Oportunidades de exportación para productos orgánicos

JOSE DANIEL RAMIREZ ARBELAEZ

Gerencia Exportaciones Agroindustria
Bogotá D.C. Julio 2015

PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Contenido

- Cifras y tendencias
- Oferta colombiana
- Retos para el acceso a los mercados internacionales
- Apoyo de ProColombia para exportar alimentos orgánicos

Cifras y tendencias

PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Producción mundial de alimentos

Expansión de tierras cultivables

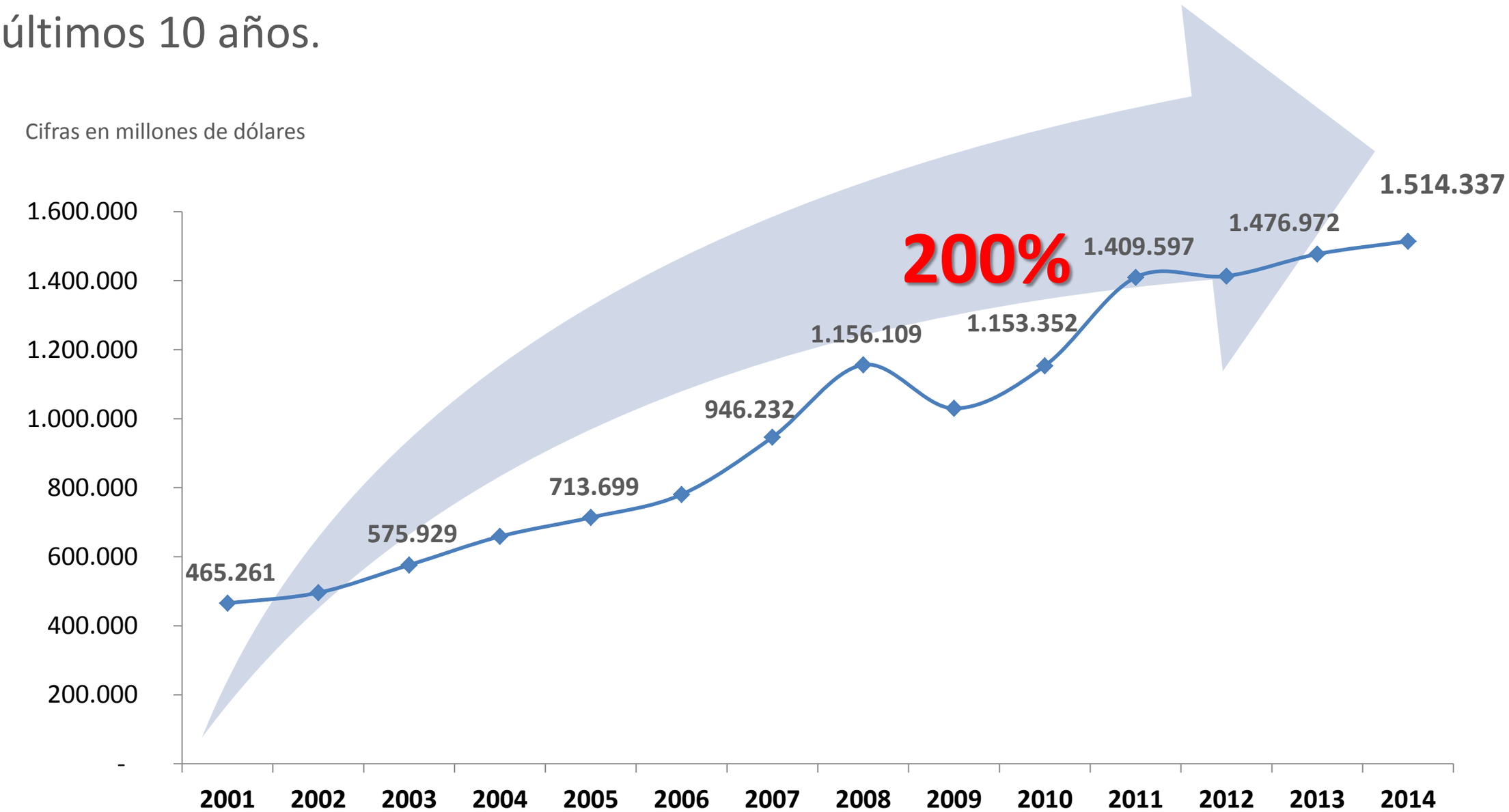
- En 30 años se necesitarán 120 Mill de ha, Colombia cuenta con 14 Mill y sólo usa un 38%

Exigencias en la calidad de los alimentos

- Fortalecimiento de los sistemas de control de calidad e inocuidad e interés en proteger a los consumidores

Evolución histórica de las importaciones mundiales de alimentos

- Las **importaciones mundiales** de alimentos han registrado un comportamiento positivo en los últimos años. Mostrando un crecimiento del **200%** en los últimos 10 años.



Fuente: Trademap

Principales importadores de alimentos Vs alimentos orgánicos

Principales importadores mundiales de alimentos

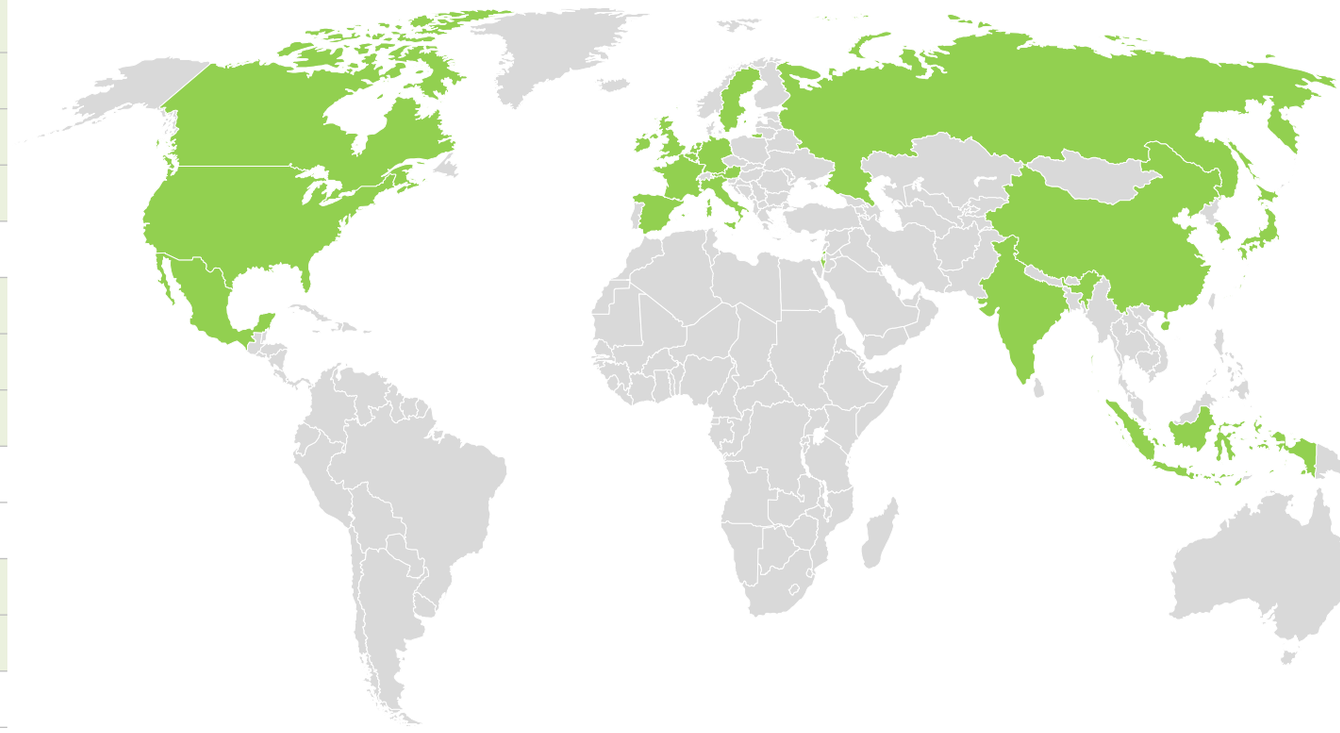
Cifras en millones de dólares

Países	US$ 2014
Estados Unidos	135.217
China	107.196
Alemania	99.835
Japón	70.873
Reino Unido	67.101
Holanda	65.970
Francia	62.215
Italia	50.726
Bélgica	41.024
Rusia	38.210
España	38.140
Canadá	36.884
Corea del Sur	27.860
México	26.480
India	19.391
Polonia	18.090
Suecia	17.477
Indonesia	16.773
Malasia	16.388
Emiratos Árabes Unidos	15.842
Otros	542.646
Total	**1.514.337**

Fuente: DANE

De US $135 billones en alimentos,
US$ 30 billones corresponde a orgánicos*

De US $99 billones en alimentos,
US$ 8,5 billones corresponde a orgánicos*



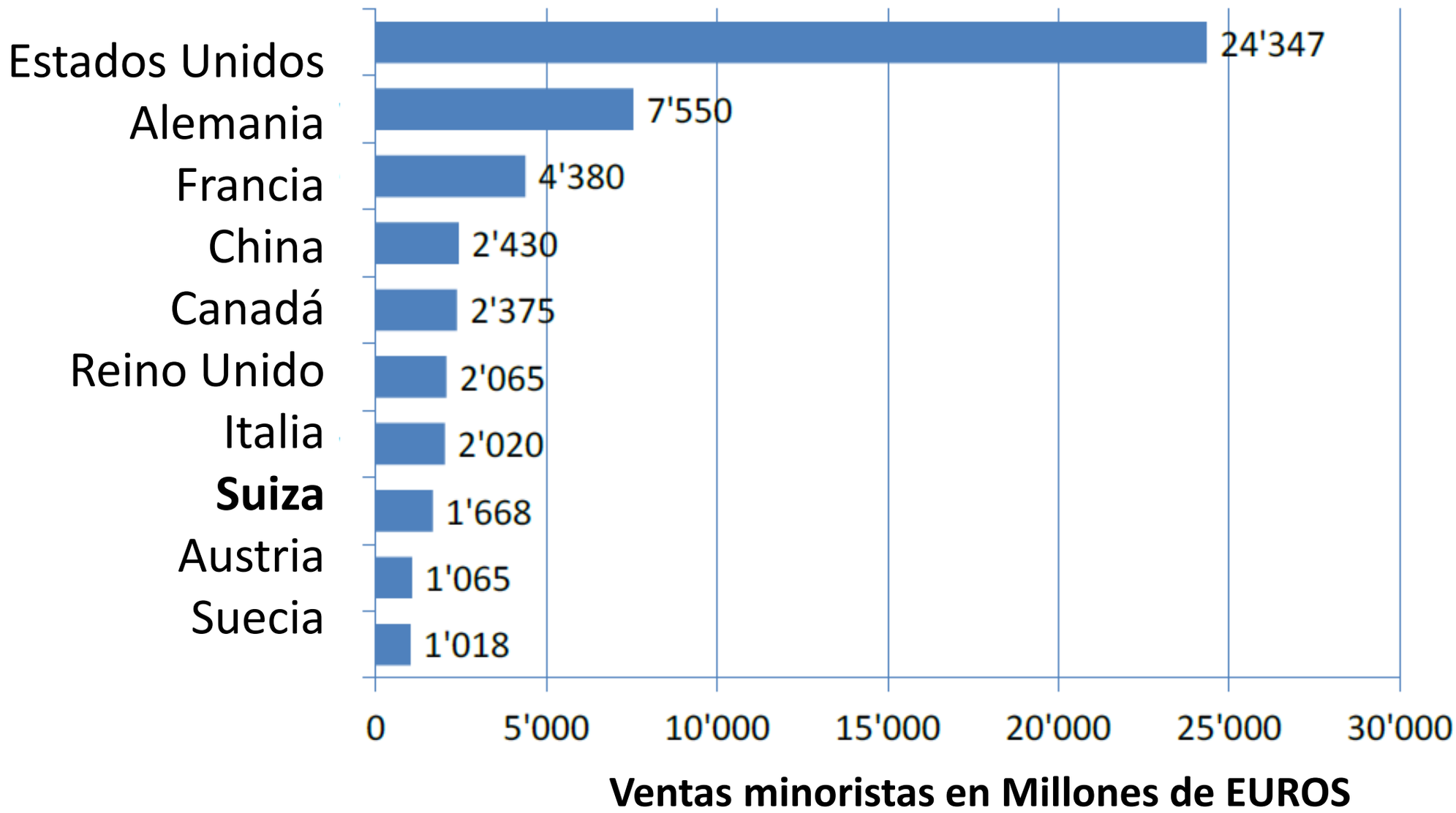
De US $1.514 billones en alimentos,
US$ 72 billones corresponde a orgánicos*

PROCOLOMBIA.CO

*Fuente:FiBL and IFOAM / Organic Monitor

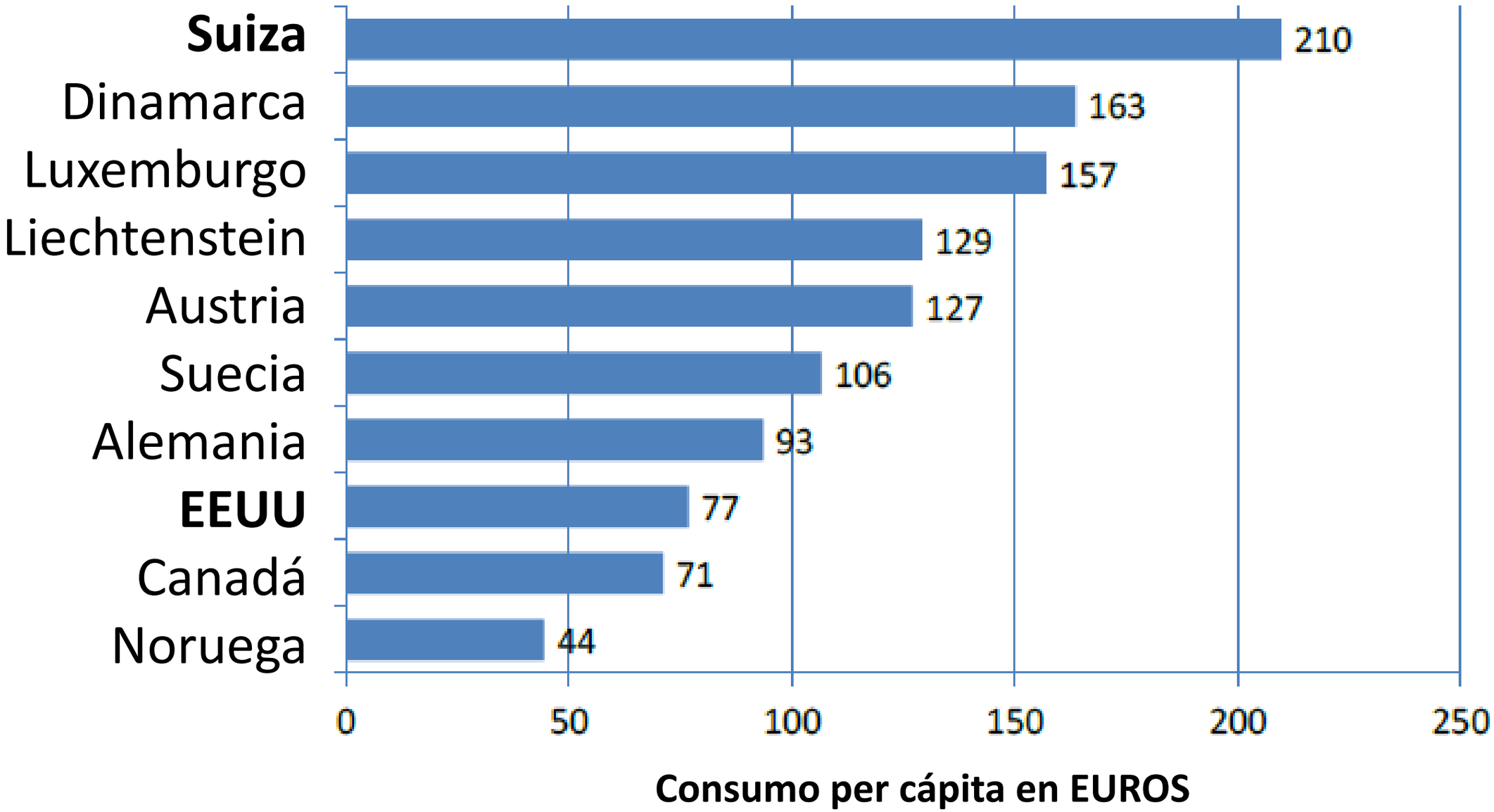
PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Principales mercados mundiales de alimentos orgánicos



*Fuente:FiBL- AMI - Organic Data Network survey 2015

Top 10 de países con consumo per-cápita de alimentos orgánicos



*Fuente:FiBL- AMI - Organic Data Network survey 2015

Tendencias de productos saludables y orgánicos

Consumo mundial de orgánicos

- EEUU y Canadá: 47%, Europa: 40%, Asia: 7%

Crecimiento proyectado

- En consumo mundial de orgánicos del 15%

Mayor valor pagado

- El mercado mundial lo reconoce con un valor agregado del **10% al 30%** en el **precio final**

Tendencias de productos saludables y orgánicos

- **El consumidor** entiende que la producción orgánica aprovecha los recursos naturales sin deteriorarlos, genera un **impacto social** en el sector agrícola de bajos ingresos y estimula la **fertilidad natural de suelos**, protegiendo la **biodiversidad** animal y vegetal.

- Cadenas minoristas de diferentes países europeos comenzaron a medir la **huella de carbono** *(gases de efecto invernadero)* implementando sistemas de etiquetado específico.

Tendencias de productos saludables y orgánicos

ALEMANIA

- En Alemania, dentro de la canasta de **productos orgánicos** disponibles en este mercado (*el segundo más grande a nivel mundial después de Estados Unidos*) las **frutas y las verduras** son los productos de mayor demanda por parte de los consumidores alemanes, quienes están dispuestos a pagar hasta un 50% más por productos orgánicos.

- Para los consumidores alemanes tanto **la inocuidad como la frescura de los alimentos son fundamentales.** En adición, con ánimo de probar nuevos sabores y experimentar con nuevos productos, la Gulupa, así como otras frutas exóticas han ganado participación en este mercado

Oferta colombiana

PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Oferta colombiana de productos orgánicos y saludables

53.000* ha orgánicas = 1% área cultivada (5.2 Millones ha) *Fuente: FEDEORGANICOS

Productos orgánicos en EEUU, Canadá, Suiza, Suecia, Alemania, UK, Francia, Holanda

Productos colombianos orgánicos como Café, panela, frutas deshidratadas, cacao, hierbas aromáticas, azúcar, palmitos, aceite de palma

Oferta colombiana de productos orgánicos y saludables

- Las **exportaciones** están generando una mayor competitividad en las empresas colombianas pues las demandas internacionales las llevan a ajustarse a los estándares globales como la producción orgánica. Alrededor de **250 empresas** tienen producción orgánica exportable.

- En la **producción orgánica** es muy importante mantener y recuperar la **fertilidad de los suelos, la diversidad biológica y el manejo adecuado del recurso hídrico**, que propicie los ciclos biológicos en el uso del suelo y el manejo de residuos y excedentes de producción.

Exportaciones colombianas de alimentos

- En 2014 las ventas de **alimentos**[1] colombianos al mundo representaron el **36%** de las exportaciones no mineras del país. En esta categoría los **alimentos naturales** *(agrícolas)* corresponden al **21,6%** y los **alimentos procesados** *(agroindustriales)* al **14,4%**.

ALIMENTOS: exportaciones por **US$5.893 millones** en 2014

Naturales (US$3.531 millones)			**Procesados** (US$2.361 millones)		
No Orgánicos (98%)	**Orgánicos**[2] (US$32 millones) 1%	**Funcionales**	**Modificados Genéticamente**	**Saludables**	**Funcionales**

[1] Corresponden a los sectores agrícolas y agroindustriales definidos por ProColombia.
[2] Las cifras corresponden a una muestra de empresas colombianas que exportan actualmente productos orgánicos. Este dato es indicativo y no corresponde al total de exportaciones orgánicas del país.
Fuente: DANE

Retos para el acceso a los mercados internacionales

PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Retos para el acceso a los mercados internacionales

- Existen estrictos **controles fitosanitarios** por parte de las autoridades nacionales e internacionales competentes. Por esta razón, las **medidas no arancelarias** constituyen un factor crítico para el acceso de la producción colombiana a los principales mercados del mundo.

- En general los **productos procesados** enfrentan requisitos menos exigentes que los alimentos frescos, debido a que el riesgo fitosanitario, en términos generales, decrece con el grado de procesamiento del producto.

Retos para el acceso a los mercados internacionales

- **Otros requisitos son:** exigencia de registro del importador, requisitos de etiquetado, empaquetado del producto, certificaciones, “orgánicas[1]”, entre otros.

- Por otro lado, un requisito común entre los países importadores, y que se exige cada vez con más fuerza, es la **trazabilidad total** del producto importado, incluye a **todos los procesos de la cadena productiva**, tales como el transporte desde la unidad agrícola hasta la planta de beneficiado, el proceso mismo de beneficiado y el proceso de exportación.

Ejm medidas No arancelarias: Cambios en la regulación internacional para exportar alimentos

- La comercialización y consumo de alimentos en el mundo presenta diversas transformaciones. En los países las autoridades sanitarias y fitosanitarias realizan **ajustes en la normatividad** para aprobar o rechazar algún tipo de alimento por no cumplir con el estándar general para ser consumido.

- **Caso: Modernización en la ley de inocuidad de alimentos en Estados Unidos (FSMA)[1]:** en octubre de 2015 Estados Unidos pondrá en vigencia la modernización de su ley para importar alimentos, con el fin de prevenir las enfermedades transmitidas por los alimentos. *(Apoyo Oficom Procolombia USA)*

- **La necesidad de la ley FSMA radica en los siguientes aspectos:** la globalización ha significado que un 20% de la oferta de alimentos en los EE.UU. sean importados. Además, el suministro de alimentos usa cada vez más alta tecnología y se vuelve más complejo.

[1] La FSMA no se aplica a carnes, aves y huevos procesados, los cuales son regulados por el Departamento de Agricultura de los EE.UU (USDA)

Apoyo de ProColombia para exportar alimentos orgánicos

PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Apoyo de ProColombia en ferias internacionales con pabellón orgánicos

Fruit Logistica

Productos orgánicos

- En Fruit logistica algunas empresas estaban dedicadas completamente a los productos orgánicos.

- La feria creó una **ruta de productos orgánicos**. Se le dio a los expositores con productos orgánicos un logo que los identificara, tanto en el directorio online como en la feria, para que los asistentes pudieran ubicarlas más fácilmente.

organic route

Apoyo de ProColombia en ferias internacionales con pabellón orgánicos

Fruit Logistica

Productos de conveniencia

- Se presentaron opciones culinarias **rápidas y en porciones personales**.
- Se puede tratar de frutas y verduras **picadas, peladas y listas para el consumo**, o de kits para hacer porciones individuales de alguna preparación.
- El producto ganador del premio a la innovación de la feria fue el „BBQ Grill Mix“ de la empresa suiza Eisberg. Se trata de una mezcla de vegetales lista para el grill, empaca en una bandeja de aluminio reciclable que se puede usar directamente en la parrilla o el horno.

convenience route

PROCOLOMBIA.CO

La feria creó una ruta de productos de conveniencia, dándole . a los expositores con estos productos un logo distintivo en el directorio online y en la feria.

PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Caso BIOFACH - Alemania

2.235 expositores de 76 países (participación extranjera: 70%) presentaron sus productos a más de 42.000 visitantes de 135 países. El 44% de los visitantes fueron extranjeros

PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Apoyo de ProColombia en ferias internacionales con pabellón orgánicos

Biofach

✓ **Raw food**

- La tendencia más presente dentro de la feria fueron los alimentos “crudos”

- La dieta “raw food“ consiste en comer alimentos que no hayan sido calentados a más de 40 grados.

- Los snacks fueron la categoría con más productos „crudos“.

Apoyo de ProColombia en ferias internacionales con pabellón orgánicos

Biofach

Productos veganos

- Los productos veganos fueron la tendencia del año 2014 en Biofach (Trend 2014: Vegan).
- Esta tendencia se caracteriza por la **ausencia de productos de origen animal** en las preparaciones, excluyendo incluso huevos, derivados lácteos y grasas de origen animal.
- Esta tendencia no sólo está limitada a los sustitutos de los productos de origen animal. En esta medida, todos los productos que no contengan productos de origen animal pueden ser promocionados como veganos, accediendo a este segmento del mercado.

Apoyo de ProColombia en ferias internacionales con pabellón orgánicos

Biofach

Bebidas

- Las bebidas corresponden a una gran parte de la exposición en la feria.
- Los **jugos** y **sustitutos de bebidas gaseosas** orgánicos fueron el principal tipo de bebida en la feria. No sólo se trata del uso de insumos naturales, sino que deben ser ORGANICOS.
- La mayoría de los jugos se presentan en envases individuales de vidrio con tapa metálica.
- El uso de frutas exóticas como ingrediente de las bebidas fue muy representativo, principalmente de gulupa.

Apoyo de ProColombia en ferias internacionales con pabellón orgánicos

Biofach

•Las **estrategias de mercadeo** son claves en el negocio de los tés. La marca Yogi Tea, líder del mercado de té orgánico[2] estuvo presente en la feria, con productos asociados a necesidades de wellness (bienestar), temporadas del año, problemas de salud, etc.

• Numerosas marcas promocionan sus mezclas de **tés según el estado de ánimo**.

• Incluso hay marcas de tés con productos para regalar, como tés navideños.

Pods de té, aptos para usar en máquina de espresso.

Té con motivo navideño. Se debe tomar uno cada día desde el 1 hasta el 24 de diciembre.

[2] Euromonitor International

Apoyo de ProColombia en ferias internacionales con pabellón orgánicos

Biofach

Productos para el desayuno

- Importante presencia de opciones orgánicas para el desayuno.
- **Papillas** a base de avena con diferentes frutas secas y nueces orgánicas.
- Importante variedad de **Müslis** orgánicos, con diferentes ingredientes como hojuelas de chocolate orgánico, frutos secos, avena, maíz, arroz, etc.
- El uso de “super alimentos“ como quinua, chía y amaranto como parte de los müslies tuvo una presencia importante en la feria.

Apoyo de ProColombia en ferias internacionales con pabellón orgánicos

Biofach

Mercadeo

- Dentro del segmento de productos bio, se puede ver la clara importancia del **mercadeo** y la imagen de la **marca**.
- La **estética** del producto es muy importante. Los **empaques** tienen alto contenido de diseño y la imagen de marca de la mayoría de los productos está dirigida al segmento alto.
- Priman los empaques de papel, por encima de los plastificados. Sin embargo, siempre se usan empaques con colores y con impresiones de excelente calidad.

Apoyo de ProColombia en ferias internacionales con pabellón orgánicos

Biofach

Apoyo de ProColombia en ferias internacionales con pabellón orgánicos

Biofach

PROCOLOMBIA.CO

GRACIAS

GRACIAS
MERCI
THANK YOU
OBRIGADO
DANKE
TEŞEKKÜRLER
СПАСИБО
谢谢
ありがとう
감사합니다

PROCOLOMBIA.CO

PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS