



CONSEJOS ASESORES

CONSEJO REGIONAL PATAGONIA

Documento generado en el marco de la Mesa Técnica: Diversificación de la Producción Orgánica Patagonia. Diciembre 2021.

CARACTERIZACIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL AGREGADO DE VALOR A LA CADENA GANADERA OVINA (PRODUCTOS LANA-TEXTILES Y CARNE) CON CERTIFICACIÓN ORGÁNICA EN PATAGONIA

Objetivo de trabajo: caracterizar la situación actual del agregado de valor en la cadena de valor ganadera ovina con certificación orgánica en Patagonia, para los productos lana y carne, para poder definir acciones tendientes a generar mejoras en la misma.

Objetivos específicos:

- ✓ Obtener información a partir de entrevistas a referentes
- ✓ Ordenar y sistematizar la información obtenida
- ✓ Elaborar conclusiones sobre las incógnitas planteadas
- ✓ Validar las conclusiones resultantes con referentes del sector
- ✓ Evaluar y proponer acciones concretas a realizar tendientes a mejorar o impulsar el agregado de valor en esta cadena para los productos lanar-textil y cárnico

Participantes de la Mesa:

Nombre y apellido	Ministerio / Institución	Provincia
Jessie Hernández Oyarzo	Directora Provincial de Asistencia PyME Ministerio de Producción y Ambiente	Tierra del Fuego
Carolina Hernández	Secretaria de Desarrollo Productivo y PyME. Ministerio de Producción y Ambiente	Tierra del Fuego
Victoria Alazard	Coordinadora Provincial del Programa PROLANA. Ministerio de Producción y Ambiente	Tierra del Fuego
Pablo Rossi	Ministerio de la Producción, Comercio e Industria	Santa Cruz
Emilia Larrosa	Dirección de Desarrollo Agrícola. Consejo Agrario Provincial	Santa Cruz
Mariela Teixe	Directora General de Fruticultura y Horticultura. Ministerio de Producción e Industria	Neuquén
Pablo De Azevedo	Subsecretario de Fruticultura. Ministerio de Producción y Agroindustria	Río Negro
Federico Guevara	Asesor para el Plan Ovino y Caprino Provincial. Ministerio de Producción y Agroindustria	Río Negro





CONSEJOS ASESORES

CONSEJO REGIONAL PATAGONIA

Néstor Nápoli	Director General de Agricultura Ministerio de Agricultura, Ganadería, Industria y Comercio	Chubut
Ariel Aguirre	Director General de Ganadería Ministerio de Agricultura, Ganadería, Industria y Comercio	Chubut
Verónica Iannini	Subsecretaria de Ganadería Ministerio de Agricultura, Ganadería, Industria y Comercio	Chubut
Josefina Winter	INTI. Coordinadora Mesa Técnica. Responsable del Dpto. Alimentos y Bebidas de la Patagonia. Referente tema orgánicos en Patagonia	Patagonia
Magalí Gastaldo	INTI. Coordinadora Mesa Técnica. Dpto. Alimentos y Bebidas de la Patagonia	Patagonia
Karina Bidegain	INTI. Dirección de Planeamiento y Comercialización	Parque Tecnológico Miguelete

Actividades

A. Relevamiento de información mediante entrevistas a referentes:

- Referentes de certificadoras de orgánico/Cámara de certificadoras (CACER)
- Referentes de los gobiernos provinciales distintos a los referentes de esta mesa, en caso de ser necesario, por ejemplo, de áreas de producción ganadera
- Productores primarios ganaderos
- Empresas/establecimientos procesadores de producto (mataderos, frigoríficos, peínaduras, otros)
- Referentes de comercio exterior (gobiernos provinciales, nacional, privados)

Entrevistados:

Nombre y apellido	Referente en /dedicación /incumbencia
Pedro Landa	Fundador y Director Técnico Certificadora OIA
Ariel Aguirre	Director General de Ganadería, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Industria y Comercio, Gobierno de la Provincia de Chubut
Verónica Iannini	Subsecretaria de Ganadería, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Industria y Comercio, Gobierno de la Provincia de Chubut
Milagros Allona	Federación Lanera Argentina
Aranzazu Lentini Ordoqui	Coordinación Nacional Programa PROLANA
Facundo Soria	Responsable del Área de Producción Orgánica del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, coordinador de la Comisión Asesora para la Producción Orgánica
Analía Marino	Programa PROLANA. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación





CONSEJOS ASESORES

CONSEJO REGIONAL PATAGONIA

Información consultada a los entrevistados, para el objetivo propuesto:

AGREGADO DE VALOR A LA LANA

Demanda y mercados: Existencia de demanda de prendas textiles de lana ovina certificada orgánica en mercados extranjeros. Cantidades (prendas/año) aproximadas demandadas. Reconocimiento de la normativa orgánica de Argentina en el mercado extranjero, por sí sola, y en relación a otras certificaciones de producto. Existencia de reconocimiento de la certificación en el pago del producto. Principales mercados demandantes. Existencia de requisitos limitantes particulares en algunos mercados que estén impidiendo el ingreso de lana certificada orgánica argentina.

Costos de producción y de comercialización

Conocimiento de los costos de producción de lana certificada, y su diferencia con la de producción convencional. Costos extras en la comercialización de lana certificada (que no los tiene la carne convencional). Conocimiento de los costos de producción de prendas textiles de lana ovina certificada, y su diferencia con la de producción convencional.

Producción de lana ovina certificada en Patagonia:

Existencia actual de establecimientos certificados que procesen lana desde esquila a peinado, por provincia patagónica (por sí o no, cantidad, nombre de empresa, y/o ubicación y datos de contacto). Existencia de establecimientos que hayan estado certificados en algún momento por provincia patagónica (por sí o no, cantidad, nombre de empresa, y/o ubicación y datos de contacto). Cantidades (kg, toneladas/año) aproximadas producidas bajo certificación (cantidades según en su estado final: lana sucia, lavada y cardada y peinada). Cantidades (kg, toneladas/año) aproximadas de lana que pierde la certificación en etapas de esquila a peinado. Motivos de la "pérdida de certificación" de la lana en esta etapa.

Producción de prendas textiles de lana ovina certificada en Patagonia:

Existencia de establecimientos de hilandería, de tejeduría y de confección certificados por provincia patagónica.

Dificultades para sostener la certificación:

Dificultades con la normativa, técnicas-tecnológicas, de logística y transporte, en operaciones para la comercialización, otras.





CONSEJOS ASESORES

CONSEJO REGIONAL PATAGONIA

Hipótesis:

- A. Los productos textiles lanares certificados no son demandados en el mercado externo y/o interno
- B. La normativa orgánica de Argentina no avanza sobre la definición de las prácticas orgánicas para la producción textil, lo cual dificulta la certificación
- C. La certificación orgánica no es valorada en el mercado para este tipo de productos
- D. No hay en Patagonia, y/o en el resto del Argentina, establecimientos de hilandería, tejeduría, y confección con certificación o con interés de acceder a la misma

AGREGADO DE VALOR A LA CARNE

Demanda y mercados:

Existencia de demanda de carne ovina certificada orgánica en mercados extranjeros (si no existe demanda para carne ovina, ¿existe para vacuna?). Cantidades (kg, toneladas/año) aproximadas demandadas. Existencia de reconocimiento de la certificación en el pago del producto. Principales mercados demandantes. Existencia de requisitos limitantes particulares en algunos mercados que estén impidiendo el ingreso de carne certificada orgánica argentina.

Costos de producción y de comercialización

Conocimiento de los costos de producción de carne certificada, y su diferencia con la de producción convencional. Costos extras en la comercialización de carne certificada (que no los tiene la carne convencional).

Producción de carne ovina certificada en Patagonia:

Existencia actual de establecimientos de faena y frigoríficos certificados por provincia patagónica (por sí o no, cantidad, nombre de empresa, y/o ubicación y datos de contacto). Existencia de establecimientos que han estado certificados en algún momento por provincia patagónica (por sí o no, cantidad, nombre de empresa, y/o ubicación y datos de contacto). Cantidades (kg, toneladas/año) aproximadas producidas bajo certificación. Cantidades (kg, toneladas/año) aproximadas de carne que pierde la certificación en etapa de faena (animales en pie con certificación y animales faenados sin certificación). Motivos de la “pérdida de certificación” del ganado en etapa de faena.

Dificultades para sostener la certificación:

Dificultades con la normativa, técnicas-tecnológicas, de logística y transporte, en operaciones para la comercialización, otras.





CONSEJOS ASESORES

CONSEJO REGIONAL PATAGONIA

Hipótesis:

- E. La carne ovina certificada no es demandada en el mercado externo y/o interno
- F. Los costos de producción y/o certificación orgánica de la carne ovina no permiten ser competentes
- G. Las prácticas orgánicas en establecimientos de faena y desposte que también procesan ganado convencional tienen dificultades y/o falta de interés para sostener ambos tipos de producciones

B. Sistematización de la información obtenida en las entrevistas

SITUACIÓN A NIVEL PAIS Y EN CADA PROVINCIA DE LA PATAGONIA:

Según el "Informe Microeconómico Nro. 80 del 19 de abril de 2021, Ganadería Ovina: panorama del negocio ganadero ovino", publicado por el Movimiento CREA con datos obtenidos del SENASA, en Chubut y Santa Cruz se desarrolla el mayor % de la ganadería ovina de nuestro país, con el 46,3% del stock nacional (Chubut 27,3% y Santa Cruz 19%) y el resto se distribuye de la siguiente forma: Buenos Aires 14,6%, Río Negro 7,8%, Corrientes 7,1%, Entre Ríos 4,1%, Córdoba 2,6%, Jujuy 2,5%, Tierra del Fuego 2,2%, La Pampa 2,1% y Neuquén 1,3%.

Para Patagonia, la composición de estos % pueden observarse con mayor detalle en las siguientes tablas, *Estratificación de establecimientos con existencias ovinas según tamaño de la majada en provincias patagónicas a marzo de 2021*, y *Existencias ovinas totales en las provincias patagónicas*, elaboradas en base a los datos publicados por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca en su página oficial (https://www.magyp.gob.ar/sitio/areas/d_ovinos/estadistica/existencias/index.php), y que son generados por el Ministerio en base a información de la Dirección de Control de Gestión y programas Especiales de la Dirección Nacional de Sanidad Animal del SENASA:

Estratificación de establecimientos con existencias ovinas según tamaño de la majada en provincias patagónicas a marzo de 2021

Provincia	Hasta 100			Entre 101 y 500			Entre 501 y 1.000			Entre 1.001 y 5.000			Mas de 5.000		
	E	UP	TO	E	UP	TO	E	UP	TO	E	UP	TO	E	UP	TO
CHUBUT	1.061	1.127	47.654	897	1.135	219.908	366	472	272.122	732	836	1.582.771	122	139	1.209.850
NEUQUEN	646	686	24.816	313	492	66.332	32	151	21.573	22	398	41.501	3	193	25.435
RIO NEGRO	1.158	1.235	50.727	1.095	1.449	264.330	288	426	200.964	202	284	408.415	18	23	167.904
SANTA CRUZ	102	103	4.672	97	101	25.893	55	57	40.485	245	255	638.601	149	174	1.825.991
TIERRA DEL FUEGO	25	25	791	14	14	3.056	4	4	2.668	3	3	7.529	13	13	321.389
Total	2.992	3.176	128.660	2.416	3.191	579.519	745	1.110	537.812	1.204	1.776	2.678.817	305	542	3.550.569

Referencias: E: Establecimientos UP: Unidades productivas TO: Total de Ovinos





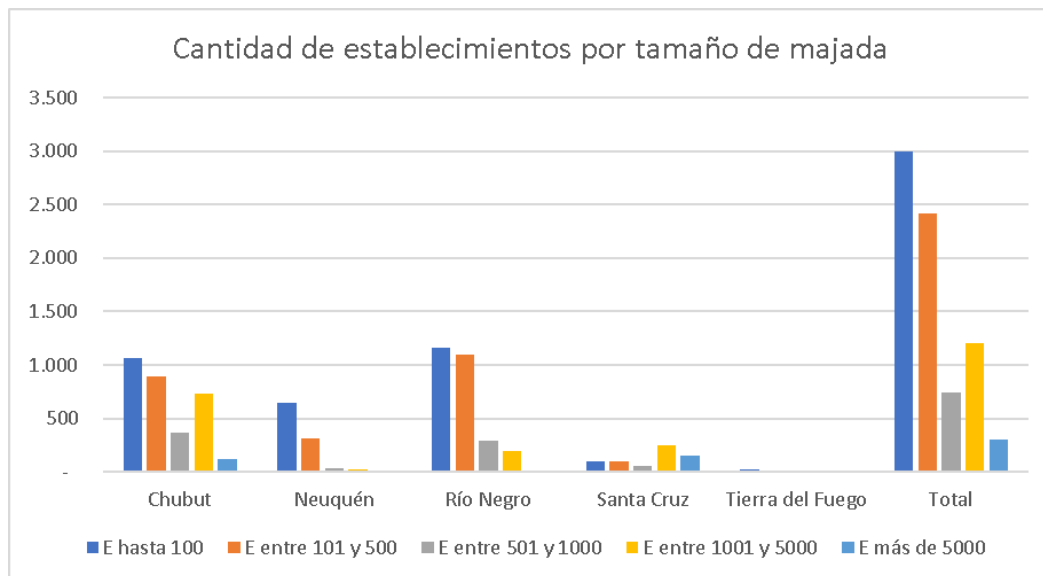
CONSEJOS ASESORES

CONSEJO REGIONAL PATAGONIA

Existencias ovinas totales en las provincias patagónicas en 2021

Provincia	Establecimientos	Cantidad de UP	Total Ovinos
CHUBUT	3.178	3.709	3.332.305
NEUQUEN	1.016	1.920	179.657
RIO NEGRO	2.761	3.417	1.092.340
SANTA CRUZ	648	690	2.535.642
TIERRA DEL FUEGO	59	59	335.433
Total	7.662	9.795	7.475.377

En el siguiente gráfico se puede observar la distribución de la cantidad de establecimientos por estrato (tamaño de la majada, desde 100 a más de 5000 animales), la cual indica que en general en la región, y en particular en cada provincia, menos en Santa Cruz, predominan los establecimientos más pequeños, con 100 a 500 animales.



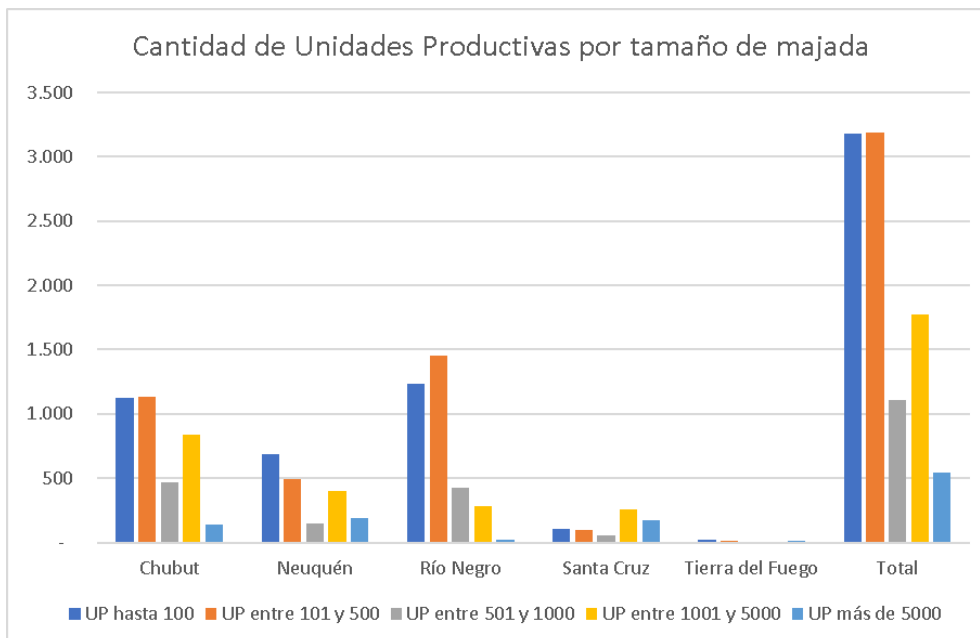
La tendencia es similar en la distribución de Unidades Productivas por tamaño de majada, lo cual se refleja en el gráfico siguiente:





CONSEJOS ASESORES

CONSEJO REGIONAL PATAGONIA



El informe del Movimiento CREA antes mencionado indica que, en lo referido al objetivo de los establecimientos que realizan actividad ovina, en la región Patagonia el 67% de los predios persiguen un objetivo productivo-comercial. A su vez, en los establecimientos con objetivo productivo-comercial, la principal orientación es la mixta (lana y carne combinada), en segundo lugar, en Patagonia prepondera la dedicación exclusivamente a la lana, siendo apenas 4% las empresas que se orientan exclusivamente a la carne.

De acuerdo al Informe "Situación de la Producción Orgánica en la Argentina durante el año 2020" del SENASA (marzo 2021), el total de cabezas de ovinos bajo seguimiento orgánico en las provincias de la Patagonia se compuso de la siguiente manera:

Provincia	Total de ovinos (cabezas)
Chubut	397.112
Neuquén	0
Río Negro	43.922
Santa Cruz	432.990
Tierra del Fuego	149.468
Total	1.023.492

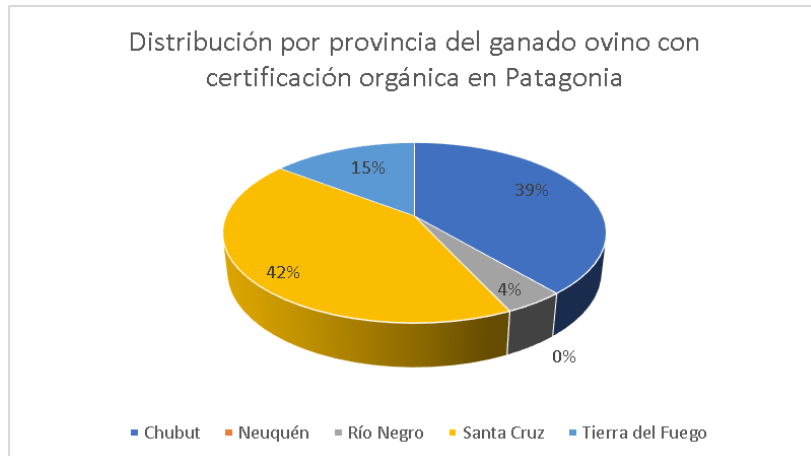




CONSEJOS ASESORES

CONSEJO REGIONAL PATAGONIA

En porcentajes, esa distribución es la siguiente:



La tendencia es acorde a los números de producción generales: las provincias con mayor % de animales certificados son Santa Cruz y Chubut, provincias que lideran el ranking de producción total.

De acuerdo al informe de SENASA, la cantidad de cabezas de ganado ovino orgánico continuó subiendo, siendo el del año 2020 el mayor stock de los últimos 10 años. El aumento se observó principalmente en la provincia de Santa Cruz.

En relación a la superficie destinada a la producción orgánica animal, el mencionado informe indica que la superficie bajo seguimiento para la ganadería orgánica, en el último período se incrementó un 24%, registrándose en el año 2020 un total de 4.195.053 ha. El 94% de la misma corresponde a la producción ovina orgánica en la región Patagónica. El 98% de la superficie ganadera orgánica bajo seguimiento se concentra en las provincias de Chubut, Santa Cruz, Tierra del Fuego y Río Negro. Se destacó el crecimiento de Santa Cruz y de Río Negro con un 35% y un 74% más que en 2019, respectivamente.

Información del producto lana:

De acuerdo al informe "Estadísticas Laneras" EL 752 (06/2021) publicado por la Federación Lanera Argentina (FLA), elaborado con información recopilada por la propia Federación, la producción de lana en Argentina durante la zafra 2020/2021 fue de 40.677 toneladas sucias. Dentro de este total, en la Patagonia se produjeron 27.426,83 (el 67,4%), siendo la composición por provincia la siguiente: en Chubut 13.339 toneladas, en Neuquén 363,5 toneladas, en Río Negro 3.900, en Santa Cruz 8.730,33 y en Tierra del Fuego 1.094.





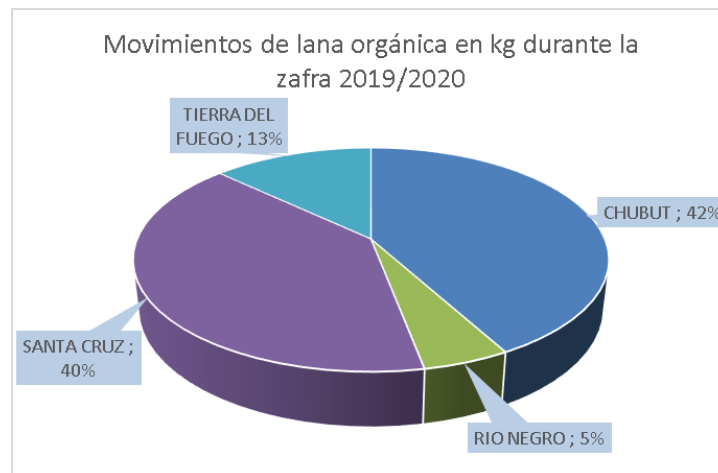
CONSEJOS ASESORES

CONSEJO REGIONAL PATAGONIA

De acuerdo al informe mencionado, entre julio 2020 y junio 2021 las exportaciones de lana en base sucia (toneladas sucias) fueron de 30.257 toneladas, mientras que ese volumen en base limpia (toneladas limpias) fueron por un total de 17.777 toneladas, siendo la distribución por tipo de producto la siguiente: Sucia 33,2%, Lavada 2,4%, Peinada 59,5%, Blousse 4,4%, Subproductos 0,5%, Hilados 0% y Tejidos 0%. Estas exportaciones generaron ingresos por alrededor de 135 millones de u\$d, con la siguiente distribución aproximada por tipo de producto: Sucia 42 millones de u\$d, Lavada 2 millones de u\$d, Peinada 86 millones de u\$d, Blousse 4 millones de u\$d y Subproductos por 290 mil u\$d de ingresos generados, siendo valor 0 el ingreso por Hilados y Tejidos. Los principales mercados fueron Alemania, China, Italia, Perú, Turquía y Uruguay.

En relación a lana con certificación orgánica, de acuerdo a información brindada por la Coordinación del Programa PROLANA, confeccionada según datos del SENASA, el movimiento de lana en kilogramos durante la zafra 2019/2020 en la Patagonia fue de un poco más de 4 millones de kg.

Esa cantidad total la tuvo la siguiente distribución por provincia:



De acuerdo al Informe "Situación de la Producción Orgánica en la Argentina durante el año 2020" del SENASA (marzo 2021), la exportación de lana orgánica cayó un 10% con respecto al año anterior. Los números para 2020 fueron los siguientes:

	Lana sucia (Kg)	Lana peinada (Kg)	Lana lavada (Kg)	Tops de lana (Kg)	Total (Kg)
Exportaciones año 2020	166.075	417.020	13.971	427.660	1.024.726





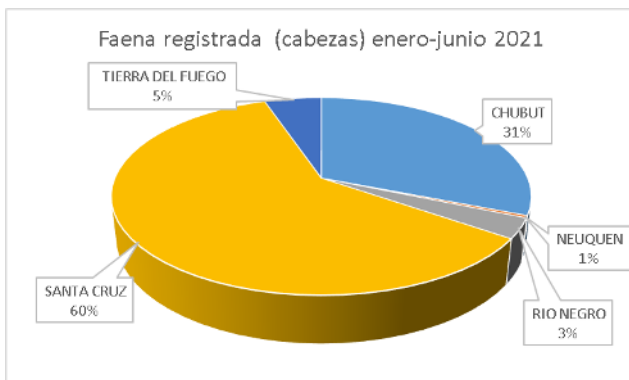
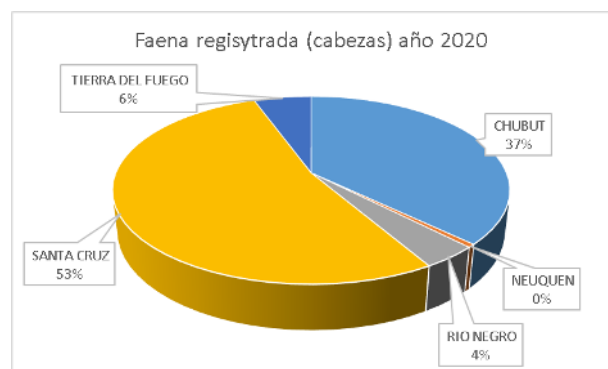
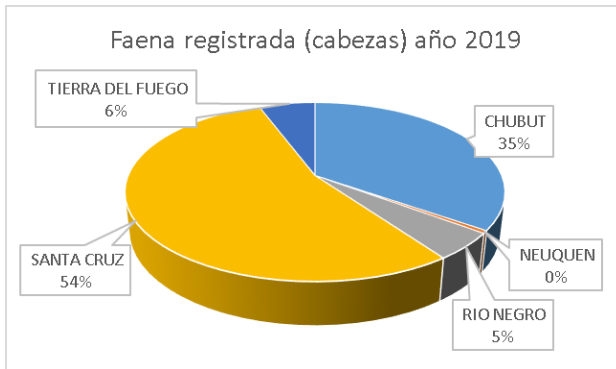
CONSEJOS ASESORES

CONSEJO REGIONAL PATAGONIA

Los destinos fueron Unión Europea (Alemania, Italia, Países Bajos y Turquía), Japón, China y Perú. De acuerdo al mismo informe, en este período se exportaron 12.600 kg de grasa de lana orgánica.

Información general del producto carne:

Según el mencionado documento “Informe Microeconómico Nro. 80 del 19 de abril de 2021, Ganadería Ovina: panorama del negocio ganadero ovino” publicado por el Movimiento CREA, la faena de ovinos en Argentina presentó alzas y bajas en el número de cabezas faenadas en la última década, registrando una leve tendencia de crecimiento en el período 2016-2020, donde la faena de ovinos se estabilizó entre 900 a 950 mil cabezas por año. De acuerdo al informe “Principales indicadores del sector ovino junio 2021” del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, en Patagonia, la producción total de los últimos años fue a siguiente: en el año 2019, se faenaron 777.876 cabezas (el 85% del total del país), en el año 2020 fueron 809.400 cabezas (el 86% del total del país), mientras que de enero a junio de 2021 se faenaron 508.834 cabezas de ganado ovino (el 87% del total del país). Esos valores se distribuyen en cada provincia de la siguiente forma:





CONSEJOS ASESORES

CONSEJO REGIONAL PATAGONIA

Año 2019	Faena Registrada	Año 2020	Faena Registrada	Año 2021 enero - junio	Faena Registrada
CHUBUT	269.872	CHUBUT	300.238	CHUBUT	157.652
NEUQUEN	3.704	NEUQUEN	4.369	NEUQUEN	1.842
RIO NEGRO	38.244	RIO NEGRO	31.615	RIO NEGRO	16.804
SANTA CRUZ	421.608	SANTA CRUZ	428.075	SANTA CRUZ	305.955
TIERRA DEL FUEGO	44.448	TIERRA DEL FUEGO	45.103	TIERRA DEL FUEGO	26.581
TOTAL	777.876	TOTAL	809.400	TOTAL	508.834

El mismo informe "Informe Microeconómico Nro. 80 del 19 de abril de 2021, Ganadería Ovina: panorama del negocio ganadero ovino" publicado por el Movimiento CREA indica que el consumo de carne ovina en Argentina ha registrado un descenso en los últimos diez años, desde 1,86 kg/hab/año en 2009 hasta llegar a 1,06 kg/hab/año. Estos valores son muy bajos en comparación al consumo del resto de las carnes: el promedio, de consumo por hab/año de la carne vacuna es de 57,4 kg, aviar 40,5 kg, y 11,1 kg de porcina.

Si bien el consumo viene en descenso, el mercado interno es de suma relevancia para el sector. En el promedio del 2009 a 2020, el 94% de la oferta se destinó al consumo local, y el porcentaje restante a exportación. A febrero de 2021 el volumen acumulado exportado (654 toneladas) está dentro de los más altos registrados en la década (el máximo es 1.184 toneladas en 2010).

En el informe "Situación de la Producción Orgánica en la Argentina durante el año 2020", del SENASA (marzo 2021) se destaca el aumento de las exportaciones de carne ovina, aunque con un pequeño volumen aún. Concretamente se exportaron 18 toneladas a Francia.

INFORMACIÓN RELEVANTE SURGIDA DURANTE LAS ENTREVISTAS y Reflexiones, vacancias, acciones posibles de llevar adelante (R-V-A).

COSTOS DE PRODUCCIÓN Y DE CERTIFICACIÓN

-No hay datos públicos de costos de producción primaria convencional y costos de producción primaria bajo certificación orgánica. De forma estimada, los costos de la producción orgánica en la etapa industrial (desde el lavado hasta obtener el top) se calculan en un 5% adicional en comparación al producto convencional.

-No hay datos públicos de precios de venta de lana convencional y/o lana orgánica, publicados en Argentina como país vendedor, ni por otros países como compradores. El ser orgánico en nuestro país tiene un beneficio impositivo del 0,5% adicional en los reintegros. El exportador vende el producto con aproximadamente un 10% más sobre el valor del producto convencional.





CONSEJOS ASESORES

CONSEJO REGIONAL PATAGONIA

R-V-A: Si bien no hay datos públicos que comparen los costos de producción ovina convencional con producción ovina bajo prácticas orgánicas, la diferencia no sería significativa. Es muy posible que los mayores costos de un emprendimiento ovino que quiera lograr la certificación orgánica estén principalmente en las inversiones para la adecuación de sus instalaciones necesarias para cumplir con los requisitos.

Al no contar con datos de costos de producción ovina orgánica y datos de valores de venta de lana orgánica, los productores de forma individual, o los asesores técnicos de los gobiernos provinciales y otros organismos públicos, carecen de una parte muy importante de la información que les permitiría poder comparar y evaluar volcarse a una producción orgánica. Además, esta información contribuiría a garantizar la transparencia en los precios y que los beneficios de un producto diferenciado con la certificación, también llegue al productor. Se evidencia la importancia de contar con este tipo de información. De abordarse este tema, se deberá tener en cuenta que los costos de producción en Patagonia son muy variables, dependen del área agroecológica y tipo de productor principalmente (sistema productivo y escala). En todos los sistemas productivos se debería priorizar el uso sustentable de los recursos naturales, el bienestar animal, y el resto de las buenas prácticas agropecuarias, para facilitar las futuras transiciones de los sistemas productivos. Estas características se deberían considerar para la generación de datos de costos de producción.

Poder contar local y regionalmente con personal capacitado para realizar asesorías para la implementación de prácticas orgánicas, así como intensificar el trabajo con las organizaciones formales de productores para fortalecer las ventas conjuntas de productos de alta calidad certificada, y fomentar prácticas que permitan nuevos acuerdos comerciales podrían generar un impacto positivo en la reducción de los costos de producción ovina certificada.

-Argentina es tomadora de precios; los países que construyen los precios son Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica. El mercado lanero argentino no es un mercado transparente.

-Los costos de la certificación en sí misma (el pago de la inscripción anual, los costos de las auditorías de certificación y seguimiento -honorarios del auditor, viáticos y traslados-, y el costo transaccional, que es el 1% del del monto implicado en la comercialización) son elevados para ser afrontados por los productores de perfil más chico.

R-V-A: Debido a la propia extensión de la región patagónica y a las características mismas de esta cadena de producción, la cual se desarrolla en grandes superficies de tierra, muy alejadas de centro urbanos y en lugares difícil de acceder en algunos casos, los traslados y viáticos de auditores se incrementan debido al tiempo que de demanda recorrer esas distancias y con esas dificultades, derivando en costos que son difíciles de afrontar por pequeños productores. Los mayores costos a afrontar serían entonces los costos de movilidad y de viáticos.





CONSEJOS ASESORES

CONSEJO REGIONAL PATAGONIA

Una alternativa que permitiría solventar esta situación, sería acceder a la certificación mediante una Certificación Pública (estado nacional, estados provinciales), la cual está permitida por la normativa argentina.

Otra posibilidad sería mediante Sistemas Internos de Control, aunque no está contemplado en nuestra normativa. Si bien no sería difícil abordar un cambio en la normativa, para impulsar este sistema de certificación debería existir una gestión asociativa muy fuerte y madura, capaz de abordar la autogestión de la calidad de forma sólida y confiable, y estar legalmente constituidos.

Otra posibilidad sería lograr contar en cada provincia con un staff de profesionales con adecuada formación e independientes, capaces de llevar adelante auditorías de certificación, y que sean reconocidos y convocados por las certificadoras. Al residir en cercanía, los costos de traslados y de viáticos se reducirían. Esta iniciativa también impactaría generando trabajo para técnicos y profesionales en la región.

POSIBLES DIFICULTADES PARA OBTENER LA CERTIFICACIÓN ¿HAY PROBLEMAS O LOS PUEDE HABER A FUTURO?

-Uso de la cipermetrina (para combatir al melófago -mosca que parasita al ganado ovino-): en nuestro país está permitido por la ley orgánica nuestra, pero no por la normativa de Estados Unidos, ya que no acepta productos de síntesis. Hoy no se puede exportar a EEUU lana certificada hasta no sortear esa problemática.

R-V-A: Se evidencia la necesidad de reemplazar productos de síntesis autorizados por la normativa argentina pero no autorizados por normativa de otros países.

-Uso de la ivermectina: la normativa argentina no permite el uso de este antiparasitario de amplio espectro. Y en producción convencional está siendo utilizado cada vez con mayor concentración debido a la resistencia de las plagas al producto; se ha llevado la concentración permitida del 1 al 3,15%, y no estaría evaluado qué residuo quedaría en la lana ni en el ambiente.

R-V-A: Se evidencia la necesidad de reemplazar productos utilizados para la sanidad animal que no están autorizados para el uso en producciones bajo prácticas orgánicas por la normativa argentina.

-Forrajes para suplementación: en algunos casos, dependiendo de la región de producción, puede ser difícil conseguir forraje que no esté genéticamente modificados (principalmente el maíz y alfalfa).

Se evidencia la necesidad de contar con iniciativas y acciones para garantizar este recurso.





CONSEJOS ASESORES

CONSEJO REGIONAL PATAGONIA

NORMATIVA

-Argentina es el único país que tiene una norma oficial que aborda hasta la producción del top de lana orgánica. La norma europea no contempla la lana como fibras, no llega al top de lana, sólo lo hacen las normas privadas Global Organic Textile Estándar (GOTS).

R-V-A: Se resalta como una fortaleza.

LANA. DEMANDA Y MERCADOS INTERNACIONALES

-Argentina exporta lana orgánica desde hace aproximadamente 20 años. Con la producción actual de lana orgánica se está satisfaciendo todo el producto demandado al país. Si se contara con un 5% más del volumen actual, se podría pasar a ser competidor de Uruguay.

R-V-A: Esto caracteriza la situación actual de la demanda, base para el potencial crecimiento de la misma.

-Se espera una tendencia a incrementarse la demanda de lana con certificación orgánica dada por las elecciones de consumo de las nuevas generaciones con conciencia para el cuidado del ambiente, del cuidado de su salud, y en contra del maltrato animal.

R-V-A: Ante esta potencial situación, se evidencia la importancia de que la nación y las provincias trabajen en fortalecer y ampliar las políticas públicas para la sensibilización de los consumidores y la concientización de los productores para la obtención de productos de mejor calidad, que se adecuen a las demandas de los nuevos mercados.

-La penetración de Argentina en los mercados internacionales no ha sido fuerte a causa de no tener una trayectoria estable, la cual es consecuencia de los vaivenes cambiarios, políticos y de políticas productivas, que se han dado desde el inicio como exportadora de este producto. No ha habido una política de Estado firme sobre esta producción, que permitiera la estabilidad necesaria para que empresas argentinas se inserten fuertemente y se sostengan a lo largo del tiempo.

R-V-A: Se evidencia la necesidad de contar con políticas a largo plazo tendientes dar la estabilidad requerida para la inserción en los mercados extranjeros.

-El mercado extranjero para lana convencional y orgánica está compuesto por casi cuarenta países. El destino primero es Alemania, a partir de donde se redistribuye. China es un importante comprador de lana orgánica, país en el cual se estarían confeccionando prendas destinadas luego a Europa. Otros mercados destino con potencial serían los países árabes.

-La calidad del producto es excelente. Esto es como consecuencia de la calidad de sus recursos naturales, la calidad de su gente/sus productores y de los profesionales.

R-V-A: Esto se destaca como una gran fortaleza.





CONSEJOS ASESORES

CONSEJO REGIONAL PATAGONIA

LANA. DEMANDA INTERNA

-Las estadísticas laneras generadas por la Federación Lanera Argentina indican que en el país se quedan 2800 toneladas, pero es lana que no tiene utilidad textil.

R-V-A: De acuerdo a la información obtenida, de ese volumen de lana que se queda en el país de acuerdo a las estadísticas, al no tener utilidad textil, no se considera como demanda interna. La demanda interna de lana sería muy pequeña, tanto convencional como orgánica. Sin embargo, de acuerdo a lo expresado en párrafos anteriores, esta situación podría modificarse y tender a un incremento incluso en el mercado interno.

LANA. AGREGADO DE VALOR

- La falta de agregado de valor en el país no es por falta de tecnología ni por ausencia de vinculación entre los eslabones de la cadena: no es rentable agregar valor a la lana en el país. Cada eslabón que se le agrega a la cadena, tiene un alto costo productivo, generalmente de índole impositiva, a lo que se le suma el % de retenciones a la exportación, haciendo que el producto no sea competitivo. Hasta los eslabones lana sucia, lana lavada y lana peinada, Argentina llega a ser competitiva. En algunos casos, es más rentable vender sin agregar valor, aun sosteniendo los costos fijos instalados para procesos de lavado y peinado. Hasta el año 2016 hubo una política de cero % de retenciones a los subproductos orgánicos ovinos. Esta excepción de retenciones para esta cadena no impactaba en los números generales en relación a las retenciones del 5% que estaban establecidas para los productos de las economías regionales. No se pudo promulgar la ley de promoción orgánica que le diera carácter de ley al 0% de retenciones.

R-V-A: Se evidencia nuevamente la necesidad de contar con políticas a largo plazo tendientes dar la estabilidad requerida para la inserción en los mercados extranjeros.

-Las 2800 toneladas que quedan en el mercado interno es lana gruesa, de fibra corta, no exportable, de mala calidad, que se utiliza para tapar baches en las calles, o directamente es quemada. Es lana que no tiene utilidad textil.

R-V-A: Habría oportunidades de agregado de valor a la lana de descarte o que no alcanza la calidad para destino textil: se estarían iniciando estudios de lana como aislante en construcciones.

-La grasa de lana es un subproducto que se puede obtener (si se cuenta con la tecnología) del proceso de lavado de la lana. En Argentina hay tres empresas que obtienen grasa de lana, aproximadamente 1100 toneladas por año. Parte de ese producto es orgánico y parte convencional. La mayor parte del producto se exporta a granel. La lanolina que es producida en el país se vende internamente a empresas farmacéuticas, principalmente de capitales extranjeros, pero con laboratorios en el país.





CONSEJOS ASESORES

CONSEJO REGIONAL PATAGONIA

-La grasa de lana que se produce en el país tiene alta calidad debido a las características agroecológicas en las que se cría el ganado ovino.

-La lanolina es uno de los subproductos que se obtienen por refinamiento de la grasa de lana. Su uso es en cosmética y farmacéutica. Se observa un aumento en la demanda de lanolina para uso cosméticos, por las emergentes problemáticas de piel en el mundo.

-No sería competitivo realizar en el país el refinamiento de la grasa de lana hasta la obtención de lanolina para ser exportada a otros países.

-No todas las laneras tienen la tecnología para la separación y obtención de la grasa de lana (la pierden con los efluentes de lavado).

R-V-A: Se evidencia otra oportunidad de agregado de valor dentro de la cada de producción ganadera lanar. La producción en nuestro país de lanolina orgánica y convencional para exportación parecería no ser competitiva debido a los altos costos de producción. Sin embargo, podría explorarse la posibilidad de obtención de otros subproductos, de menor purificación, que sean demandados y que al mismo tiempo su producción pueda ser rentable.

Por otro lado, también sería oportuno explorar la demanda en mercados externos de grasa de lana orgánica. Si bien habría capacidad ociosa de las únicas tres empresas con la tecnología adecuada, la falta de demanda podría deberse a la falta de apertura de nuevos mercados o a la necesidad de trabajar sobre acuerdos comerciales. En el caso de que esa demanda se incrementase, posiblemente implicaría la necesidad de otras empresas laneras de adecuar su tecnología para ser capaces de extraer el subproducto grasa durante el lavado.

CARNE. DEMANDA

-No hay demanda de carne certificada en el mercado interno ni en el mercado extranjero.

-En el caso del Mercado Interno, sucede que los restaurantes y público en general, identifican al cordero Patagónico como un producto natural, por las características agroecológicas del ambiente donde se produce y por su alimentación a base de pastizales naturales, por lo tanto, no ven el sentido de pagar más por un animal certificado y se compra la carne de menor valor económico.

Falta explorar la demanda de mercados externos.

R-V-A: Patagonia tiene capacidad de producir y procesar carne ovina con certificación orgánica; hay ganado certificado y plantas de faena y frigoríficos certificados para trabajar bajo prácticas orgánicas, sin embargo, actualmente esta posibilidad no está disponible en todas las provincias (sólo en Santa Cruz).





CONSEJOS ASESORES

CONSEJO REGIONAL PATAGONIA

Se observan algunas posibles causas por las cuales la exportación del producto certificado no es relevante hasta el momento: no hay o no está detectada la demanda, se dificultan los acuerdos de comercialización, y el diferencial en la venta respecto al producto convencional no es significativo.

Se evidencia la necesidad de explorar mercados externos que demanden carne ovina certificadas, así como la definición de políticas que viabilicen los acuerdos comerciales.

CONCLUSIONES:

Se visualizan oportunidades de acción y necesidades de intervención de parte de distintos actores que permitan sostener y ampliar la producción ganadera ovina con certificación orgánica en Patagonia.

Algunas de esas necesidades y oportunidades se orientan a aspectos directamente de producción primaria o vinculadas a esta parte de la cadena productiva. Estas son:

- ✓ Contar con estudios y datos de costos de producción convencional y bajo certificación.
- ✓ Desarrollar bio-insumos para reemplazar productos de síntesis no autorizados por la normativa de producción orgánica nacional o de países con demanda del producto certificado.
- ✓ Asegurar la disponibilidad de forraje libre de OGM.
- ✓ Fortalecer las ventas conjuntas de productos de alta calidad certificada en organizaciones formalizadas.
- ✓ Fomentar prácticas que permitan nuevos acuerdos comerciales.
- ✓ Contar regionalmente con personal capacitado para realizar asesorías para la implementación de prácticas orgánicas.

Otras oportunidades y necesidades se ubican entre las etapas de producción primaria y las etapas de industrialización. Estas son:

- ✓ Impulsar alternativas para la reducción de los costos de la certificación, como la posibilidad de contar con una Certificación Pública, y la formación de auditores locales.
- ✓ Valorizar subproductos: por un lado, desechos de lana que no tiene destino textil -en este caso, se extendería tanto a la producción orgánica como a la producción convencional-, por otro, el aprovechamiento y/o valorización de la grasa de lana con certificación orgánica.





CONSEJOS ASESORES

CONSEJO REGIONAL PATAGONIA

Por último, algunas de las identificadas son oportunidades y necesidades de definiciones políticas, como:

- ✓ Contar con datos de valores de venta y compra del producto lana.
- ✓ Explorar la existencia de nuevos mercados externos que demanden carne ovina y grasa de lana con certificación orgánica.
- ✓ Generar acciones para la sensibilización de los consumidores sobre los beneficios del consumo de productos orgánicos en el hombre y en el ambiente.
- ✓ Generar acciones para la concientización de los productores para la obtención de productos de mejor calidad, que se adecuen a las demandas de los nuevos mercados.
- ✓ Impulsar condiciones impositivas y regulatorias para favorecer la producción y la comercialización interna y hacia el mercado externo, y asegurar la estabilidad en dichas medidas.

Si bien puede requerir profundizar en algunos aspectos en particular, se observa que las conclusiones obtenidas en este relevamiento de la cadena de producción ovina, podrían ser extrapolables para la cadena caprina.

