

PERFIL DE PRODUCTO

ORITO ORGÁNICO

**PROYECTO CORPEI - CBI
"EXPANSIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE
DEL ECUADOR"**

2005

1. GENERALIDADES

2. ENFOQUE NACIONAL

2.1 PRODUCCIÓN

- 2.1.1 Zonas de cultivo**
- 2.1.2 Variedades**
- 2.1.3 Temporadas de cultivo**
- 2.1.4 Cadena de valor**
- 2.1.5 Certificaciones**

2.2 INDUSTRIALIZACIÓN

- 2.2.1 Descripción del proceso**
- 2.2.2 Partidas arancelarias**
- 2.2.3 Empaque y almacenamiento**
- 2.2.4 Certificaciones industriales**

2.3 EXPORTACIÓN

- 2.3.1 Evolución de las exportaciones**
- 2.3.2 Países de destino**
- 2.3.3 Importancia dentro del sector ecuatoriano**
- 2.3.4 Principales exportadores**
- 2.3.5 Logística de exportación**
- 2.3.6 Precios de exportación**

3. ENFOQUE MUNDIAL

3.1 OFERTA

- 3.1.1 Participación del Ecuador en el contexto mundial**
- 3.1.2 Principales países exportadores**
- 3.1.3 Principales destinos**

3.2 DEMANDA

- 3.2.1 Principales países importadores**
- 3.2.2 Principales proveedores**
- 3.2.3 Participación del Ecuador en el contexto mundial**
- 3.2.4 Requisitos arancelarios y de calidad**
- 3.2.5 Precios**

4. TEMAS ADJUNTOS

- 4.1 Ferias internacionales**
- 4.2 Contactos comerciales**
- 4.3 Análisis FODA**

ORITO ORGÁNICO

1. GENERALIDADES

La palabra "orgánica" se refiere al compromiso de optar por prácticas agrícolas, con el objetivo de obtener un balance con la naturaleza; utilizando métodos y materiales con bajo impacto para el medio ambiente.

En el Ecuador se están desarrollando desde varios años cultivos orgánicos, que incluyen la elección de tierras libres del uso de químicos sintéticos y/o la transición a partir de cultivos convencionales, la utilización de abonos e insumos permitidos, usándose técnicas como cultivos asociados y la rotación de cultivos (de ciclo corto), entre otras.

Orito Orgánico es el producto que se obtiene de un **sistema de producción sustentable** en el tiempo, como resultado de un manejo óptimo de los **recursos naturales y subproductos orgánicos**, minimizando el uso de insumos externos y evitando o prescindiendo de plaguicidas y fertilizantes químicos.

Baby Banana es el nombre 'artístico' que ha adoptado el 'guineo orito' ecuatoriano en su intento por conseguir la preferencia de los mercados de productos orgánicos.

El orito orgánico se diferencia del banano común por tener su hoja larga, ancha y brillante. No requiere tanto cuidado como las plantaciones bananeras, se podría decir es casi silvestre y por ser ecológico se logra mejorar sus problemas fitosanitarios, obtener mayores precios y encontrar otros mercados.

El producto que se va a comercializar, "orito orgánico", tiene las siguientes ventajas competitivas:

- ✓ Bajo costo unitario
- ✓ Calidad comprobada
- ✓ Producto diferenciado y con valor agregado
- ✓ Precio mayor que orito tradicional

VALOR NUTRITIVO

El orito orgánico es un producto con altas expectativas de crecimiento y actualmente se está incrementando su producción.

El tamaño de la servida: Uno pequeño 3g

COMPOSICIÓN	
Componentes	Porción (1 Orito)
<i>Calorías</i>	8.9
Grasa total	0.1g
<i>Saturada</i>	0g
<i>Polisaturada</i>	0.1g
<i>Monosaturada</i>	0g
Colesterol	0mg
Sodio	4.3mg
Total	1.8g
Carbohidratos	1.1g
<i>Fibra dietética</i>	1.1g
<i>Azúcares</i>	0.7g
<i>Proteínas</i>	0.5g

2. ENFOQUE NACIONAL

2.1 PRODUCCION

2.1.1 ZONAS DE CULTIVO

Las localizaciones de la zona de producción se encuentran en las provincias de Chimborazo, El Oro, Cotopaxi, Guayas y Los Ríos.

El cultivo del Orito (*Musa acuminata*, AA), tiene su mayor crecimiento en la zona de Bucay (Guayas), La Maná y El Guabo (El Oro), donde han modificado los sistemas de producción usuales de la zona, para productos tradicionales como frutas y hortalizas. También ha tenido un notable incremento en algunos sectores de la costa ecuatoriana en los últimos 5 años, con importantes aportes en la exportación a los mercados foráneos.

2.1.2 VARIEDADES

Entre las variedades de orito orgánico están:

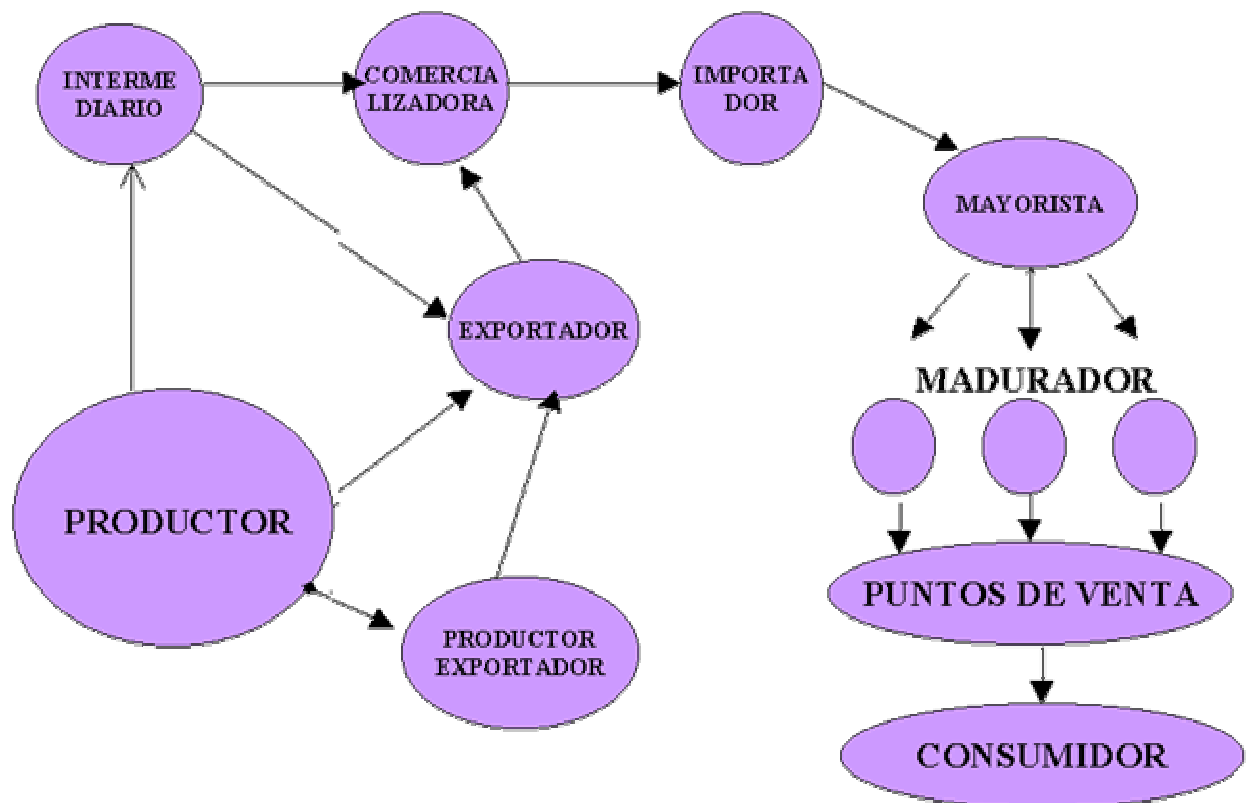
- Amarillo : *Musa Acuminata*
- Morado o red : *Musa Acuminata* variedad red

Estas variedades de orito tienen un alto consumo en los Estados Unidos, Europa y Japón.

2.1.3 TEMPORADA DE CULTIVO

El cultivo de orito orgánico es perenne. Hay cosecha durante todo el año. En las fincas existen plantaciones ya establecidas, con diferentes estados vegetativos; plantación en plena cosecha, otras plantas en la fase final de desarrollo de la fruta, otras plantas en floración y otras en crecimiento; es decir que hay una cosecha permanente.

2.1.4 CADENA DE VALOR



Fuente: Proyecto SICA

2.1.5 CERTIFICACIONES

La certificación es un procedimiento aplicado para comprobar que un producto cumple ciertas normas. En el caso de los productos ecológicos, se trata fundamentalmente de un reconocimiento de que estos productos han sido producidos con arreglo a las normas de producción ecológica. Estas normas pueden ser las formuladas por empresas o asociaciones privadas, órganos de certificación o la Administración pública. Lo importante es que la certificadora tenga reconocimiento a nivel nacional y convenios internacionales que le permitan convertirse en una opción competitiva para el mercado.

2.2 INDUSTRIALIZACION

2.2.1 DESCRIPCION DEL PROCESO

Este producto no cuenta con proceso alguno puesto que se exporta el producto puro sin industrialización.

2.2.2 PARTIDAS ARANCELARIAS

0803.00 Bananas o plátanos, frescos o secos

Frescos:

803.00.11 Tipo <<plantain>> (plátano para cocción)

803.00.12 Tipo <<cavendish valery>>

803.00.19 Los demás

803.00.20 Secos

2.2.3 EMPAQUE Y ALMACENAMIENTO

EMPAQUE

Cosecha y empaque

Usar el calibrador

- Destalle: Dejar el 7 al corte y que el virador destalle con el podón
Destallar lo más alto posible
- Empaque: Idem. No usar Imazalil para corona, se usa Citrex, en dilución 1cc/lit.

Limpieza empacadora

Antes y después de las actividades:

1. Limpieza y desinfección con Sanitec
2. Poner cal alrededor de la empacadora
3. Limpieza de bandejas
4. Limpieza de desperdicios del proceso

ALMACENAMIENTO

En las fincas no se realiza ningún tipo de almacenaje del producto. Inmediatamente que se cosecha el orito es trasladado al centro de acopio y en el mismo día es transportado para su exportación al puerto de embarque.

En resumen con respecto a la exportación de orito orgánico podemos decir que:

- ✓ En un contenedor entran 1.400 cajas de 15 libras

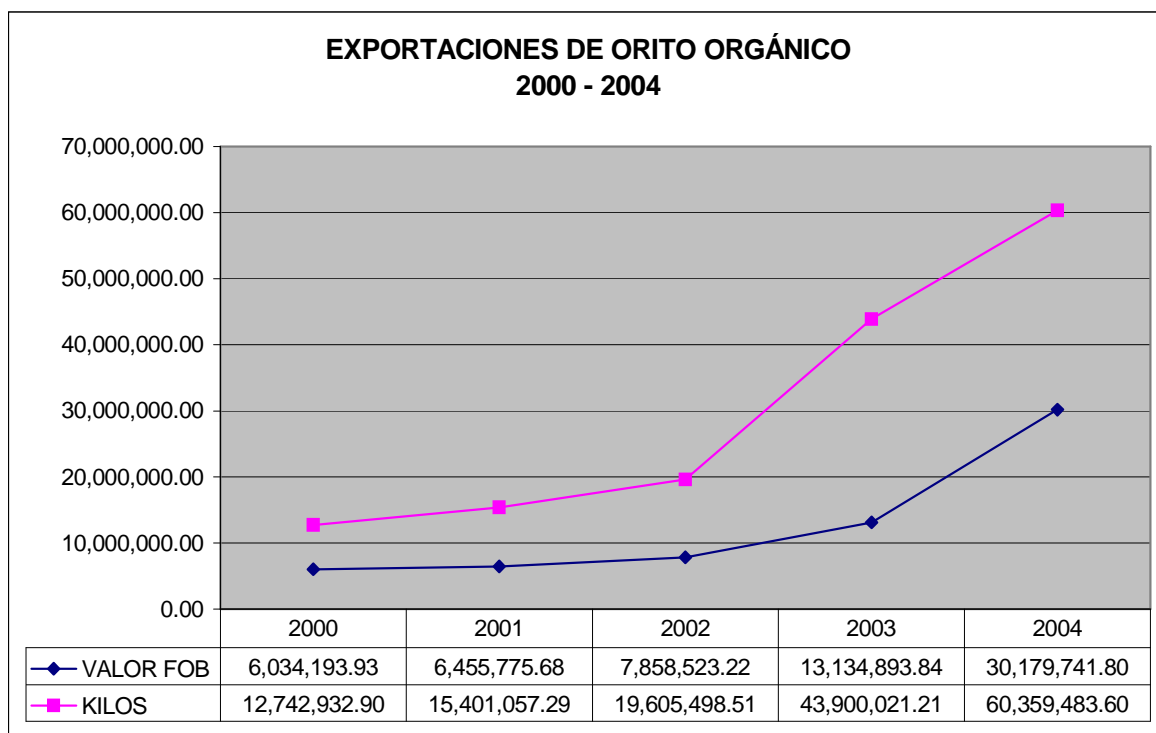
2.2.4 CERTIFICACIONES INDUSTRIALES

- Certificaciones orgánicas: BCS OKO Garantie, SKAL, etc.
- Estándares de calidad ISO 9001 www.iso.org
- Responsabilidad social SA 8000 Social Accountability www.cepaa.org/sa8000
- Comercio Justo: Fair Trade Labeling Organization FLO www.fairtrade.net
- Comercio Justo: Ethical Trade Initiative ETI www.ethicaltrade.org

2.3 EXPORTACION

2.3.1 EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

Sobre orito orgánico no existe ninguna estadística oficial, pero para el análisis hemos tomado las exportaciones ecuatorianas de orito convencional las cuales figuran dentro del código CUCI 573107000.



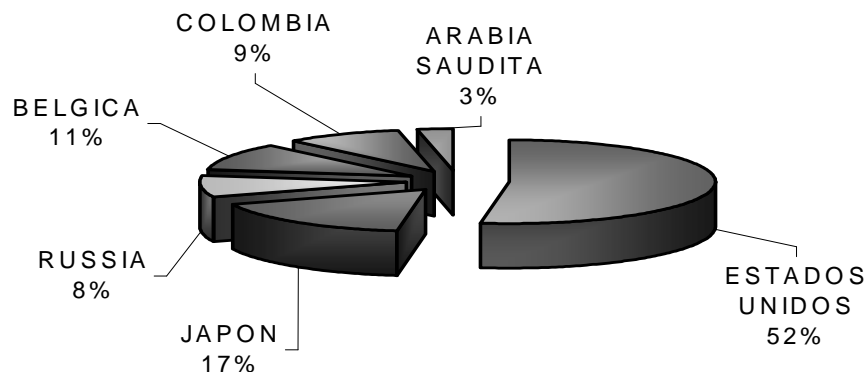
Las exportaciones de orito han crecido en los últimos años tanto en valores FOB como en cantidades. En términos FOB en el año 2001 el incremento fue del 7%, en el 2002 del 22%, en el 2003 del 67%, y en el 2004 del 129.76%, en este último año las exportaciones fueron de 30.1 millones de dólares. En lo referente a cantidades exportadas, en el 2001 las ventas externas crecieron en 21%, en el siguiente año en 27%, en el 2003 hay un repunte del 78%, y en el 2004 un incremento del 37% exportándose aproximadamente 60 millones de kilos.

2.3.2 PAISES DE DESTINO

El principal destino de las exportaciones de orito es Estados Unidos. En el año 2004 a este mercado se dirigieron el 52% de estas exportaciones, en segundo lugar se encuentra Japón con el 17%, luego Rusia con el 8% y la Unión europea con el 12%. Colombia es también un mercado importante para el Ecuador en este último año recibió el 9% de nuestras exportaciones.

En lo que se refiere a la Unión Europea los principales países importadores son Bélgica, Alemania, Suiza, Holanda e Italia.

Ecuador: destinos de la exportaciones de orito 2004



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: CIC - CORPEI

En el año 2004 se incrementó el número de mercados a los cuales se destinan las exportaciones de orito, en el año 2002 fueron 11, en el 2003 fueron 16 y para el 2004 se contabilizaron 20.

Como característica general se observa una permanente demanda del producto en los principales mercados donde se direcciona la fruta ecuatoriana, es así que a Estados Unidos, Japón, Bélgica y Colombia se registran exportaciones continuas hace 4 años. En los años 2002 hasta el 2004 aparece Rusia y se ubica como el tercer destino de estas ventas externas. En el año 2004 se presenta también Arabia Saudita captando el 3% de las exportaciones.

En este mismo período se observa un crecimiento de la demanda de orito ecuatoriano en cada uno de estos países. Las exportaciones a Estados Unidos se incrementaron en 24%, 38% y 147% en los años 2002, 2003 y 2004 respectivamente. Hacia Japón se incrementaron en 134% en el 2004. Holanda presentó uno de los mayores porcentajes de crecimiento en el último año, de los 23 millones de dólares exportados en el 2003 se incrementó a 246 millones en el 2004, equivalente a un crecimiento de 834%, únicamente inferior al crecimiento que tuvo Antillas Holandesas que fue de 474% y al de Colombia de 316%.

Un destino importante para el Ecuador es Bélgica que es el tercer país importador. En el año 2004 importó 3.0 millones de dólares, con un crecimiento del 141% con respecto al 2003.

ECUADOR: DESTINO DE LAS EXPOTACIONES DE ORITO EN VALORES FOB (CUCI)					
PAISES	2000	2001	2002	2003	2004
ESTADOS UNIDOS	2,836,896.12	3,558,272.30	4,429,807.44	6,110,416.15	15,088,372.31
JAPON	1,708,823.40	1,899,312.90	1,711,902.35	2,077,628.22	4,861,631.06
RUSSIA	-	-	328,890.08	1,528,677.90	2,411,033.17
BELGICA	385,524.70	790,713.90	867,410.50	1,275,197.65	3,077,225.44
COLOMBIA	28,675.00	10,424.70	219,800.00	1,126,173.00	2,643,850.90
ARABIA SAUDITA	-	-	-	768,770.74	768,770.74
ALEMANIA	24,569.57	18,766.90	50,906.50	71,566.37	297,601.01
NUEVA ZELANDA	63,223.14	33,338.30	40,534.95	59,545.77	150,007.16
SUIZA	42,960.30	51,094.58	100,709.00	50,304.35	200,608.35
HOLANDA	126,828.09	20,122.60	5,602.00	26,352.10	246,168.10
ITALIA	801,549.04	5,331.30	25,100.40	23,924.91	76,655.83
BELARUS O BIELORRUSIA	-	-	-	7,692.05	26,302.40
ANTILLAS HOLANDESAS	-	-	-	4,096.89	23,518.55
AUSTRALIA	-	-	-	2,087.37	2,087.37
ESPAÑA	0.01	-	-	1,935.37	2,508.50
FRANCIA	-	-	-	525	525
BAHAMAS, ISLAS	-	-	-	77,860.00	77,860.00
RUMANIA	-	-	-	-	6,673.60
REPUBLICA DOMINICANA	-	-	-	-	738.48
BERMUDAS	-	-	-	-	367.05
TOTAL	6,034,193.93	6,455,775.68	7,858,523.22	13,134,893.84	29,962,505.02

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: CIC - CORPEI

El análisis de las variaciones de la exportación de orito convencional refleja que el mayor incremento se registró en el año 2004 con 60 millones de kilos exportados y un valor FOB de 29.9 millones de dólares. Los Estados Unidos, Japón Rusia, Bélgica y Colombia han recibido con gran apertura el producto. Entre los nuevos mercados consumidores de esta fruta figuran Arabia Saudita, las Antillas Holandesas, Australia, España y Francia.

En resumen con respecto a la exportación de orito orgánico podemos decir que:

- ✓ En un contenedor entran 1.400 cajas de 15 libras

Los principales mercados son:

Los Estados Unidos, principalmente la distribución se basa en la costa este (NY, Boston, Miami, New Jersey), una pequeña proporción en costa oeste (Los Angeles), Europa (Rusia, Holanda, Inglaterra, Francia, Alemania, Dinamarca, Italia, Finlandia, entre otros) y en Asia (China y Japón).

2.3.3 IMPORTANCIA DENTRO DEL SECTOR ECUATORIANO

El porcentaje de participación de las exportaciones de orito dentro de los valores totales exportados de bananas o plátanos también se ha incrementado en los últimos años. En los años 2000 y 2001 esta participación fue de 0.7%, en el 2002 se incrementó a 0.8% y en el 2003 a 1.2%.

2.3.4 PRINCIPALES EXPORTADORES

Entre los principales exportadores de orito orgánico ecuatoriano se encuentran:

EXPORTADORES DE ORITO

EXPORTADORA	REPRESENTANTE	DIRECCION	TELEFONO	FAX	CIUDAD
Bananera Noboa banoboa@bonita.com	Ing. Xavier Monje	El Oro 101 y La ría	(593-4) 442055	(593-4) 447443	Guayaquil
Frutierrez del Ecuador ecuador@frutierrez.com.ec	Sr. Mario Posada	Calle Puruanta 7152 y Río Vigal	(593-2) 490487	(593-2) 492289	Quito
NinoFruit Company ifzunino@ninofruit.com	Ing. Ricardo Wagner Gilbert Gerente	Centro de Negocios del Terminal, Local 2, bloque F	593 4 2140530		Guayaquil
Wither Castro Eugenia Victoria garaicoa@interactive.net.ec	Sra. Eugenia Wither Castro, Gerenta	Tumbaco, Calle El Sauce Lote # 99	5932-2377950 / 2377949		Quito
KILAJALO FRUITS - EQUINOX BUSINESS LIMITED kilajalofruits@agromilenio.com	Dennis F. Brito M., Presidente Ejecutivo	Veintimilla Y 12 De Octubre, Edificio El Girón, Torre W, Oficina 62	(593-2) 252-7803; 255-3904		Quito

2.3.5 LOGISTICA DE EXPORTACION

MANEJO DE LA COSECHA Y POSTCOSECHA

La cosecha del orito es permanente cuando la finca está establecida; y en una finca nueva, la primera cosecha se realiza a los 8 meses después de plantado.

Se puede distinguir las siguientes actividades de manejo en la cosecha y post-cosecha:

Encintado. Consiste en colocar cintas de diferentes colores en los racimos considerando edad, calibre de la fruta (grados de grosor), semana de corte. La calibración se realiza tomándole el diámetro al dedo medio de la última mano y se comprueba con la de la segunda mano (calibre a la cosecha:36), los cosechadores están debidamente entrenados para tal actividad.

Tumba de la planta y corte del racimo. Una vez calibrada la fruta y cuando se ha determinado el estado fisiológico adecuado, se realiza el picado del seudo tallo, para bajar la fruta y depositarla suavemente en el hombro del cargador. El corte del racimo se realiza a cinco pulgadas por encima de la punta de los dedos de la primera mano.

Transporte dentro de la platanera. El racimo cortado, en las fincas grandes, es acercado y colocado en el cable vía, para ser llevado a la zona de selección y empaque. En las fincas, los racimos son transportados por obreros, utilizando palos de guadua (bambú delgado). Los racimos son colocados en las zonas de "parqueo", para pasar de inmediato a la fase de "curación" y empacado. Todos los productores dentro de la finca tienen construcciones simples para efectuar las siguientes actividades:

Desmanado. Consiste en separar las "manos" del raquis, utilizando una herramienta de metal de forma cóncava.

Desleche. "las manos" son colocadas en una tina (de cemento) llena de agua y jabón líquido dispersante (banaspar), para evitar que el látex se adhiera a la funda.

Selección de manos y corte de corona. Aquí se hace el control de calidad, se separa aquellos dedos lastimados, también aquellos dedos que no reúnen el grosor y tamaño adecuado (largo mínimo 3.5 de cada dedo). En una mano no debe haber más de un saneo (separación de dedos) y por caja máximo 2 saneos.

Cicatrizado. Las manos seleccionadas se colocan en la segunda tina, la misma que tiene alumbre (sulfato de aluminio), que permite detener la salida del látex.

Pesaje. El "orito" en grupos de 5 a 7 manos, acondicionadas en cajas de cartón, es pesado en una báscula que tiene una bandeja destarada para pesar 16.5 libras de fruta (baby banano). El peso total con cartón es de 18.5 libras.

Tratamiento para pudrición de corona. Las "manos" de baby bananas, son tratadas con un fungicida llamado citrex.

Etiquetado . de las 5 o 7 "manos", a 2 ó 3 de ellas, se les coloca una etiqueta que tiene la siguiente inscripción: Marca, baby bananas Ecuador # de lote. En la caja de cartón, en la parte superior derecha hay un sticker con el número de cada productor.

Empaque. Se utiliza una funda plástica y cartón. Dentro de la caja las manos se separan por espumas, también hay papeles sin color como protectores de dedos.

Aspirado y cerrado. Eliminación de insectos y aire; luego se coloca una banda de caucho.

Tapado y estibado. Se coloca la tapa superior de la caja y termina el proceso en la finca, luego se coloca las cajas en camiones refrigerados, para ser transportados al puerto de embarque en Guayaquil.

EQUIPO

En la producción del orito orgánico, no hay uso de equipos que represente una amenaza de contaminación, pues para la siembra y el mantenimiento solamente se usan instrumentos manuales como palas, machetes y cuchillos.

ALMACENAMIENTO

En las fincas no se realiza ningún tipo de almacenaje del producto. Inmediatamente que se cosecha el orito es trasladado al centro de acopio y en el mismo día es transportado para su exportación al puerto de embarque.

TRANSPORTE

a. El orito es transportado en vehículos propios o en vehículos alquilados, de las fincas al centro de acopio, de aquí se transporta en camiones refrigerados al puerto de embarque.

b. Los camiones refrigerados que transportan el orito a puerto de embarque reúnen todas las condiciones de higiene necesarias para el transporte de este producto.

2.3.6 PRECIOS DE EXPORTACIÓN

Para los precios de exportación del orito orgánico se trabaja con precios en puerto,. El precio FOB Ecuador que se recibe por la caja de 7.27 kilos de orito convencional puesta en el puerto es de USD 3.70 (USD 0.50 por kilo) mientras que para el orito orgánico el precio es de USD 0.90 el kilo y USD 6.54 la caja (datos al 28 de octubre de 2004).

El precio por una caja de orito orgánico aumenta notoriamente en relación con el orito convencional, se calcula un aumento del 40% al 100%.

PRECIOS INTERNACIONALES DE ORITO			
Mercado de Estados Unidos			
AÑO 2004			
MERCADO	MEDIDA	PRECIO	FECHA
Atlanta, Georgia	US\$ caja/40 lbs	11.50 - 12.00	18/10/2004
	US\$ caja/20 lbs	7.50 - 8.00	18/10/2004
Boston, Massachusetts	US\$ caja/20 lbs	11.00 - 12.00	18/10/2004
	US\$ caja/15 lbs	8.00 - 11.00	18/10/2004
Chicago, Illinois	US\$ caja/15 lbs	12.50 - 13.00	18/10/2004
Dallas, Texas	US\$ caja/20 lbs	12.00	19/10/2004
Los Angeles, California	US\$ caja/15 lbs	9.00 - 10.00	19/10/2004
New York, New York	US\$ caja/15 lbs	9.00	19/10/2004
Pittsburg, Pensilvania	US\$ caja/15 lbs	8.50 - 9.50	18/10/2004
San Francisco, California	US\$ caja/15 lbs	8.50 - 9.50	18/10/2004
Seattle, Washington	US\$ caja/20 lbs	12.00 - 14.95	18/10/2004

Fuente: AMS – USDA

Elaboración: CIC - CORPEI

3. ENFOQUE MUNDIAL

3.1 OFERTA

3.1.1 PARTICIPACION DEL ECUADOR EN EL CONTEXTO MUNDIAL

El comercio mundial de orito orgánico certificado experimentó un importante aumento a partir del año 2000. El mercado mundial para bananos esta creciendo rápidamente y ha alcanzado el 3% de embarcos mundiales en los últimos 3 años.

3.1.2 PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES

Las investigaciones del Centro de Comercio Internacional (CCI) de la UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y el Desarrollo muestran que por lo menos 100 países producen alimentos y bebidas orgánicas en cantidades comerciales, entre ellos 27 países en desarrollo de Africa, 15 países, incluidos 12 países en desarrollo de Asia, aproximadamente 25 países en desarrollo de América Latina y el Caribe, tres países (incluido un país en desarrollo) en Australia y el Pacifico, aproximadamente 20 países en Europa cuyo productores más destacados son Italia y España. y finalmente los Estados Unidos y el Canada.

3.1.3 PRINCIPALES DESTINOS

El destino de la producción de orito orgánico es mayormente para la exportación, en el mercado local no es común verlos y su demanda es de manera turística, es decir, aquel que pasa por las fincas puede compararlo. El mercado interno no tiene representación alguna.

3.2 DEMANDA

3.2.1 PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES

Europa (sobretudo la Unión Europea), Estados Unidos y el Japón son los mercados más importantes importadores de orito orgánico. Alemania es el mercado potencial dentro de la Unión Europea y probablemente representa una tercera parte del total del mercado europeo, seguida de Francia y el Reino Unido.

En la mayoría de los mercados, los productos orgánicos representan menos del 1% del mercado de alimentos. Sin embargo, en algunos países como Alemania, Austria, Dinamarca, Suecia y suiza, la proporción parece ser del dos al tres por ciento.

Estados Unidos, es el mercado importador de orgánico más grande del mundo. Además, Canadá se ha convertido en un mercado importante para la venta de productos orgánicos.

Japón es reportado como creciente rápido a medida que los consumidores se vuelven conscientes no solo con su salud sino también con el medio ambiente.

3.2.2 PRINCIPALES PROVEEDORES

Estados Unidos a pesar de ser el primer mercado importador de orgánico se ubica como el más grande exportador a Canadá; pero se debe notar que mucho de ESPE comercio consiste en productos no provenientes de Estados Unidos, por ejemplo, la producción fresca originada en Latinoamérica y alimentos empacados de Europa, son re-exportados por compañías americanas que tienen fácil acceso al mercado canadiense.

3.2.3 PARTICIPACION DEL ECUADOR EN EL CONTEXTO MUNDIAL

En lo que se refiere a la demanda del orito ecuatoriano, ésta ha disminuido en el año 2004 como consecuencia de un decrecimiento de la demanda mundial, debido a una falta de posicionamiento del producto principalmente porque no existe una diferenciación con el banano por parte de los consumidores, quienes generalmente califican al orito como una banana de menor calidad debido a su tamaño.

Adicionalmente los productores ecuatorianos no han logrado establecer el punto óptimo de cosecha ya que el orito tiene un tiempo de maduración más rápido que el del banano. Es importante que se trabaje en mejorar esta falencia para alcanzar la misma competitividad que Ecuador tienen con el banano.

Tampoco se ha trabajado en el posicionamiento del orito en cuanto a su sabor, los consumidores todavía no toman en cuenta este aspecto como un factor adicional para la toma de sus decisiones al momento de consumir orito o banano.

Debido a la disminución de la demanda de orito el exportador ecuatoriano se ha enfocado en ofrecer nuevos productos derivados de la fruta, como por ejemplo polvo para la galletería y pastelería.

3.2.4 REQUISITOS ARANCELARIOS Y DE CALIDAD

ESTADOS UNIDOS

Estados Unidos no graba tasas arancelarias al ingreso de orito orgánico. Existen otras tasas impositivas en lo que se respecta a calidad del producto, sujetas a inspección y controles:

Toda fruta y verdura etiquetada o expedida como orgánica necesitará la certificación de un certificador aprobado en base a las Normas Orgánicas Nacionales de los Estados Unidos (NOS). Hasta entonces, no hay reglamento ni supervisión del Gobierno sobre las frutas y verduras declaradas como orgánicas, lo cual significa que las importaciones de productos orgánicos se hacen normalmente por un importador de los Estados Unidos en colaboración con un organismo de certificación del país.

Para la certificación de productos orgánicos que se exportarán a los Estados Unidos, el exportador tiene tres opciones de certificación:

- 1) Los organismos de certificación de los Estados Unidos que operan en países extranjeros pueden solicitar la acreditación del USDA. Los solicitantes extranjeros serán evaluados en base a los mismos criterios aplicados por los organismos de certificación interna. En lugar de la acreditación del USDA, un organismo de certificación extranjero puede:
- 2) Recibir el reconocimiento cuando el USDA ha determinado, a solicitud de un gobierno extranjero, que el gobierno del organismo de certificación extranjero está en condiciones de evaluar y acreditar que los organismos de certificación cumplen los requisitos de las normas orgánicas nacionales; o
- 3) Recibir el reconocimiento de que cumple con requisitos equivalentes a los de las NOS en virtud de un acuerdo de equivalencia negociado entre los Estados Unidos y el gobierno extranjero.

En concreto, todo grupo que quiera exportar productos orgánicos a los Estados Unidos debe identificar un organismo de certificación que tiene o recibirá la aprobación de los Estados Unidos. Las organizaciones que tienen la sede en los Estados Unidos y oficinas en ultramar podrán certificar todos los lugares una vez aprobados por el USDA para la certificación orgánica.

DOCUMENTACIÓN REQUERIDA DE IMPORTACIÓN

- Factura Comercial que muestre detallada descripción del producto
- Lista de empaque
- Factura Simulada (Pro forma Invoice).- Factura proporcionada por el proveedor antes del envío de la mercancía, informando al comprador la

clase y la cantidad de mercancías que se enviarán, su valor, y las especificaciones importantes (peso, talla, etc.).

- Bonos de Aduana
- Certificado de Origen (2 ó más copias)

JAPÓN

El arancel nominal de importación de orito orgánico en Japón es 40% del Valor CIF; no obstante este porcentaje arancelario se reduce a 20% acogándose a la tarifa estipulada por la Organización Mundial de Comercio y se implementa una tarifa nominal del 10% gracias al acuerdo comercial tasa preferencial para países desarrollados.

JAPON		
Acuerdos Comerciales	Arancel Nominal	
Tarifa Obligatoria	40%	CIF
Organización Mundial de Comercio	20%	CIF
Tasa Preferencial para Países Desarrollados	10%	CIF

El ingreso de este producto a este mercado esta sujeto a las siguientes barreras no tarifarias:

- Certificado de importación requerido por el Ministerio de Agricultura.
- Inspección y notificación requerida por el Ministerio de Salud

La nueva ley de Normas Agrícolas Japonesas (JAS) para el etiquetado de los productos, formulada por el Ministerio de Agricultura, Forestación y Pesca (MAFF) ha entrado en vigor a partir del 1 de abril de 2001. La ley de JAS promulgada se basa en las directrices del Código para la agricultura orgánica. En virtud de la nueva ley todos los productos etiquetados como orgánicos deben ser certificados por una organización de certificación registrada (OCR) y mostrar el logotipo de JAS, así como el nombre de la OCR. En virtud de la nueva legislación, las OCR deben ser acreditadas ante el MAFF. Desde que comenzó a aplicarse la nueva legislación, 38 organizaciones se han registrado como OCR. Aunque es posible que se registren certificadores extranjeros, al tiempo de la presente redacción todas las OCR eran japonesas.

UNIÓN EUROPEA

El mercado europeo graba una tasa equivalente a 680 euros por tonelada a pesar de que Ecuador se acoge al acuerdo LDDC (Least Developed and Developing Countries). El ingreso de este producto podría estar sujeto a restricciones de cuota y presentación de certificado de importación.

UNION EUROPEA		
Acuerdos		
Comerciales	Arancel	
Tarifa Obligatoria	680	Euro por Tone
LDDC	680	Euro por Tone

En la UE, el Reglamento 2092/91 determina los requisitos mínimos para la agricultura orgánica en todos los estados miembros y es una ley aplicable directamente. Contiene normas para la producción, elaboración, importación, inspección y certificación, comercialización y etiquetado de productos orgánicos. Los productos alimenticios orgánicos procedentes de países no pertenecientes a la UE pueden importarse y comercializarse en la UE con una etiqueta orgánica si se acepta que los productos han sido producidos y certificados conforme a procedimientos equivalentes a los de la UE.

En virtud del Reglamento 2092/91 de la UE existen, en la práctica, dos opciones para obtener la autorización para exportar productos orgánicos a la UE:

1) Cuando un tercer país ha establecido y aplicado normas orgánicas, puede solicitar a la Unión Europea ser incluido en la lista del Artículo 11 de la UE, conocida como lista del Artículo 11. Los países que figuran en esa lista pueden exportar a la CE productos certificados por un organismo de certificación interno aprobado, sin necesidad de una ulterior certificación o acreditación. Nótese que esto es válido únicamente en el caso de que el organismo de certificación interno esté específicamente registrado en la lista del Artículo 11. Cada entrega debe ir acompañada de un documento que certifique que las normas y medidas de certificación son equivalentes a las que se aplican en la CE.

2) Si el país exportador no figura en la lista del Artículo 11, debería pedir al importador del país de la CE que solicite un permiso particular para importar. Un determinado estado miembro de la CE puede autorizar a un importador que importe productos de un país que no figura en la lista del Artículo 11. De conformidad con esta disposición, el importador debe solicitar a las autoridades designadas en el país miembro de la CE un permiso de importación, y la solicitud debe ir acompañada de una documentación sobre la equivalencia de las normas y medidas de control. El productor y el exportador tendrán que estar certificados de conformidad con los procedimientos de la CE, lo cual deberá hacerse en cooperación con un organismo de certificación acreditado.

Los permisos de importación se expiden para una cierta cantidad de productos específicos procedentes de los países especificados, y son válidos durante períodos definidos. Se conceden a determinados importadores y son válidos sólo para importar en el país de esos importadores. Una vez importados en un país puede comercializarse libremente dentro de la CE. En la práctica, la duración del proceso para obtener un permiso de importación puede variar considerablemente.

Para obtener un permiso de importación, el importador debe ofrecer pruebas de que el producto se ha producido de conformidad con los requisitos de producción equivalentes a los establecidos en el artículo 6, que las medidas de control son tan eficaces como las establecidas en los artículos 8 y 9, y que las medidas de control son aplicadas efectiva y permanentemente. La equivalencia entre los métodos de producción en la CE y los del país exportador se documenta mediante la utilización de organismos de certificación que tienen normas por lo menos equivalentes a los de la CE o un programa de certificación que garantice la certificación en base a normas equivalentes a las de la CE.

En general, los criterios que se utilizan para conceder un permiso de importación están pasando de la evaluación a nivel de producción a la aprobación de los acuerdos de certificación, incluidos los organismos de certificación. Con objeto de garantizar la equivalencia en la eficacia de las medidas de inspección y certificación, los organismos de certificación de un tercer país deben satisfacer los requisitos de las normas EN 45011 o la directriz 65:1996 de la ISO/CEI.

3.2.5 PRECIOS

Los precios van variando mucho con el tiempo, debido a las tendencias estacionales de la producción (y el consumo), pero también de un mercado a otro dentro del mismo país. Algunas muestras no representativas de precios minoristas indican que los sobreprecios con respecto a los precios convencionales oscilan por lo general entre 20 y 40 por ciento, pero las diferencias de precio suelen superar ese margen. El sobreprecio se debe en parte a las diferencias de los costos de producción y distribución.

Se considera que los grupos de consumidores están dispuestos a pagar un cierto sobreprecio por los alimentos orgánicos. En muchos países, la mayoría de los consumidores está dispuesta a pagar un 20 por ciento más que por los productos convencionales. Las ventas orgánicas a través de supermercados constituyen el sistema de distribución más rápido en la mayoría de los mercados. Algunas fuentes afirmaron que los consumidores que compran productos orgánicos en los sistemas minoristas convencionales (por ejemplo los supermercados) difieren algo de otros consumidores orgánicos en el sentido de que las consideraciones ambientales influyen menos a la hora de comprar productos orgánicos. Las compras efectuadas por consumidores con menor conciencia ambiental dan pábulo a la expectativa de que en los próximos años bajen los sobreprecios.

4. TEMAS ADJUNTOS

4.1 FERIAS INTERNACIONALES

NATURAL PRODUCTS EXPO EUROPE 2005 CONFERENCE AND EXHIBITION

País: Holanda

Ciudad: Ámsterdam

Fecha: 15 de Junio de 2005 hasta el 16 de Junio de 2005

Frecuencia: Anual

Abierto para: El público

Organizador: Natural Products Expo Europe

BIOFACH AMERICA 2005- ORGANIC PRODUCTS EXPO

País: Estados Unidos

Ciudad: Washington

Lugar: Washington Convention Center

Fecha: 15 de Septiembre de 2005 hasta el 18 de Septiembre de 2005

Frecuencia: Anual

Abierto para: El público

Organizador: Nürnberg Global Fairs GmbH en co-operación con OTA - Organic Trade Association y New Hope Natural Media

THE IFT ANNUAL MEETING + FOOD EXPO 2005

País: Estados Unidos

Ciudad: New Orleans

Lugar: Ernst N. Morial Convention Center

Fecha: 17 de Julio de 2005 hasta el 19 de Julio de 2005

Frecuencia: Anual

Abierto para: Profesionales

Organizador: Institute of Food Technologists

HI HEALTH INGREDIENTS JAPAN 2005

País: Japón

Ciudad: Tokio

Fecha: 05 de Octubre de 2005 hasta el 07 de Octubre de 2005

Horario: 10:00-17:00

Frecuencia: Anual

Abierto para: Publico

Organizador: The Japan Health Industry News Co. Ltd.

NATURAL PRODUCTS EXPOASIA 2005 4a edición - Exposición Internacional de Productos Naturales

País: China, Hong Kong

Fecha: 30 de Noviembre de 2005 hasta el 02 de Diciembre de 2005

Frecuencia: Anual

Abierto para: compradores, comerciantes y publico general

Organizador: Penton Media.

EXPO WEST 2006 - Feria Internacional de Productos Naturales y Orgánicos

País: Estados Unidos

Ciudad: Anaheim

Fecha: 23 de Marzo de 2006 hasta el 26 de Marzo de 2006

Lugar: Anaheim Convention Center

Frecuencia: Anual

Abierto para: compradores, importadores, mayoristas, responsables de cadenas de negocios naturales y/o orgánicos

Organizador: New Hope Natural Media

ORGANIC PRODUCTS EUROPE 2006

País: Londres, Reino Unido

Fecha: 17 de Abril de 2006 hasta el 18 de Abril de 2006

Lugar: Olympia London Centro de Exposiciones

Frecuencia: Anual

Abierto para: Publico

Organizador: Full Moon Communications

4.2 CONTACTOS DE INTERES

BIOVERI

País FRANCIA

Teléfono 33143421622

Representante DIEGO GARCÍA

Fax 33153020083

Cargo: REPRESENTANTE EN FRANCIA

Fuente SECTORIAL BANANO Y ORGÁNICOS

E-mail diego@brochenin.com

4.3 ANALISIS FODA

FORTALEZAS

- Bajo costo unitario.
- Calidad tanto nutritiva y de sabor comprobada.
- Producto diferenciado con valor agregado
- Se produce sin aplicar productos químicos utilizando métodos biológicos que protegen el suelo y el agua
- Certificación Internacional Orgánica
- Alimentos saludables para el consumidor preocupado por su salud y el medio ambiente
- Eleva la productividad de los sistemas agrícolas de bajos insumos.
- Reducir los costos de producción debido al ahorro en la no utilización de productos químicos importados
- Resistente a la Sigatoca Negra.
- Personal técnico preparado dentro del campo
- Producción disponible todo el año

OPORTUNIDADES

- El precio es mayor que el orito convencional entre el 30% y el 100%
- La demanda de productos orgánicos ha creado nuevas oportunidades de exportación para el mundo en desarrollo
- Crear nuevos productos con valor agregado, además del hecho de ser orgánicos, tales como puré de orito orgánico, snacks elaborados con oritos orgánicos, jugos, mermeladas, etc.
- La demanda es menor a la oferta
- El mercado internacional está establemente creciendo. Se calcula que seguirá creciendo en EEUU, EU y Japón

DEBILIDADES

- El mercado de orito es aún pequeño por su condición de fruta tropical.
- Falta más personal técnico para dar apoyo logístico de las haciendas
- Contar con servicios navieros más rápidos y menos costosos

AMENAZAS

- El nuevo régimen de importación de banano de la UE afecte directamente en el mercado del orito tanto convencional como orgánico.
- Los comercializadores tradicionales de productos fresco convencionalmente producidos controlen la cadena de distribución de productos frescos orgánicos tales como el orito.
- La logística seguirá siendo una amenaza en tanto y cuanto dependamos 100% en escasas rutas de transporte a mercados internacionales; además de no contar con rutas más rápidas y frecuentes.
- Existe un paradigma sobre el precio a productos orgánicos. En un mediano plazo, el precio de orgánicos podría bajar (no al mismo nivel aún de productos convencionales); pero afectaría las ganancias finales.
- Debido a que la industria de orgánicos se encuentra en pleno cambio y consolidación, pueden presentarse factores externos que debiliten la industria nacional de orgánicos.
- Una gran amenaza que se encuentra aún en expectativa, se refiere a la barrera de ingresar a nuevos mercados debido a certificación de productos orgánicos. Esto puede significar un bloqueo a las exportaciones de orito orgánico.