAS</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<i>Ecobanec</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>Unocace</i>	\$ 166.696	\$ 240.042	\$ 345.660	\$ 497.751	\$ 716.761
<i>Chankuap</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>Fundación Maquita Cushunchi</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>Fortaleza del Valle</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>Fupordi S.A.</i>	\$ 15.212	\$ 21.906	\$ 31.544	\$ 45.424	\$ 65.410
<i>Grubafal</i>	\$ 705.728	\$ 1.016.249	\$ 1.463.398	\$ 2.107.294	\$ 3.034.503
<i>Procafe</i>	\$ 151.669	\$ 218.404	\$ 314.502	\$ 452.882	\$ 652.150
<i>Provefrut</i>	\$ 8.087.404	\$ 11.645.862	\$ 16.770.042	\$ 24.148.860	\$ 34.774.358
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 9.126.710</b>	<b>\$ 13.142.463</b>	<b>\$ 18.925.146</b>	<b>\$ 27.252.210</b>	<b>\$ 39.243.183</b>
<b>IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>\$ 2.007.876</b>	<b>\$ 2.891.342</b>	<b>\$ 4.163.532</b>	<b>\$ 5.995.486</b>	<b>\$ 8.633.500</b>
<b>TOTAL IMPUESTO</b>				<b>\$ 23.691.737</b>	

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por los autores

Como se muestra en el cuadro 6.7 al culminar los últimos 5 años se recauda un impuesto total de \$ 23.691.737, cabe recalcar que este valor está sujeto a cambios debido a que el valor de los impuestos puede variar.

La diferencia del total de impuestos que recaudará el Estado con el total de impuestos que subsidiará es de \$ 19.445.755. Este resultado muestra que la recaudación es mucho mayor al impuesto actualmente, por lo que se considera que el incentivo cumple su objetivo de promover mayores ingresos y aportaciones a las empresas y al Estado.



### **Incentivo Gubernamental No. 2:**

*“Extender el subsidio al Seguro Agrícola a uno de los principales cultivos orgánicos (cacao) que se vea afectado por fenómenos climáticos y biológicos.”*

Desde el año 2010, MAGAP impulsa el proyecto Agro Seguro, dirigido por la Unidad de Seguro Agrícola (UNISA), que consiste en la adquisición de una póliza de seguro por parte del agricultor, esta póliza cubre los costos directos de inversión por hectáreas sembradas. El Gobierno Nacional a través del MAGAP subsidia el 60% del valor total de la prima neta de la póliza, el 40% más impuesto lo asume el agricultor o beneficiario.

“Agro Seguro es un sistema permanente de seguridad productiva, subvencionado por el estado, para beneficios de pequeños y medianos productores agrícolas, ganaderos, acuícolas, forestales, pescadores artesanales, y otros agentes productivos vinculados al agro ecuatoriano.” (MAGAP, 2013)

Actualmente, sólo 10 cultivos están bajo la cobertura del proyecto Agro Seguro, como se detalla a continuación:

- Arroz
- Maíz duro
- Papa
- Trigo
- Caña de Azúcar
- Frejol
- Maíz suave
- Soya
- Banano
- Tomate de árbol



Este seguro agrícola cubre siniestros como sequía, inundación, exceso de humedad, vientos fuertes, helada, incendio, granizada, plagas incontrolables, enfermedades incontrolables, deslizamiento y taponamiento.

A continuación se detalla el seguro agrícola subsidiado a los cultivos que se encuentran dentro de la cobertura:

Cuadro 6.8 - Máximo valor y superficie a asegurarse por cultivo

CULTIVO	SUPERFICIE MÁXIMA HA. ASEGURAR	COSTOS DIRECTO POR HA. USD	MÁXIMO VALOR ASEGURADO	TASA %	PRIMA NETA	VALOR 60% DEL SUBSIDIO
Arroz	52,77	580,30	30.621,17	3,81%	1.167	700
	21,75	1.408,10			1.167	700
Maíz duro	25,25	721,90	18.229,17	6,40%	1.167	700
	16,13	1.130,20			1.167	700
Papa	8,45	2.656,40	22.435,90	5,20%	1.167	700
	6,32	3.548,00			1.167	700
Trigo	66,37	502,20	33.333,33	3,50%	1.167	700
	40,07	831,80			1.167	700
Maíz suave	64,09	728,10	46.666,67	2,50%	1.167	700
	36,93	1.263,50			1.167	700
Frejol	57,02	787,00	44.871,79	2,60%	1.167	700
	39,4	1.138,90			1.167	700
Soya	79,56	488,80	38.888,89	3,00%	1.167	700
	54,54	713,00			1.167	700
Tomate (Formación)	17,56	2.767,50	48.611,11	2,40%	1.167	700
	10,93	4.447,50			1.167	700
Tomate (Mantenimiento)	57,46	846,00			1.167	700
	39,52	1.230,00			1.167	700
Caña de Azúcar (Formación)	60,04	1.388,00	83.333,33	1,40%	1.167	700
	28,54	2.920,10			1.167	700
Caña de Azúcar (Mantenimiento)	97,08	858,40			1.167	700
	35,52	2.346,40			1.167	700
Banano (Formación)	18,74	5.800,00	108.695,65	2,30%	2.500	1.500
	15,48	7.020,00			2.500	1.500
Banano (Mantenimiento)	49,32	2.203,80			2.500	1.500
	25,98	4.184,00			2.500	1.500

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca  
Elaborado por los autores

Como se puede observar en el cuadro 6.8, se muestran los diez productos que forman parte del proyecto Agro Seguro, donde se especifica las hectáreas máximas y

mínimas que se pueden asegurar con su respectivo costo directo de producción dentro de los rangos oficializados por UNISA. También se detalla el máximo valor asegurado, la prima neta y el valor del subsidio. Cabe recalcar que el máximo valor de subsidio por parte del Gobierno en cada producto es de \$700, excepto el cultivo del banano donde se considera un valor de subsidio a la prima neta de 1.500 USD.

Se puede contratar este seguro en las diferentes direcciones provinciales de MAGAP, las aseguradoras participantes del proyecto Agro Seguro, Bancos, Cooperativas de Ahorro y Crédito y Casas Comerciales (entidades que comercializan insumos agrícolas en el país, siempre y cuando estén registradas en Agrocalidad) que mantengan convenio con el MAGAP.

El Sr. Mauricio Gonzales, gerente del proyecto Agro Seguro, señala que se han cubierto 234.277 hectáreas de cultivos siniestrados por un monto de 7 millones de dólares y que 97.000 agricultores han adquirido el subsidio hasta el año 2014, el mismo que permite a los agricultores recuperar los costos directos de producción invertidos en los cultivos afectados por fenómenos climáticos y biológicos e incluso mejora la estabilidad económica de los mismos.

Se propone extender el seguro agrícola al cacao orgánico debido a su potencial producción; a continuación se muestra los productos procesados exportados en el 2013, entre ellos el cacao.

Cuadro 6.9 - Exportación de los principales productos procesados 2013

PRODUCTOS	EMPRESAS	DÓLARES FOB	% PART.	DESTINO
<i>Aceite de Palma africana</i>	Exportsustent S.A.	548.537	18,53%	Holanda, Estados Unidos
<i>Café</i>	Cafecom, Delcorp, Ecuadorinsa, Fapecafes, Kave Cafés Ecuatoriana, Procafe	1.005.632	33,98%	Alemania, Estados Unidos, Francia, Inglaterra, Japón, Chile
<i>Licor de cacao</i>	Transmar Commodity Group of Ecuador	345.710	11,68%	Alemania, Chile, Japón, Perú
<i>Manteca y Polvo de cacao</i>	Ecuadorinsa, SKS Farms, Cafiesa	337.382	11,40%	Alemania, Estados Unidos, Canadá, Colombia
<i>Mango deshidratado</i>	Terrafertil	83.522	2,82%	Estados Unidos
<i>Pulpa de Aloe Vera</i>	Corporación Ecuatoriana Colonche Line, Montelia S.A.	286.940	9,69%	Estados Unidos
<b>Principales Procesados</b>		<b>2.607.723</b>	<b>88,10%</b>	
<i>Otros Procesados</i>		<i>352.147</i>	<i>11,90%</i>	

<b>TOTAL</b>	<b>2.959.870</b>	<b>100%</b>	
--------------	------------------	-------------	--

Fuente: AGROCALIDAD 2014

Elaborado por los autores

De acuerdo con la información del cuadro 6.9, las exportaciones de los principales productos procesados fueron de \$ 2.607.723 FOB con una participación del 88,10% en el sector orgánico procesado, donde el 11,90% restante (352.147 dólares FOB) corresponde a otros productos procesados de un valor total de \$ 2.959.870 FOB.

El café es el producto que mayor participación registra en las exportaciones de productos procesados 2013 con el 33,98% (1.005.632 dólares FOB), seguido por el aceite de palma africana el 18,53% (548.537 dólares FOB). Los derivados del cacao como el licor, la manteca y polvo de cacao registran una participación del 11,68% (\$ 345.710 dólares FOB) y 11,40% (337.382 dólares FOB) respectivamente. Los productos como el mango deshidratado y la pulpa de aloe vera representaron el 2,82% (83.522 dólares FOB) y 9,69% (286.940 dólares FOB) en el sector orgánico procesado de \$ 2.959.870 dólares FOB.

Aunque la propuesta del presente trabajo es empezar extendiendo el seguro agrícola al cacao orgánico, es recomendable que también se tomen en cuenta otros productos como los expuestos en el cuadro 6.9 que, al igual que el cacao, tienen un alto potencial como materia prima de productos orgánicos procesados. El objetivo es incentivar a los productores orgánicos a aumentar el procesamiento de materia prima orgánica, además de captar la atención de los productores convencionales para que logren ver una oportunidad con un riesgo menor.

Para analizar el costo en el que debe incurrir el Estado, se tomará como referencia al cacao orgánico debido a la disponibilidad de información en el portal web de La Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras (UNOCACE), una organización de segundo grado conformada por 18 asociaciones de pequeños productores de cacao orgánico creada en 1.999 con la finalidad los ingresos de los productores a través del mejoramiento de los cultivos de cacao. UNOCACE actualmente agrupa a 1.800 productores y cuenta con certificaciones orgánicas para exportar a la Unión Europea y Estados Unidos. Estas exportaciones representan el 3,38% (1.384.306 dólares) de las exportaciones procesadas en el año 2013.

UNOCACE abarca una superficie de producción de 13.500 hectáreas aproximadamente y su rendimiento llega a 1.500 toneladas métricas por año. Aunque no

hay información referente al costo de producción por hectárea de este producto orgánico se sabe que el mismo es 10,62% mayor que el costo de producción del cacao convencional, según el Programa Nacional de Bio Comercio Sostenible (2005).

En el siguiente cuadro se muestra el valor del subsidio que asumiría el Gobierno si se extiende el seguro agrícola al cacao orgánico.

Cuadro 6.10 - Subsidio de la superficie de cacao orgánico

<b>Seguro Agrícola Subsidiado - Cacao Orgánico</b>	
<i>Cacao Orgánico (ha.)</i>	13.500
<i>Costo directo por ha. convencional</i>	\$ 913,00
<i>Costo Directo por ha. Orgánica (+10,62%)</i>	\$ 1.010
<i>Máximo valor asegurado</i>	\$ 13.634.468,10
<i>Tasa de prima</i>	5,45%
<i>Prima Neta</i>	\$ 743.078,51
<b><i>Valor 60% del Subsidio</i></b>	<b>\$ 445.847,11</b>

Tasa de riesgo obtenida de Yahoo Finance.

Fuente: MAGAP

Elaborado por los autores

El costo de producción del cacao convencional es de \$ 913 por cada hectárea. Como se mencionó en el párrafo anterior, la diferencia es de 10,62%, por lo que el costo de producción por hectárea del cacao orgánico es aproximadamente 1.010 USD. En el cuadro 6.10 se muestra el máximo valor asegurado de \$ 13.634.468, a dicho valor se lo multiplica por su tasa de prima (5,45%) obteniendo como resultado el valor de prima neta de \$ 743.079, el 60% del mismo (445.847 dólares) corresponde al subsidio del Estado por las 13.500 hectáreas aseguradas. El valor restante junto con los impuestos corresponde al productor.

En el siguiente cuadro, se muestra la superficie máxima a asegurar del cacao con el proyecto Agro Seguro:

Cuadro 6.11 - Máximo subsidio de hectáreas por productor de cacao orgánico

<b>Ha.</b>	<b>COSTO DIRECTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>VALOR ASEGURADO</b>	<b>TASA</b>	<b>PRIMA NETA</b>	<b>SUBSIDIO</b>
1	\$ 1.010	\$ 1.010	5,45%	\$ 55	\$ 33
2	\$ 1.010	\$ 2.020	5,45%	\$ 110	\$ 66
3	\$ 1.010	\$ 3.030	5,45%	\$ 165	\$ 99
4	\$ 1.010	\$ 4.040	5,45%	\$ 220	\$ 132
5	\$ 1.010	\$ 5.050	5,45%	\$ 275	\$ 165
6	\$ 1.010	\$ 6.060	5,45%	\$ 330	\$ 198
7	\$ 1.010	\$ 7.070	5,45%	\$ 385	\$ 231

8	\$ 1.010	\$ 8.080	5,45%	\$ 440	\$ 264
9	\$ 1.010	\$ 9.090	5,45%	\$ 495	\$ 297
10	\$ 1.010	\$ 10.100	5,45%	\$ 550	\$ 330
11	\$ 1.010	\$ 11.110	5,45%	\$ 605	\$ 363
12	\$ 1.010	\$ 12.120	5,45%	\$ 661	\$ 396
13	\$ 1.010	\$ 13.129	5,45%	\$ 716	\$ 429
14	\$ 1.010	\$ 14.139	5,45%	\$ 771	\$ 462
15	\$ 1.010	\$ 15.149	5,45%	\$ 826	\$ 495
16	\$ 1.010	\$ 16.159	5,45%	\$ 881	\$ 528
17	\$ 1.010	\$ 17.169	5,45%	\$ 936	\$ 561
18	\$ 1.010	\$ 18.179	5,45%	\$ 991	\$ 594
19	\$ 1.010	\$ 19.189	5,45%	\$ 1.046	\$ 627
20	\$ 1.010	\$ 20.199	5,45%	\$ 1.101	\$ 661
21	\$ 1.010	\$ 21.209	5,45%	\$ 1.156	\$ 694
<b>21,20</b>	<b>\$ 1.010</b>	<b>\$ 21.407</b>	<b>5,45%</b>	<b>\$ 1.167</b>	<b>\$ 700</b>
22	\$ 1.010	\$ 22.219	5,45%	\$ 1.211	\$ 727

Fuente: MAGAP

Elaborado por los autores

Como se muestra en el cuadro 6.11, la superficie máxima que se puede asegurar es de 21,2 hectáreas por productor, debido a que el valor máximo de subsidio que cubre el Gobierno es de \$700 por productor.

Es importante analizar que cuando un productor opta por una certificación orgánica, el costo en el que incurre va mucho más allá que el desembolso que se hace por la revisión. La empresa que desea tener la certificación debe invertir recursos con el propósito que la calificación obtenida le permita ganar para la certificación, esto incluye tener en cuenta parámetros que no solo aumentan costos sino que reducen la producción, entre los que se cuentan la distancia entre siembras, la adquisición de fertilizantes permitidos en la producción orgánica, la conservación del suelo, entre otros.

	<p style="text-align: center; font-size: 2em; font-weight: bold; margin: 0;">Beneficio</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los productores de cacao pueden producir sin temor de perder toda la inversión en los cultivos.</li> <li>• Las empresas se benefician del 60% de subsidio por parte del gobierno, el cual debe ser dirigido al procesamiento del cacao.</li> <li>• El Estado se beneficia de la rentabilidad de la nueva producción ya que el objetivo del incentivo es que se logre procesar el cacao para aumentar sus ganancias.</li> </ul>		<p style="text-align: center; font-size: 2em; font-weight: bold; margin: 0;">Costo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los productores incurren en un gasto del 40% del valor de la prima neta más impuestos.</li> <li>• El estado cubre el 60% del seguro con un valor máximo de \$700 por productor.</li> </ul>
---	--	---	--

### **Incentivo Gubernamental No. 3:**

*“Que el gobierno subsidie las tarifas para la inspección y certificación orgánica a aquellas empresas agrícolas orgánicas que estén dispuestas a procesar su producto final.”*

Este incentivo tiene la finalidad de que las actuales empresas orgánicas de productos primarios logren implementar nuevos mecanismos que logren el procesamiento del mismo, por este motivo se propone el subsidio a las tarifas para la inspección y certificación orgánica a aquellas empresas que estén dispuestas al cambio.

En el segundo incentivo se realizó un análisis al cacao debido al alcance de la información, por lo que a continuación se lo tomará como ejemplo en el presente incentivo para conocer los costos y beneficios del mismo.

Para su efecto, se tomará como referencia las tarifas de la certificadora CERES ECUADOR, cuya información se encuentra disponible en su página web.

Cuadro 6.12 - Tarifas de inspección y certificación orgánica

ÁREA	RNPOAE
< 30 has.	\$ 150
30 – 49 has.	\$ 250
50 – 79 has.	\$ 350
80 – 119 has.	\$ 450
120 – 170 has.	\$ 550
> 170 has.	\$ 3/ha.
>170 has. GRUPAL	\$ 3/ha.
	A cada certificación grupal se agrega un valor fijo de \$600

Reglamento de la Normativa de Producción Orgánica  
 Agropecuaria del Ecuador  
 Fuente: CERES ECUADOR  
 Elaborado por los autores

Se encuentran disponibles tarifas para el banano, cacao, mango y piña, para los demás productos se realizan cotizaciones individuales. En el cuadro 6.12, se presenta las tarifas correspondientes a las empresas que desean certificar las hectáreas de cacao individualmente y las empresas que forman asociaciones para obtener la certificación.

Las hectáreas sembradas y cosechadas de cacao nacional se lo detallan en el siguiente cuadro.

Cuadro 6.13 - Hectáreas de cacao nacional

CACAO	AÑO 2012
<i>Superficie sembrada</i>	507.721 ha.
<i>Superficie cosechada</i>	390.176 ha.
<i>Rendimiento</i>	0.34 (Tm. /Ha.)

Fuente: Sistema de Información nacional de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca  
 Elaborado por los autores

Según el cuadro 6.13, el total de hectáreas perteneciente al cacao orgánico y convencional no se diferencia por lo que ambas representan 507.721 ha. sembradas y 390.176 ha. cosechadas hasta el año 2012. El rendimiento que consta en la información proporcionada por Sinagap es de 0.34 Tm. /ha.

Como se mencionó anteriormente, se tomará como ejemplo a la organización UNOCACE, conformada por 18 asociaciones de pequeños productores de cacao. Con los datos obtenidos media su página web, se procederá a calcular el valor del incentivo para esta empresa.

Cuadro 6.14 - Superficie dedicada a la producción de cacao orgánico de UNOCACE

UNOCACE	2013
<i>Superficie de producción</i>	13.500 ha.
<i>Rendimiento de exportación</i>	1500 Tm. /Año.

Fuente: UNOCACE – CECJ

Elaborado por los autores

En el cuadro 6.14 se presenta la superficie de producción de cacao orgánico perteneciente a los 18 productores que conforman UNOCACE, por lo que se procederá a calcular el valor del incentivo considerando que las 13.500 ha. anuales tienen una tarifa de \$ 3/ha. más el valor fijo de \$ 600 por certificación grupal.

Ecuación 6.3

$$\text{Valor de certificación} = (13.500 \text{ ha.} \times \$3/\text{ha.}) + \$600$$

$$\text{Valor de certificación} = \$40.500 + \$600 = \$41.100$$

El valor total en el que incurre UNOCACE al certificar el total de sus hectáreas grupales es de 41.100 USD.



## Beneficio

- Si la organización aplica el incentivo, disminuye el gasto de la certificación anual de \$ 41.100 dólares.
- Implementando este incentivo, UNOCACE puede lograr su objetivo de aumentar su volumen de exportación de 1500 Tm./Año en el 2013 a 5000 Tm./Año para el 2016.
- El beneficio del Gobierno por medio de este incentivo se verá retornado en el incremento de las exportaciones (\$ 1.384.306 dólares al 2013) y aportaciones futuras.



## Costo

- El costo en el cual incurre el gobierno aplicando el presente incentivo a la organización UNOCACE es del valor de \$41.100.
- Dicho valor debe dirigirse a la implementación de nueva tecnología, mano de obra o de la manera que la organización desee mejorar su producción con la finalidad de procesar su producto orgánico.



### 6.2.3 Análisis de la producción orgánica bajo diversos escenarios

En esta sección se realizará un análisis cuantitativo de las exportaciones generales, en el cual se buscará el valor FOB en el que debe ascender la producción orgánica procesada del país para poder reducir el porcentaje de representación de la exportación del Petróleo del 57% (2013) al 56% y aumentar ese punto porcentual en las exportaciones del sector industrial.

Cuadro VI.15 - Exportaciones totales 2013

SECTOR	DÓLARES FOB (Miles USD)	%
Petrolero	14.107.731	57%
<i>Primario</i>	6.690.392	27%
<i>Industrial</i>	4.049.724	16%
No Petrolero	10.740.116	43%
<b>TOTAL</b>	<b>24.847.847</b>	<b>100%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por los autores

Según el cuadro 6.15, las exportaciones totales fueron de \$ 24.847.847 miles de dólar FOB, de los cuales \$ 14.107.731 miles de dólar FOB corresponde al sector petrolero y \$ 10.740.116 miles de dólar FOB al sector no petrolero.

El sector primario exportó \$ 6.690.392 miles de dólar FOB en los siguientes productos como se detalla a continuación:

Cuadro 6.16 - Exportación del sector primario 2013

PRODUCTOS	MILES DE DÓLAR FOB	% PART.
<i>Banano y plátano</i>	2.354.623	35%
<i>Café</i>	28.046	0,4%
<i>Camarón</i>	1.784.936	27%
<i>Cacao</i>	425.744	6%
<i>Abacá</i>	13.926	0,2%
<i>Madera</i>	172.192	3%
<i>Atún</i>	108.908	1,6%
<i>Pescado</i>	156.055	2,3%
<i>Flores naturales</i>	808.135	12%
<i>Otros</i>	837.827	13%
<b>TOTAL</b>	<b>6.690.392</b>	<b>100%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por los autores

En el cuadro 6.16 se muestra que el banano y el plátano representan el 35% de las exportaciones del sector primario, seguido por el camarón con el 27% y las flores naturales con el 12% respectivamente. Los productos que tienen una participación inferior al 5% son el café (0,4%), el cacao (6%), el abacá (0,2%), la madera (3%), el atún (1,6%) y el pescado (2,3%).

A continuación se detallan las exportaciones del sector industrial con su respectiva participación en el año 2013:

Cuadro 6.17 - Exportación del Sector Industrial 2013

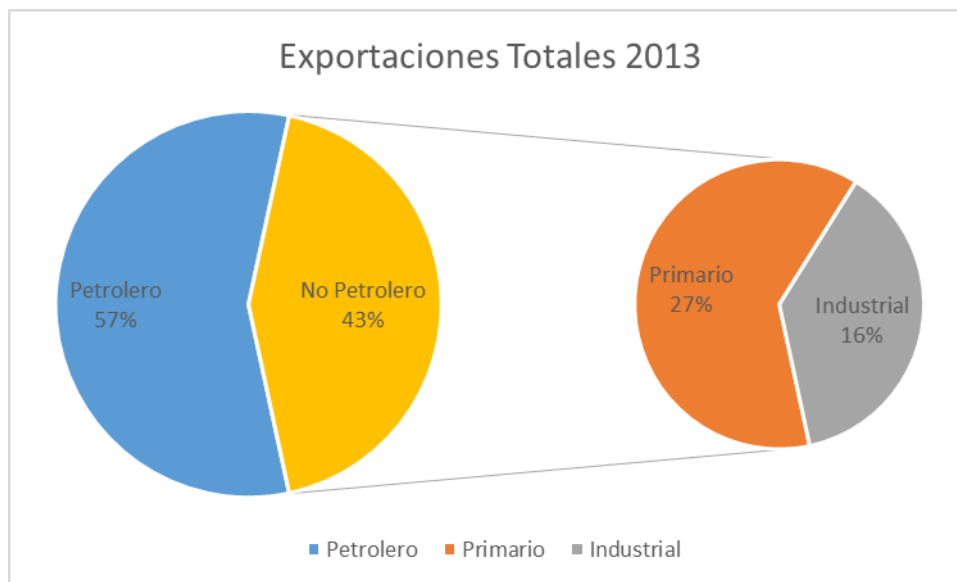
<b>PRODUCTOS</b>	<b>MILES DE DÓLAR FOB</b>	<b>% PART.</b>
<i>Café elaborado</i>	191.037	5%
<i>Elaborados de cacao</i>	105.036	2,6%
<i>Harina de pescado</i>	145.641	4%
<i>Otros elaborados del mar</i>	1.393.856	34%
<i>Químicos y fármacos</i>	194.585	4,8%
<i>Manufacturas de metales</i>	514.733	13%
<i>Sombreros</i>	11.457	0,3%
<i>Manufacturas de textiles</i>	139.372	3,4%
<i>Otros</i>	1.354.007	33%
<b>TOTAL</b>	<b>4.049.724</b>	<b>100%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por los autores

Como se muestra en el cuadro 6.17, el sector industrial exportó 4.049.724 miles de dólar FOB, donde el 34% de participación corresponden al rubro de Otros elab. Productos del mar en las exportaciones industrial, seguido por las manufacturas de metales con el 13%. El resto de los productos registran una participación inferior al 5% como el café elaborado con el 4,72%; elaborados del cacao el 2,59%; harina de pescado el 3,60%; químicos y fármacos el 4,80%; sombreros el 0,28% y manufacturas de textiles el 3,44%.

Ilustración 6.5 – Representación de las Exportaciones Totales 2013



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por los autores

Como se puede observar en la ilustración 6.5, el sector petrolero representa más de la mitad (57%) en las exportaciones totales (24.847.847 miles de dólares FOB) del año 2013. Dentro del sector no petrolero, el 27% de participación en las exportaciones corresponden al sector primario y el 16% al sector industrializado. Con una participación total del 43% en las exportaciones globales. En conclusión, el país sigue dependiendo del petróleo y tiene una baja participación en el sector industrial.

Por otro lado, se describe la demanda de los principales productos orgánicos procesados de los países analizados en esta investigación (Alemania, Francia, Reino Unido, USA) con sus respectivas ventas. Además, se calculará el promedio de la demanda total de dichos productos con la finalidad de distinguir los diferentes productos que el país está capacitado a ofertar en los mercados antes mencionados.

Cuadro 6.18 - Demanda productos orgánicos procesados en principales mercados

PRODUCTO	ALEMANIA 2012	%	FRANCIA 2012	%	UK 2012	%	USA 2011	%	TOTAL
<i>Lácteos y derivados</i>	1.502.108	17%	1.056.555	21%	801.483	31%	4.266.120	15%	7.626.267
<i>Bebidas</i>	588.175	7%	804.627	16%	156.133	6%	3.535.620	12%	5.084.555
<i>Conservas</i>	-	-	-	-	-	-	3.973.920	14%	3.973.920
<i>Snacks y Cereales</i>	950.129	11%	438.303	9%	-	-	3.126.540	11%	4.514.972
<i>Comida congelada</i>	1.221.594	14%	228.792	4%	-	-	-	-	1.450.386
<i>Comida para bebé</i>	479.589	5%	-	-	361.708	14%	-	-	841.297
<b>P. PROCESADOS</b>	<b>4.741.594</b>	<b>52%</b>	<b>2.528.278</b>	<b>49%</b>	<b>1.319.325</b>	<b>50%</b>	<b>14.902.200</b>	<b>51%</b>	<b>22.526.195</b>
<i>Otros productos</i>	4.307.249	48%	2.618.252	51%	1.282.894	49%	14.317.800	49%	23.491.396
<b>TOTAL</b>	<b>9.048.843</b>		<b>5.146.530</b>		<b>2.602.219</b>		<b>29.220.000</b>		<b>46.017.591</b>

Datos en miles de dólares.

Fuente: FiBL 2013, Agence Bio 2012, Organic Market Report UK 2013, OTA 2012

Elaborado por los autores

El cuadro 6.18 exhibe que la demanda de los productos procesados orgánicos representa el 51% (22.526.195 miles de dólares) del mercado, el 49% (23.491.396 miles de dólares) restante representan productos primarios como frutas y vegetales, carnes, mariscos y otros procesados, de un total de \$ 46.017.591 miles de dólares.

En Alemania, las ventas de los productos procesados representan el 52%, en Francia el 49%, en Reino Unido el 50% y en Estados Unidos el 51% respectivamente. Cabe recalcar, que en este cuadro no se encuentran detallados todos los productos procesados como confiterías, grasas, embutidos, etc., sino los principales productos que las investigadoras escogieron con el objetivo de que el país pueda ofertarlos. Asimismo, los vacíos que se registran en las celdas de algunos países, se debe a que el país no tiene desglosado ese rubro en su informe de ventas de ese sector. Por los motivos antes mencionados, el promedio total de participación en el sector de los productos procesados es solo del 51%.

Dentro de los \$ 22.526.195 miles de dólares, los lácteos y sus derivados registran una alta participación ya que representan el 17% de las ventas, seguido por las bebidas con el 11%, los snack y cereales con el 9%. Los productos que registran menos del 5% son la comida congelada y la comida para bebés con una participación del 3% y 2% respectivamente.

A continuación, se procede a describir la oferta nacional de aquellos productos orgánicos procesados que el país puede ofertar en los mercados antes mencionados en el siguiente cuadro.

Cuadro 6.19 - Oferta de producción orgánica procesada del Ecuador

<b>PRODUCTO</b>	<b>2013</b>	<b>% OFERTA NACIONAL</b>	<b>% DEMANDA INTERNACIONAL</b>
<i>Bebidas</i>	395	0,96%	11,0%
<i>Snack y Cereales</i>	664	1,62%	9,9%
<i>Conservas</i>	74	0,18%	8,6%
<b>Total procesados</b>	<b>1.133</b>	<b>2,77%</b>	<b>29,5%</b>
<i>Otros productos</i>	39.769	97,23%	70,5%
<b>TOTAL GLOBAL</b>	<b>40.901</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Certificación Orgánica - AGROCALIDAD 2014

Elaborado por los autores

Como se puede observar en el cuadro 6.19, los rubros como la leche orgánica y sus derivados, las comidas congeladas y la comida para bebé, aunque tienen una alta demanda, no se producen en Ecuador o aún no se encuentran registros oficiales de su producción, por este motivo no tomarán relevancia en el cuadro. Así, la demanda internacional de los productos más consumidos, que corresponde al 51%, según el cuadro anterior (6.18), se redujo al 29,5%.

Con respecto a la oferta nacional, Ecuadorinsa, Planta Hortifructícola Ambato C.A., Montelia, Corporación Ecuatoriana Colonche Line y Fapecafes que conforman la categoría de bebidas orgánicas, exportaron 395 miles de dólares FOB, donde Ecuadorinsa S.A. abarcó el 2,06% de las exportaciones totales, las demás empresas representaron menos de un punto porcentual del mercado global.

El sector de snack y cereales exportó 664 miles de dólares FOB, exportación que se reparte entre las empresas Terrafertil S.A. (0,38%), Confoco (0,50%), Ecuadorinsa (2,06%), Inborja (0,27%) y Fundación Chankuap Recursos para el Futuro (0,03%).

En la categoría de conservas, se exportó 74 miles de dólares FOB, donde su principal operador es la empresa INBORJA con una participación del 0,27% en el mercado global en el año 2013. Cabe recalcar, que esta empresa es la única que se dedica a la elaboración de estos tipos de producto y que su principal destino es el mercado Francés.

Es importante mencionar que, la categoría de bebidas registra una participación del 0,96%, snack & cereales el 1,62% y las conservas el 0,18% en el mercado orgánico (40.901 miles de dólares FOB).

Asimismo, se detallan las exportaciones que corresponden al sector de bebidas con las empresas orgánicas y su país destino en el año 2013:

Cuadro 6.20 - Exportación del sector de Bebidas en el año 2013

<b>BEBIDAS</b>	<b>DÓLARES FOB</b>	<b>% PART</b>	<b>EMPRESAS</b>	<b>DESTINO</b>
<i>Jugo de Caña de Azúcar</i>	11	2,69%	Ecuadorinsa S.A.	Singapur, Canadá
<i>Jugo de Mora y Limón</i>	33	8,46%	Planta Hortifruticola Ambato C.A.	Holanda
<i>Pulpa de Aloe Vera</i>	287	72,72%	Montelia, Corporación Ecuatoriana Colonche Line	Alemania, Estados Unidos
<i>Pulpa de Guayaba</i>	30	7,66%	Fapecafes	Holanda
<i>Pulpa de Mora</i>	33	8,46%	Planta Hortifruticola Ambato C.A.	Holanda
<b>TOTAL</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>		

Valores en miles de dólares FOB

Fuente: AGROCALIDAD 2014

Elaborado por los autores

De acuerdo a la información del cuadro 6.20, el sector de bebidas orgánicas está compuesta por jugos y pulpa de frutas. La empresa orgánica Ecuadorinsa, exportó jugo de caña de azúcar (11 miles de dólares FOB) a países como Singapur y Canadá. Cabe recalcar que, esta empresa no solo se dedica a la exportación de jugo de caña de azúcar sino también de otros productos como banano deshidratados, cacao en grano, café, chocolates, derivados del cacao y quinua con un representación total del 2,06% (841 miles de dólares FOB) en el mercado orgánico.

La empresa Planta Hortifruticola Ambato C.A., exportó pulpa de mora (33 miles de dólares FOB) y jugo de mora y limón (33 miles de dólares FOB) al único país destino como Holanda, con una participación global del 0,16% (67 miles de dólares FOB) en el mercado.

La empresa Fapecafes, exportó pulpa de guayaba a Holanda con un valor de \$ 30 miles de dólares FOB (7,66%). Asimismo, esta empresa se dedica a la exportación de otros productos como el caco en grano y café con una participación total de 0,89% (\$ 362 miles de dólares FOB) en el mercado orgánico.

La pulpa de aloe vera representó más de la mitad (72,7%) en las exportaciones de este sector, con un valor de exportación de \$ 287 miles de dólares FOB. Las empresas que exportaron la pulpa de aloe vera son Montelia con un valor de \$ 146 miles de dólares FOB y Corporación Ecuatoriana Colonche Line con valor de \$ 141 miles de dólares FOB, su principal destino fueron los países como Alemania y Estados Unidos. Cabe destacar que, la empresa Montelia también se dedica a la exportación de la chía orgánica con una representación total del 1,68% (688 miles de dólares FOB) en el mercado.

En el siguiente cuadro, se detalla la exportación del sector snacks y las empresas que lo conforman en el año 2013:

Cuadro 6.21 - Exportación del sector de Snack y Cereales en el año 2013

<b>SNACK Y CEREALES</b>	<b>DÓLARES FOB</b>	<b>% PART. EN EL SECTOR</b>	<b>EMPRESAS</b>	<b>DESTINO</b>
<i>Banana y Uvilla deshidratada</i>	64	9,66%	Terrafertil S.A.	Alemania
<i>Banano deshidratado</i>	430	64,81%	Confoco S.A.; Ecuadorinsa S.A.; Inborja S.A.; Terrafertil S.A.; B2B Ecuador	Estados Unidos, Alemania, Francia, Inglaterra, Croacia
<i>Mango deshidratado</i>	84	12,58%	Terrafertil S.A.	Estados Unidos
<i>Maní deshidratado</i>	11	1,66%	Fundación Chankuap Recursos para el Futuro	Estados Unidos
<i>Banana flakes</i>	75	11,29%	Ecuadorinsa S.A.	Estados Unidos y Alemania
<b>TOTAL</b>	<b>664</b>	<b>100%</b>		

Valores en miles de dólares FOB

Fuente: AGROCALIDAD 2014

Elaborado por los autores

El cuadro 6.21, muestra que el sector de snack y cereales está conformado por frutas deshidratadas como el banano, uvilla, mango y maní. La empresa Terrafertil S.A. exportó 64 miles de dólares FOB en banana y uvilla deshidratada y 84 miles de dólares FOB en mango deshidratado, donde su principal destino fue Alemania y Estados Unidos con una participación del 9,66% y 12,58% respectivamente dentro del sector. Esta empresa representa el 0,38% en el mercado orgánico, con un valor de exportación de \$ 153 miles de dólares FOB.

La Fundación Chankuap Recursos para el Futuro, exportó maní deshidratado por un valor de \$ 11 miles de dólares FOB y con una participación de apenas el 1,66% en el sector, siendo su país destino Estados Unidos.

La empresa Ecuadorinsa S.A., exportó banana flakes con un valor de \$ 75 miles de dólares FOB y una participación del 11,29%, donde su principal destino fue Estados Unidos.

Finalmente, el banano deshidratado representó el 64,81% con un valor de \$ 430 miles de dólares FOB. Las empresas que exportaron este producto están conformadas por Confoco, Ecuadorinsa, Inborja y Terrafertil. Es importante indicar que, la empresa Confoco es la que más exporta este producto con un valor de \$ 206 miles de dólares FOB, seguido por B2B Ecuador con un valor de \$ 185 miles de dólares FOB. Sus países destinos fueron Estados Unidos, Alemania, Francia, Inglaterra y Croacia.

Actualmente, el sector de conservas se divide en dos únicos productos como el puré de Banano y Mango como se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 6VI.22 - Exportación del sector de Conservas en el año 2013

CONSERVAS	DÓLARES FOB	% PART. EN EL SECTOR	EMPRESAS	DESTINO
<i>Puré de Banano</i>	47	63,34%	Inborja S.A.	Francia
<i>Puré de Mango</i>	27	36,66%	Inborja S.A.	Francia
<b>TOTAL</b>	<b>74</b>	<b>100%</b>		

Valores en miles de dólares FOB

Fuente: AGROCALIDAD 2014

Elaborado por los autores

Según el cuadro 6.22, la empresa Inborja S.A., exportó puré de banano con un valor de \$ 47 miles de dólares FOB (63,34%) y puré de mango con un valor de \$ 27 miles de dólares FOB (36,66%) al país de Francia. Cabe recalcar que, esta empresa no solo se dedica a la exportación de puré (banano y mango) sino también del banano deshidratado con una representación total del 0,27% (112 miles de dólares FOB) en el mercado orgánico.

Como conclusión, el sector de bebidas está conformado por solo cinco empresas (Ecuadorinsa, Planta Hortifruticola Ambato C.A., Montelia, Corporación Ecuatoriana Colonche Line y Fapecafes), el sector de snack & cereales está compuesto por cinco empresas (Terrafertil S.A., Confoco S.A.; Ecuadorinsa S.A.; Inborja S.A.; Fundación Chankuap Recursos para el Futuro) y el sector conservas está conformada por una empresa (Inborja S.A.). No existe una diversificación en el sector orgánico de procesados, su volumen de exportación es relativamente bajo y las empresas que forman parte de este sector son pocas. Es por eso que, es necesario que una parte del 75% de empresas orgánicas primarias se anime a procesar su materia prima y se sumen a este sector por



medio de los incentivos gubernamentales propuestos con el objetivo de aumentar la diversificación de productos y su valor de exportación en este sector.

Una vez analizado los costos de los incentivos gubernamentales, la demanda internacional y la oferta nacional de los productos orgánicos procesados, se procede a realizar un análisis de escenarios (optimista, moderado y pesimista) incluyendo a las empresas productoras potenciales que pueden incluirse en un futuro en este sector, con la implementación de los incentivos propuestos.

### **ESCENARIO OPTIMISTA**

Bajo este escenario, se procura reducir la participación de las exportaciones petroleras en -1 punto porcentual con la finalidad de que ese valor se incremente en las exportaciones del sector industrial de la Balanza Comercial no Petrolera del país.

A continuación se describe la ecuación con la que se plantea aumentar el valor FOB con la implementación de los incentivos gubernamentales propuestos en esta investigación, con el objetivo de que el sector Petrolero reduzca su representación en la Balanza Comercial en un 55,776%.

Ecuación 6.4

$$56,776\% * \text{Exportaciones 2013} = \text{Exportaciones Petroleras 2013}$$

El 56,776% de las exportaciones corresponde a petróleo. Si se desea que las exportaciones de petróleo ahora correspondan al 55,776% de las exportaciones totales, se debe determinar bajo esta condición a cuánto ascenderían las exportaciones totales, es decir, se debe saber cuánto se debe exportar de tal manera que el 55,776% de esas exportaciones sea exportaciones petroleras 2013, como se muestra en la siguiente línea:

Ecuación 6.5

$$55,776\% * X = \text{Exportaciones petroleras 2013}$$

Si se despeja la incógnita de la ecuación anterior, se obtiene:

Ecuación 6.6

$$\text{Nuevo Total de Exportaciones} = \frac{\text{Exportaciones Petroleras 2013}}{55,776\%}$$

Calculando el valor FOB de la ecuación anterior, el resultado se lo muestra a continuación:

$$\frac{\text{Ecuación 6.7}}{\frac{24.847.847 (56,776\%)}{55,776\%}} = X$$

$$x = 25.293.337 \text{ miles USD FOB}$$

Se decidió reducir la participación del sector petrolero en -1 punto porcentual en el mejor de los casos, debido al reciente desarrollo del sector orgánico en el país, pues existe una gran brecha entre este sector y las exportaciones convencionales, ya que las empresas orgánicas apenas logran exportar millones de dólares FOB, en contraste con los productos convencionales que exportan miles de millones de dólares FOB.

Acto seguido, se calcula la diferencia entre los valores de las exportaciones esperadas que se obtuvo de la ecuación y las exportaciones totales 2013.

Ecuación 6.8

$$25.293.337 - 24.847.847 = 445.490 \text{ miles de dólares FOB}$$

La diferencia entre el nuevo total de exportaciones y las exportaciones 2013 es el valor que se debe de añadir a las exportaciones orgánicas para reducir en 1 punto porcentual el aporte del petróleo en las exportaciones totales, donde se prevé un aumento de 445.490 miles de dólares FOB en las exportaciones del sector industrial.

La producción que se debe adicionar en cada categoría con la finalidad de cumplir la meta que se calculó en la ecuación 6.2, se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 6.23 – Incremento de exportaciones en el escenario optimista

PRODUCTO	EXPTCIÓN. 2013	EXPTCIÓN. ESPERADA	% ANUAL
<i>Bebidas</i>	395	166.879	83%
<i>Snack y Cereales</i>	664	148.184	72%
<i>Conservas</i>	74	130.427	111%
<b>Total procesados</b>	<b>1.133</b>	<b>445.490</b>	<b>82%</b>
<b>TOTAL GLOBAL</b>	<b>40.901</b>		

Fuente: AGROCALIDAD 2014

Elaborado por los autores

De acuerdo al cuadro 6.23, Ecuador debe de ser capaz de producir y exportar 445.490 miles de dólares FOB a largo plazo con una tasa de crecimiento anual del 82%, en el mejor de los escenarios, para reducir en -1 punto porcentual en el sector petrolero.

La categoría de bebidas debe de aumentar sus exportaciones a \$ 166.879 miles de dólares FOB con una tasa de crecimiento del 83% anualmente en relación a su exportación actual. Actualmente, esta categoría la conforman cinco empresas (Ecuadorinsa, Planta Hortifructicola Ambato C.A., Montelia, Corporación Ecuatoriana Colonche Line y Fapecafes).

La categoría de snack & cereales debe de exportar \$ 148.184 miles de dólares FOB adicionales con una tasa de crecimiento del 72% anual en relación a su exportación actual. Las empresas que conforman esta categoría son Terrafertil, Confoco, Ecuadorinsa, Inborja y Fundación Chankuap Recursos para el Futuro.

En el rubro de conservas, se debe de exportar \$ 130.427 miles de dólares FOB con una tasa de crecimiento de 111% en relación a su exportación actual de \$ 74 miles de dólares FOB. Esta categoría está compuesta por la única empresa Inborja S.A.

A continuación se detalla los cálculos que se realizaron para aumentar el valor FOB adicional en las exportaciones de cada categoría del sector orgánico procesado. Sin embargo, es importante mencionar que el cálculo se realiza de tal manera que las proporciones en las que serán producidos en el país son las mismas proporciones en las que el mercado internacional las demanda. Además, se debe tomar en cuenta que en Ecuador solo se puede cubrir la demanda de 3 productos, bebidas, snack y cereales, y conservas, los cuales representan el 29,5% de la demanda orgánica del mercado internacional del cuadro 6.19, como se muestra en las siguientes ecuaciones.

En el caso de las bebidas, la participación de la demanda internacional corresponde al 11% de la demanda global de productos orgánicos, se debe determinar la proporción que representa el 11% con respecto al 29,5%.

Ecuación 6.9

$$445.490 * 11\% = 29,5\% \text{ Bebidas}$$

$$\text{Bebidas} = \$ 166.879 \text{ miles de dólares FOB}$$

En cambio, en la categoría de snacks y cereales, la participación de la demanda internacional corresponde al 9,8% de la demanda global, se debe determinar la proporción que representa el 9,8% con respecto al 29,5%.

Ecuación 6.10

$$445.490 * 9,8\% = 29,5\% \text{ Snacks y cereales}$$

$$\text{Snacks y cereales} = \$ 148.184 \text{ miles de dólares FOB}$$

Y finalmente, en el caso de conservas, el 8,6% corresponde a la participación de la demanda internacional en relación a la demanda global, se determina la proporción que representa el 8,6% con respecto al 29,5%.

Ecuación 6.11

$$445.490 * 8,6\% = 29,5\% \text{ Conservas}$$

$$\text{Conservas} = \$ 130.427 \text{ miles de dólares FOB}$$

En el siguiente cuadro se desglosa por sector (Bebidas, snack y cereales, conservas) la exportación que se debería de incrementar en el sector de orgánicos procesados (445.490 miles de dólares FOB).

Cuadro 6.24 - - Exportaciones esperadas en el escenario optimista

<b>PRONOSTICO - AÑOS</b>											
<b>PRODUCTO</b>	<b>2013</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<i>Bebidas</i>	395	722	1.322	2.421	4.432	8.114	14.856	27.197	49.790	91.153	<b>166.879</b>
<i>Snacks y Cereales</i>	664	1.140	1.958	3.363	5.776	9.919	17.035	29.255	50.242	86.285	<b>148.184</b>
<i>Conservas</i>	74	157	331	699	1.475	3.113	6.571	13.869	29.275	61.792	<b>130.427</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.133</b>	<b>2.019</b>	<b>3.612</b>	<b>6.483</b>	<b>11.683</b>	<b>21.146</b>	<b>38.461</b>	<b>70.321</b>	<b>129.307</b>	<b>239.230</b>	<b>445.490</b>

Todos los datos están en miles de dólares FOB

Fuente: AGROCALIDAD 2014

Elaborado por los Autores

En este escenario, el valor a exportar anualmente incluyendo a las potenciales empresas que se desplazan al sector orgánico procesado es demasiado alto como para ser viable, debido a que se requiere un crecimiento anual en las exportaciones del 82% aproximadamente. Sin mencionar que en la categoría de conservas se demanda un crecimiento anual de más del 100% que no se lograría ni con la inclusión de nuevas empresas, ya que este sector solo está compuesto por una empresa (Inborja).

Es importante mencionar que, las nuevas empresas que comiencen a formar parte en este sector con los incentivos gubernamentales propuestos, si contribuirían en el aumento de las exportaciones procesadas pero esto no significa que se logre a cubrir los valores de exportación, ya que se requiere aumentar demasiado la producción de un año a otro como se muestra en el cuadro 6.24. Por tanto, faltarían los recursos necesarios como adquisición de hectáreas, mano de obra, maquinarias, entre otros para aumentar dicha producción.

### **ESCENARIO MODERADO**

Bajo este escenario, se espera reducir la participación de las exportaciones petroleras en 0,10% con la finalidad de que este valor se incremente en las exportaciones industriales de la Balanza Comercial No Petrolera del país. La elección de este valor se debe a que constituye una opción factible para que las productoras orgánicas y las potenciales productoras orgánicas puedan lograr su objetivo, lo cual se sustenta en el análisis que se realizará posterior. La elección de un porcentaje mayor no es viable como se estudió en el caso optimista, el aumento de la producción, y un porcentaje menor, como se analizará más adelante, constituye un aporte estatal que no se compensa con el aumento de la producción.

Así mismo, como en el escenario optimista, se procede a realizar los cálculos respectivos para conocer el valor FOB que se debe de incrementar en las exportaciones

industriales, reduciendo la participación del sector petrolero en un 56,6765% con la implementación de los incentivos gubernamentales propuestos en este trabajo.

$$\text{Ecuación 6.12} \\ \frac{24.847.847 (56,776\%)}{56,6765\%} = X$$

$$x = 24.891.689 \text{ miles USD FOB}$$

Se decidió reducir la participación del sector petrolero en 0,10% porque es un valor que se adecúa más a la realidad del país.

Por otra parte, se calcula la diferencia entre los valores de las exportaciones esperadas que se obtuvo de la ecuación y las exportaciones totales 2013.

$$\text{Ecuación 6.13} \\ 224.891.689 - 24.847.847 = 43.842 \text{ miles de dólares FOB}$$

La diferencia entre el nuevo total de exportaciones y las exportaciones 2013 es el valor que se debe de añadir a las exportaciones orgánicas para reducir en 0.10% el aporte del petróleo en las exportaciones totales, donde se prevé un aumento de 43.842 miles de dólares FOB en las exportaciones del sector industrial.

En el siguiente cuadro se describe la producción que las empresas deben de lograr cubrir en cada categoría del sector orgánico procesado:

Cuadro 6VI.25 - Incremento de las exportaciones en el escenario moderado

<b>PRODUCTO</b>	<b>EXPTCIÓN. 2013</b>	<b>EXPTCIÓN. ESPERADA</b>	<b>% ANUAL</b>
<i>Bebidas</i>	395	16.423	45%
<i>Snacks y Cereales</i>	664	14.583	36%
<i>Conservas</i>	74	12.836	67%
<b>Total procesados</b>	<b>1.133</b>	<b>43.842</b>	<b>44%</b>
<b>TOTAL GLOBAL</b>	<b>40.901</b>		

Valores en miles de dólares FOB

Fuente: AGROCALIDAD 2014

Elaborado por los autores

Según el cuadro 6.25, Ecuador debe de ser capaz de producir y exportar \$43.842 miles de dólares FOB a mediano plazo con una tasa de crecimiento total de 3 770% en relación a su exportación actual.

La categoría de bebidas debe de aumentar sus exportaciones a \$ 16.423 miles de dólares FOB con una tasa de crecimiento anual del 45%, la categoría de snack & cereales debe de exportar \$ 14.583 miles de dólares FOB adicionales con una tasa de crecimiento del 36% anual y la categoría de conservas debe de aumentar su producción a \$ 12.836 miles de dólares FOB con una tasa de crecimiento anual del 67%.

En las siguientes ecuaciones, se describe el cálculo que se realizó en cada categoría con el fin de saber el valor FOB que se debe de aumentar en las mismas de un total de \$43.842 miles de dólares FOB.

En la categoría de bebidas:

Ecuación 6.14

$$43.842 * 11\% = 29,5\% \text{ Bebidas}$$

***Bebidas = \$ 16.423 miles de dólares FOB***

En la categoría de Snack y Cereales debe aumentar sus exportaciones a \$ 14.583 miles de dólares FOB como se muestra en la siguiente ecuación:

Ecuación 6.15

$$43.842 * 9,8\% = 29,5\% \text{ Snacks y cereales}$$

***Snacks y cereales = \$ 14.583 miles de dólares FOB***

En la categoría de conservas debe aumentar sus exportaciones a \$ 12.836 miles de dólares FOB como se muestra en la siguiente ecuación:

Ecuación 6.16

$$43.842 * 8,6\% = 29,5\% \text{ Conservas}$$

***Conservas = \$ 12.836 miles de dólares FOB***

A continuación se describe las exportaciones que debería de aumentar cada categoría del sector procesado (43.842 miles de dólares FOB) en un periodo de 10 años.

Cuadro 6.26 - Exportaciones esperadas en el escenario moderado

PRONOSTICO - AÑOS											
PRODUCTO	2013	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Bebidas</i>	395	573	832	1.208	1.753	2.546	3.696	5.366	7.791	11.311	16.423
<i>Snacks y Cereales</i>	664	904	1.232	1.677	2.285	3.112	4.238	5.772	7.862	10.707	14.583
<i>Conservas</i>	74	124	208	349	583	977	1.635	2.736	4.581	7.668	12.836
<b>TOTAL</b>	<b>1.133</b>	<b>1.602</b>	<b>2.272</b>	<b>3.234</b>	<b>4.621</b>	<b>6.634</b>	<b>9.569</b>	<b>13.875</b>	<b>20.233</b>	<b>29.687</b>	<b>43.842</b>

Todos los datos en miles de dólares FOB

Fuente: AGROCALIDAD 2014

Elaborado por los autores

En este escenario, el incremento anual de las exportaciones es mucho más discreto que en el escenario optimista, sin embargo, aun así es difícil llegar a obtener un incremento como el planteado en el cuadro 6.26. Cabe recalcar que ese cuadro no toma en cuenta una aspiración probable, y esto es que una parte de las empresas que se dedican a la producción no orgánica vean nuevas oportunidades en la producción orgánica debido a los incentivos gubernamentales y decidan desplazarse a este sector.

### ESCENARIO PESIMISTA

Dentro de este escenario, solo se espera reducir la participación de las exportaciones petroleras en un 0,01% con la intención de incrementar las exportaciones del sector industrial en la Balanza Comercial No Petrolera del país.

La ecuación con la que se propone aumentar el valor FOB en el sector orgánico procesado con el objetivo de reducir la participación del sector petrolero en un 56,7665%, impulsando la ejecución de los incentivos gubernamentales propuestos se detalla a continuación:

$$\begin{aligned} &\text{Ecuación 6.17} \\ &\frac{24.847.847 (56,776\%)}{56,7665\%} = X \\ &x = 24.852.224 \text{ miles USD FOB} \end{aligned}$$

Se decidió reducir la participación del sector petrolero en 0,01% en el peor de los escenarios, en el caso de que las empresas orgánicas productoras no estén dispuestas a procesar su materia prima, aun impulsando los incentivos gubernamentales propuestos en este trabajo.

Acto seguido, se calcula la diferencia entre los valores de las exportaciones esperadas que se obtuvo de la ecuación y las exportaciones totales 2013.



Ecuación 6.18  
 $24.852.224 - 24.847.847 = 4.377$  miles de dólares FOB

Igualmente, como en los otros escenarios, la diferencia entre el nuevo total de las exportaciones y las exportaciones 2013 es el valor que se debe de añadir a las exportaciones orgánicas con el objetivo de reducir en el 0,01% la aportación de las exportaciones petroleras, donde se pronostica un aumento de \$4.377 miles de dólares FOB en las exportaciones del sector industrial.

Asimismo, La producción que se debe adicionar en cada categoría con la finalidad de cumplir la meta que se calculó en la ecuación 6.2, se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 6.27 - Incremento de las exportaciones en el escenario pesimista

PRODUCTO	EXPTCIÓN. 2013	EXPTCIÓN. ESPERADA	% ANUAL
<i>Bebidas</i>	395	1.640	15%
<i>Snacks y Cereales</i>	664	1.456	8%
<i>Conservas</i>	74	1.281	33%
<b>Total procesados</b>	<b>1.133</b>	<b>4.377</b>	<b>14%</b>
<b>TOTAL GLOBAL</b>	<b>40.901</b>		

Valores en miles de dólares FOB

Fuente: Certificación Orgánica - AGROCALIDAD 2014

Elaborado por los autores

El cuadro 6.27 muestra que el sector orgánico procesado debe ser capaz de producir y exportar \$4.377 dólares FOB con una tasa de crecimiento del 14% en relación a su exportación actual, donde la categoría de bebidas debe de incrementar su producción a \$1.640 miles de dólares FOB con una tasa de crecimiento anual del 15%, el Snack & cereales a \$1.456 miles de dólares FOB con una tasa de crecimiento anual del 8% y la de conservas a \$1.281 miles de dólares FOB con una tasa de crecimiento anual del 33%.

Por otro lado, se describe en las siguientes ecuaciones el valor que se debe de adicionar en cada categoría para poder cumplir lo descrito en el párrafo anterior.

En la categoría de bebidas:

Ecuación 6.19  
 $4.377 * 11\% = 29,5\%$  *Bebidas*

***Bebidas = \$ 1.640 miles de dólares FOB***

En la categoría de Snack y Cereales:

Ecuación 6.20

$$4.377 * 9,8\% = 29,5\% \text{ Snacks y cereales}$$

$$\text{Snacks y cereales} = \$ 1.456 \text{ miles de dólares FOB}$$

En la categoría de conservas:

Ecuación 6.21

$$4.377 * 8,6\% = 29,5\% \text{ Conservas}$$

$$\text{Conservas} = \$ 1.281 \text{ miles de dólares FOB}$$

En el siguiente cuadro se describe las exportaciones que cada categoría ((Bebidas, snack y cereales, conservas) debe de realizar en mediano plazo para cumplir con el incremento que se debe de realizar en el sector procesado (4.377 miles de dólares FOB).

Cuadro 6.28 - Exportaciones esperadas en el escenario pesimista

PRONOSTICO - AÑOS											
PRODUCTO	2013	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Bebidas</i>	395	455	525	605	698	804	927	1.069	1.233	1.422	1.640
<i>Snacks y Cereales</i>	664	718	777	840	909	983	1.063	1.150	1.244	1.346	1.456
<i>Conservas</i>	74	99	131	175	232	309	410	545	725	964	1.281
<b>TOTAL</b>	<b>1.133</b>	<b>1.272</b>	<b>1.433</b>	<b>1.620</b>	<b>1.839</b>	<b>2.096</b>	<b>2.401</b>	<b>2.765</b>	<b>3.203</b>	<b>3.732</b>	<b>4.377</b>

Todos los datos en miles de dólares FOB

Fuente: AGROCALIDAD 2014

Como conclusión, el conjunto de empresas que formarían parte del sector de orgánicos procesados solo deberían exportar \$ 4 millones aproximadamente en un periodo de 10 años, como se muestra en el cuadro 6.28. En este escenario, se considera que el valor a incrementar en las exportaciones incluyendo a empresas potenciales que formarían parte de este sector es relativamente baja (Crecimiento del 14% anual), ya que no se compensaría el subsidio que realizaría el Gobierno Nacional en cualquier implementación de los incentivos propuestos.

Tomando como referencia el análisis que se realizó en la sección 6.2 acerca del subsidio que asumiría el gobierno con la implementación del primer incentivo, se muestra un análisis similar bajo este escenario pesimista.

En los primeros 5 años fiscales que el gobierno subsidiaría el pago al impuesto a la renta a las empresas productoras que estén dispuestas a procesar su producto es de \$4.245.981 dólares.

Bajo el supuesto de que la utilidad y la producción crecen al mismo ritmo, se asume un crecimiento del 14% en las utilidades de las empresas en este escenario, como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 6.29 – Empresas de acuerdo al Primer Incentivo bajo un escenario pesimista

<b>EMPRESAS POSITIVAS</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
<i>Ecobanec</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>Unocace</i>	\$ 41.037	\$ 46.783	\$ 53.332	\$ 60.799	\$ 69.310
<i>Chankuap</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>Fundación Maquita Cushunchi</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>Fortaleza del Valle</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>Fupordi S.A.</i>	\$ 3.745	\$ 4.269	\$ 4.867	\$ 5.548	\$ 6.325
<i>Grubafal</i>	\$ 173.737	\$ 198.060	\$ 225.788	\$ 257.399	\$ 293.434
<i>Procafe</i>	\$ 37.338	\$ 42.565	\$ 48.525	\$ 55.318	\$ 63.063
<i>Provefrut</i>	\$ 1.990.964	\$ 2.269.698	\$ 2.587.456	\$ 2.949.700	\$ 3.362.658
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.246.821</b>	<b>\$ 2.561.376</b>	<b>\$ 2.919.968</b>	<b>\$ 3.328.764</b>	<b>\$ 3.794.791</b>
<b>IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>\$ 494.301</b>	<b>\$ 563.503</b>	<b>\$ 642.393</b>	<b>\$ 732.328</b>	<b>\$ 834.854</b>
	<b>TOTAL IMPUESTO</b>				<b>\$ 3.267.378</b>

Elaborado por los autores

Según se muestra en el cuadro 6.29, las empresas comienzan a pagar el impuesto a la renta a partir del sexto año. El Estado logra recaudar solo \$ 3.267.378 dólares durante esos años.

Como se puede observar, el valor que subsidiaría el Estado durante los primeros cinco años (4.245.981 dólares) es mayor al total de impuesto que recaudaría el mismo al finalizar el año diez (3.267.387 dólares). Se registraría una pérdida de - \$978.603 dólares. Por este motivo, no se compensaría el esfuerzo que realice el Gobierno Nacional en la implementación de los incentivos propuestos bajo este escenario.

## CONCLUSIONES

- Los principales productos orgánicos procesados representan el 7% (2.959.870,44 USD) de las exportaciones orgánicas 2013 (40.901.445,37 USD). De la base de datos de AGROCALIDAD, únicamente 22 variedades de productos pertenecen a l sector procesado de 125 en total. El producto procesado de mayor exportación es el café, seguido por el aceite de palma africana y derivados del cacao. Cabe recalcar que, las exportaciones de productos orgánicos representan el 0,16% y las exportaciones del sector procesado el 0.012% de las exportaciones totales (24.847.847 miles USD) en el año 2013.
- Estados Unidos es el principal consumidor de productos orgánicos con ventas de 21 billones de euros al año 2011, seguido por la Unión Europea con ventas de 19,7 billones de euros. Dentro de la Unión Europea, Alemania es el país que registró mayor venta (6.5 billones de euros), seguido por Francia y Reino Unido logrando ventas de 3.7 y 1.8 billones de euros respectivamente.
- Existen diferente factores que impiden el crecimiento de la producción orgánica nacional, tales como: mano de obra calificada, implementación tecnológica, financiamiento de certificaciones y regulaciones. Dichas regulaciones provocaron un decrecimiento (-15.8%) en las hectáreas totales orgánicas de 51.634 has. en el año 2007 a 43.461 has. en el año 2012. Por este motivo, muchos agricultores continúan la producción convencional en lugar de certificarse, ya que son procesos de altos costos y tiempo.
- El primer incentivo gubernamental genera un costo de \$ 4.245.981, valor que es exonerado en los 5 años fiscales de subsidio al impuesto a la renta, el retorno en los próximos 5 años es de \$19.445.755 al estado. El segundo incentivo gubernamental es cubierto por el estado en un máximo de \$700 por productor, para calcular el costo del mismo, se toma como referencia al cacao dando como resultado un subsidio máximo de 21.2 has. por productor de la organización UNOCACE, considerando que esta organización está conformada por 1800 productores, el costo total de la implementación del presente incentivo es de \$ 1.259.994, en caso de que cada uno de ellos opte por adquirir el seguro agrícola. Continuando con el ejemplo de UNOCACE, el tercer incentivo gubernamental ocasiona un costo de \$ 41.100 en el subsidio de las tarifas de inspección y

certificación orgánica. Cabe recalcar que dicho valor puede variar por número de hectáreas y si la empresa es grupal o individual.

- En el análisis de escenarios se demostró que el escenario optimista requiere un incremento del 82% anual en los sectores de bebidas, snacks y conservas, dicho valor no pueden ser cubierto por las empresas ecuatorianas ya que son muy pocas las que se dedican a procesar en estos sectores (11% aproximadamente). En el escenario moderado se requiere un crecimiento del 44% anual, porcentaje que puede ser cubierto por el ingreso de nuevas empresas considerando la implementación de los incentivos, logrando una exportación total de 43.842 miles de dólares FOB a un plazo de diez años. Finalmente, en el escenario pesimista requiere un crecimiento de solo el 14% anual con un pronóstico de 4.377 miles de dólares FOB, generando un retorno negativo en el primer incentivo gubernamental en caso de implementarse.

## REFERENCIAS

- AGROCALIDAD. (s.f.). *Instructivo de la normativa general para promover y regular la producción orgánica - ecológica - biológica en el Ecuador.*
- Akabanebashi, N. (2009). *Mercado de los Productos Agrícolas Orgánicos en Japón. Oficina Agrícola de Japón.*
- Andrade Ortiz, D., & Flores, M. (2008). *Consumo de Productos Orgánicos/Agroecológicos en los Hogares Ecuatorianos.* VECO Ecuador.
- Arias, Q. (2005). *Agricultura Orgánica y Desarrollo Rural: La Naranja Orgánica en Costa Rica.* Revista Geográfica, 137, 5-33.
- Arze, J. (2001). *La producción y el consumo mundial.* Web IICA.
- Cámara de Industria de Guayaquil. (2011). *Acuerdos Comerciales del Ecuador.*
- Económica, D. d. (2002). *Estudio de mercado de productos orgánicos bolivianos.*
- FAO. (2001). *Los mercados mundiales de frutas y verduras orgánicas - Japón.* Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/004/y1669s/y1669s0b.htm>.
- FAO (2012). *FAO Statistical Yearbook.*
- FAO (2013). *FAO Statistical Yearbook.*
- FiBL, & IFOAM. (2012). *The World of Organic Agriculture.*
- FiBL, & IFOAM. (2013). *The World of Organic Agriculture.*
- Haumann, F. (2012). *United States Country Report.* Organic World Report 2012.
- PRO ECUADOR (2011). *Incentivos del código de la Producción.*
- JETRO. (2001). *Introducción a la Certificación Orgánica de las Normas Agrícolas Japonesas.* Organización Japonesa para el Fomento del Comercio Exterior.
- L'Agence Bio. (2013). *La Bio en France, de la production à la consommation.*
- López Porras, K. (2011). *El mercado de productos orgánicos: oportunidades de diversificación y diferenciación para la oferta exportable costarricense.* PROCOMER.
- MAGAP. (2013). *Tarifas de productos agrícolas asegurados*
- Martínez, L. A. (2013). *Alimentos Procesados. Unidad de inteligencia de negocios.* Pro México, Secretaría de Economía, México.
- Naciones Unidas. (2008). *Mejores prácticas para el Desarrollo de Políticas en Agricultura Orgánica.*
- Motomura, C. (2013). *Japanese Organic Market.* USDA, Foreign Agricultural Service.
- Muñoz, G. S. (s.f.). *IICA.* Obtenido de [http://webiica.iica.ac.cr/comuniica/n\\_17/art.asp?art=5](http://webiica.iica.ac.cr/comuniica/n_17/art.asp?art=5)

- Organic Europe. (2012). **Organic Europe**. Obtenido de <http://www.organic-europe.net/2732.html?&L=dxclmnlatkssppa>.
- Pinto, R. (2002). *Estudio de mercados de productos orgánicos Bolivianos*. ALADI, Montevideo.
- Pro Ecuador. (2014). *¿Qué son los acuerdos comerciales?*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-acuerdos-comerciales>
- ProChile. (2011). *Estudio de mercado de alimentos orgánicos en Estados Unidos*. Oficina Comercial de ProChile.
- Richter, T. (2005). *The Organic Market in Germany*.
- Salta, A. (2012). *Organic Market Overview, Key Organic Crops*. International Workshop on Organic Production.
- Sánchez Abajo, M. (2011). *La alimetnación econ{omica en Alemania 2011*. Promomadrir CEIM.
- Schaack, D. (2013). *News about the organic market in Germany 2012*. Agricultural Market Information Company (AMI).
- Schaack, D., Lemoud, J., Padel, S., & Willer, H. (2013). *The Organic Market in Europe 2011 - Nine percent increase compared with 2010*. FiBL & IFOAM.
- The Soil Association, UK. (2013). *Organic Market Report 2013*.
- Willer, H., & Lukas. (2012). *The world of Organic Agriculture - Statistics and Emerging Trends*. FiBL & IFOAM.
- Zhalen, Daten, & Fakten. (2013). *La Industria Orgánica 2013*. Bund Okologische Lebensmittelwirtschaft (BOLW).

# **ANEXOS**





## Encuesta: Incentivos gubernamentales a la Producción Orgánica Procesada del Ecuador

**Objetivo de la encuesta:** Medir el grado de aceptabilidad de los posibles incentivos propuestos por este trabajo de investigación para promover la Producción Orgánica Procesada en el Ecuador.

Empresa: \_\_\_\_\_

Encargado: \_\_\_\_\_

1. ¿Considera necesario la implementación de un Departamento de Orientación en Pro Ecuador especializado en el sector orgánico?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo
  - 5 – Totalmente de acuerdo
  
2. ¿Estaría de acuerdo usted en procesar su materia prima orgánica si se le exoneraría impuesto a la renta durante 5 años fiscales?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo
  - 5 – Totalmente de acuerdo

3. ¿Cree usted que la extensión del seguro agrícola a productos orgánicos incrementa la producción orgánica procesada?

- 1 – Totalmente desacuerdo
- 2 – En desacuerdo
- 3 – Neutro
- 4 – De acuerdo
- 5 – Totalmente de acuerdo

4. ¿Estaría usted dispuesto a procesar el producto orgánico que cultiva si el gobierno le subsidia los costos de inspección y certificación orgánica?

- 1 – Totalmente desacuerdo
- 2 – En desacuerdo
- 3 – Neutro
- 4 – De acuerdo
- 5 – Totalmente de acuerdo

## ANEXO 2 – Encuesta realizada a Brundicorpi



## Encuesta: Incentivos gubernamentales a la Producción Orgánica Procesada del Ecuador

**Objetivo de la encuesta:** Medir el grado de aceptabilidad de los posibles incentivos propuestos por este trabajo de investigación para promover la Producción Orgánica Procesada en el Ecuador.

Empresa: BRUNDICORPI S.A.

Encargado: KARLA AREVALO ARIAS

1. ¿Considera necesario la implementación de un Departamento de Orientación en Pro Ecuador especializado en el sector orgánico?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo
  - 5 – Totalmente de acuerdo
  
2. ¿Estaría de acuerdo usted en procesar su materia prima orgánica si se le exoneraría impuesto a la renta durante 5 años fiscales?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo
  - 5 – Totalmente de acuerdo

3. ¿Cree usted que la extensión del seguro agrícola a productos orgánicos incrementa la producción orgánica procesada?

- 1 – Totalmente desacuerdo
- 2 – En desacuerdo
- 3 – Neutro
- 4 – De acuerdo
- 5 – Totalmente de acuerdo

4. ¿Estaría usted dispuesto a procesar el producto orgánico que cultiva si el gobierno le subsidia los costos de inspección y certificación orgánica?

- 1 – Totalmente desacuerdo
- 2 – En desacuerdo
- 3 – Neutro
- 4 – De acuerdo
- 5 – Totalmente de acuerdo

## ANEXO 3 – Encuesta realizada a Ecobanec S.A.



## Encuesta: Incentivos gubernamentales a la Producción Orgánica Procesada del Ecuador

**Objetivo de la encuesta:** Medir el grado de aceptabilidad de los posibles incentivos propuestos por este trabajo de investigación para promover la Producción Orgánica Procesada en el Ecuador.

Empresa: ECOBANEC S.A

Encargado: ÁNGEL FUENTES SANTILLÁN

1. ¿Considera necesario la implementación de un Departamento de Orientación en Pro Ecuador especializado en el sector orgánico?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo
  - 5 – Totalmente de acuerdo
  
2. ¿Estaría de acuerdo usted en procesar su materia prima orgánica si se le exoneraría impuesto a la renta durante 5 años fiscales?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

3. ¿Cree usted que la extensión del seguro agrícola a productos orgánicos incrementa la producción orgánica procesada?

1 – Totalmente desacuerdo

2 – En desacuerdo

3 – Neutro

4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

4. ¿Estaría usted dispuesto a procesar el producto orgánico que cultiva si el gobierno le subsidia los costos de inspección y certificación orgánica?

1 – Totalmente desacuerdo

2 – En desacuerdo

3 – Neutro

4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo



## ANEXO 4 – Encuesta realizada a UNOCACE



## Encuesta: Incentivos gubernamentales a la Producción Orgánica Procesada del Ecuador

**Objetivo de la encuesta:** Medir el grado de aceptabilidad de los posibles incentivos propuestos por este trabajo de investigación para promover la Producción Orgánica Procesada en el Ecuador.

Empresa: UNOCACE

Encargado: DEPARTAMENTO DE COORDINACIÓN

1. ¿Considera necesario la implementación de un Departamento de Orientación en Pro Ecuador especializado en el sector orgánico?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo
  - 5 – Totalmente de acuerdo
  
2. ¿Estaría de acuerdo usted en procesar su materia prima orgánica si se le exoneraría impuesto a la renta durante 5 años fiscales?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo



5 – Totalmente de acuerdo

3. ¿Cree usted que la extensión del seguro agrícola a productos orgánicos incrementa la producción orgánica procesada?

1 – Totalmente desacuerdo

2 – En desacuerdo

3 – Neutro

4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

4. ¿Estaría usted dispuesto a procesar el producto orgánico que cultiva si el gobierno le subsidia los costos de inspección y certificación orgánica?

1 – Totalmente desacuerdo

2 – En desacuerdo

3 – Neutro

4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo



## ANEXO 5 – Encuesta realizada a Fundación Chankuap



## Encuesta: Incentivos gubernamentales a la Producción Orgánica Procesada del Ecuador

**Objetivo de la encuesta:** Medir el grado de aceptabilidad de los posibles incentivos propuestos por este trabajo de investigación para promover la Producción Orgánica Procesada en el Ecuador.

Empresa: FUNDACIÓN CHANKUAP RECURSOS PARA EL FUTURO (ONG)

Encargado: PAÚL ARÉVALO M., COORDINADOR DE COMERCIALIZACIÓN

1. ¿Considera necesario la implementación de un Departamento de Orientación en Pro Ecuador especializado en el sector orgánico?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo
  - 5 – Totalmente de acuerdo
  
2. ¿Estaría de acuerdo usted en procesar su materia prima orgánica si se le exoneraría impuesto a la renta durante 5 años fiscales?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

3. ¿Cree usted que la extensión del seguro agrícola a productos orgánicos incrementa la producción orgánica procesada?

1 – Totalmente desacuerdo

2 – En desacuerdo

3 – Neutro

4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

4. ¿Estaría usted dispuesto a procesar el producto orgánico que cultiva si el gobierno le subsidia los costos de inspección y certificación orgánica?

1 – Totalmente desacuerdo

2 – En desacuerdo

3 – Neutro

4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

## ANEXO 6 – Encuesta realizada a Fundación Maquita Cushunchi



## Encuesta: Incentivos gubernamentales a la Producción Orgánica Procesada del Ecuador

**Objetivo de la encuesta:** Medir el grado de aceptabilidad de los posibles incentivos propuestos por este trabajo de investigación para promover la Producción Orgánica Procesada en el Ecuador.

Empresa: FUNDACION MAQUITA CUSHUNCHI

Encargado: COORDINADOS DE COMPRAS EN GRANO

1. ¿Considera necesario la implementación de un Departamento de Orientación en Pro Ecuador especializado en el sector orgánico?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo
  - 5 – Totalmente de acuerdo
  
2. ¿Estaría de acuerdo usted en procesar su materia prima orgánica si se le exoneraría impuesto a la renta durante 5 años fiscales?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo
  - 5 – Totalmente de acuerdo

3. ¿Cree usted que la extensión del seguro agrícola a productos orgánicos incrementa la producción orgánica procesada?

- 1 – Totalmente desacuerdo
- 2 – En desacuerdo
- 3 – Neutro
- 4 – De acuerdo
- 5 – Totalmente de acuerdo

4. ¿Estaría usted dispuesto a procesar el producto orgánico que cultiva si el gobierno le subsidia los costos de inspección y certificación orgánica?

- 1 – Totalmente desacuerdo
- 2 – En desacuerdo
- 3 – Neutro
- 4 – De acuerdo
- 5 – Totalmente de acuerdo

## ANEXO 7 – Encuesta realizada a Corporación Fortaleza del Valle



## Encuesta: Incentivos gubernamentales a la Producción Orgánica Procesada del Ecuador

**Objetivo de la encuesta:** Medir el grado de aceptabilidad de los posibles incentivos propuestos por este trabajo de investigación para promover la Producción Orgánica Procesada en el Ecuador.

Empresa: CORPORACIÓN FORTALEZA DEL VALLE

Encargado: ING. BERTO ZAMBRANO GERENTE GENERAL

1. ¿Considera necesario la implementación de un Departamento de Orientación en Pro Ecuador especializado en el sector orgánico?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo
  - 5 – Totalmente de acuerdo
  
2. ¿Estaría de acuerdo usted en procesar su materia prima orgánica si se le exoneraría impuesto a la renta durante 5 años fiscales?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

3. ¿Cree usted que la extensión del seguro agrícola a productos orgánicos incrementa la producción orgánica procesada?

1 – Totalmente desacuerdo

2 – En desacuerdo

3 – Neutro

4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

4. ¿Estaría usted dispuesto a procesar el producto orgánico que cultiva si el gobierno le subsidia los costos de inspección y certificación orgánica?

1 – Totalmente desacuerdo

2 – En desacuerdo

3 – Neutro

4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo





## ANEXO 8 – Encuesta realizada a Fupordi S.A.



## Encuesta: Incentivos gubernamentales a la Producción Orgánica Procesada del Ecuador

**Objetivo de la encuesta:** Medir el grado de aceptabilidad de los posibles incentivos propuestos por este trabajo de investigación para promover la Producción Orgánica Procesada en el Ecuador.

Empresa: FUPORDI S.A.

Encargado: MASAHIRO TANABE

1. ¿Considera necesario la implementación de un Departamento de Orientación en Pro Ecuador especializado en el sector orgánico?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo
  - 5 – Totalmente de acuerdo
  
2. ¿Estaría de acuerdo usted en procesar su materia prima orgánica si se le exoneraría impuesto a la renta durante 5 años fiscales?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

3. ¿Cree usted que la extensión del seguro agrícola a productos orgánicos incrementa la producción orgánica procesada?

1 – Totalmente desacuerdo

2 – En desacuerdo

3 – Neutro

4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

4. ¿Estaría usted dispuesto a procesar el producto orgánico que cultiva si el gobierno le subsidia los costos de inspección y certificación orgánica?

1 – Totalmente desacuerdo

2 – En desacuerdo

3 – Neutro

4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

ANEXO 9 – Encuesta realizada a Asociación de productores bananeros “El Guabo”



## Encuesta: Incentivos gubernamentales a la Producción Orgánica Procesada del Ecuador

**Objetivo de la encuesta:** Medir el grado de aceptabilidad de los posibles incentivos propuestos por este trabajo de investigación para promover la Producción Orgánica Procesada en el Ecuador.

Empresa: ASOCIACION DE PRODUCTORES BANANEROS “EL GUABO”

Encargado: PILAR ZAMBRANO

1. ¿Considera necesario la implementación de un Departamento de Orientación en Pro Ecuador especializado en el sector orgánico?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo
  - 5 – Totalmente de acuerdo
  
2. ¿Estaría de acuerdo usted en procesar su materia prima orgánica si se le exoneraría impuesto a la renta durante 5 años fiscales?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

3. ¿Cree usted que la extensión del seguro agrícola a productos orgánicos incrementa la producción orgánica procesada?

1 – Totalmente desacuerdo

2 – En desacuerdo

3 – Neutro

4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

4. ¿Estaría usted dispuesto a procesar el producto orgánico que cultiva si el gobierno le subsidia los costos de inspección y certificación orgánica?

1 – Totalmente desacuerdo

2 – En desacuerdo

3 – Neutro

4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

## ANEXO 10 – Encuesta realizada a Quicornac S.A.



## Encuesta: Incentivos gubernamentales a la Producción Orgánica Procesada del Ecuador

**Objetivo de la encuesta:** Medir el grado de aceptabilidad de los posibles incentivos propuestos por este trabajo de investigación para promover la Producción Orgánica Procesada en el Ecuador.

Empresa: QUICORNAC S.A.

Encargado: FRANKLIN PEÑAFIEL

1. ¿Considera necesario la implementación de un Departamento de Orientación en Pro Ecuador especializado en el sector orgánico?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo
  - 5 – Totalmente de acuerdo
  
2. ¿Estaría de acuerdo usted en procesar su materia prima orgánica si se le exoneraría impuesto a la renta durante 5 años fiscales?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

3. ¿Cree usted que la extensión del seguro agrícola a productos orgánicos incrementa la producción orgánica procesada?

1 – Totalmente desacuerdo

2 – En desacuerdo

3 – Neutro

4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

4. ¿Estaría usted dispuesto a procesar el producto orgánico que cultiva si el gobierno le subsidia los costos de inspección y certificación orgánica?

1 – Totalmente desacuerdo

2 – En desacuerdo

3 – Neutro

4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

## ANEXO 11 – Encuesta realizada a Grubafal S.A.



## Encuesta: Incentivos gubernamentales a la Producción Orgánica Procesada del Ecuador

**Objetivo de la encuesta:** Medir el grado de aceptabilidad de los posibles incentivos propuestos por este trabajo de investigación para promover la Producción Orgánica Procesada en el Ecuador.

Empresa: GRUBAFAL S.A.

Encargado: ING.LERIDA ESPINOZA

1. ¿Considera necesario la implementación de un Departamento de Orientación en Pro Ecuador especializado en el sector orgánico?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo
  - 5 – Totalmente de acuerdo
  
2. ¿Estaría de acuerdo usted en procesar su materia prima orgánica si se le exoneraría impuesto a la renta durante 5 años fiscales?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo



5 – Totalmente de acuerdo

3. ¿Cree usted que la extensión del seguro agrícola a productos orgánicos incrementa la producción orgánica procesada?

1 – Totalmente desacuerdo

2 – En desacuerdo

3 – Neutro

4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

4. ¿Estaría usted dispuesto a procesar el producto orgánico que cultiva si el gobierno le subsidia los costos de inspección y certificación orgánica?

1 – Totalmente desacuerdo

2 – En desacuerdo

3 – Neutro

4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

## ANEXO 12 – Encuesta Realizada a Procafe S.A.



## Encuesta: Incentivos gubernamentales a la Producción Orgánica Procesada del Ecuador

**Objetivo de la encuesta:** Medir el grado de aceptabilidad de los posibles incentivos propuestos por este trabajo de investigación para promover la Producción Orgánica Procesada en el Ecuador.

Empresa: INTERCAFE (PROCAFE) S.A.

Encargado: SHIRLEY ALCIVAR

1. ¿Considera necesario la implementación de un Departamento de Orientación en Pro Ecuador especializado en el sector orgánico?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo
  - 5 – Totalmente de acuerdo
  
2. ¿Estaría de acuerdo usted en procesar su materia prima orgánica si se le exoneraría impuesto a la renta durante 5 años fiscales?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

3. ¿Cree usted que la extensión del seguro agrícola a productos orgánicos incrementa la producción orgánica procesada?

1 – Totalmente desacuerdo

2 – En desacuerdo

3 – Neutro

4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

4. ¿Estaría usted dispuesto a procesar el producto orgánico que cultiva si el gobierno le subsidia los costos de inspección y certificación orgánica?

1 – Totalmente desacuerdo

2 – En desacuerdo

3 – Neutro

4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo



## Encuesta: Incentivos gubernamentales a la Producción Orgánica Procesada del Ecuador

**Objetivo de la encuesta:** Medir el grado de aceptabilidad de los posibles incentivos propuestos por este trabajo de investigación para promover la Producción Orgánica Procesada en el Ecuador.

Empresa: PROVEFRUT

Encargado: ANDREA GUEVARA

1. ¿Considera necesario la implementación de un Departamento de Orientación en Pro Ecuador especializado en el sector orgánico?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo
  - 5 – Totalmente de acuerdo
  
2. ¿Estaría de acuerdo usted en procesar su materia prima orgánica si se le exoneraría impuesto a la renta durante 5 años fiscales?
  - 1 – Totalmente desacuerdo
  - 2 – En desacuerdo
  - 3 – Neutro
  - 4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

3. ¿Cree usted que la extensión del seguro agrícola a productos orgánicos incrementa la producción orgánica procesada?

1 – Totalmente desacuerdo

2 – En desacuerdo

3 – Neutro

4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo

4. ¿Estaría usted dispuesto a procesar el producto orgánico que cultiva si el gobierno le subsidia los costos de inspección y certificación orgánica?

1 – Totalmente desacuerdo

2 – En desacuerdo

3 – Neutro

4 – De acuerdo

5 – Totalmente de acuerdo