

Necesidades del sector orgánico con vistas a la exportación

El programa Canelones Exporta de Somos Uruguay Educa organizó un taller para participantes con el financiamiento de Inefop y el apoyo de la Comuna Canaria



La actividad, llevada a cabo en Somos Uruguay Espacio, contó con la presencia de empresarios de distintos sectores orgánicos.

El objetivo fue analizar la situación actual de las empresas de dicho sector en el departamento, identificando las principales oportunidades de exportación de este tipo de productos y las condiciones actuales, así como las dificultades existentes, a los efectos de avanzar en ese proceso.

El encuentro también sirvió para determinar las posibles estrategias de trabajo y su gestión tanto a nivel público como privado, como primer paso fundamental en la promoción y

búsqueda de alternativas comerciales de los productos que se integren a este grupo.

El taller fue abierto por Mario Lev, presidente de Somos Uruguay Educa, quien destacó esta iniciativa que apunta a desarrollar las cadenas productivas con vistas a la exportación. “Ojalá podamos llegar a la mayor cantidad de actores posibles y articular políticas públicas y privadas, generando vínculos también entre los empresarios”.

Matías Carámbula, el director de la Agencia de Desarrollo Rural del gobierno de Canelones, resaltó el hecho de afianzar los vínculos del gobierno departamental con el mundo empresarial y de productores orgánicos.

“Debemos buscar una buena sinergia para la construcción del desarrollo económico para la promoción de este tipo de producción, que es amigable con el medioambiente y la salud, y está vinculada a un nuevo consumidor que demanda y exige alimentos orgánicos a nivel mundial”, expres.

Por su parte, el representante del Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional (Inefop), Agustín Guerra, aseguró que se debe apuntar a la reconversión laboral, con nuevas metodologías para producir. “El potencial de crecimiento en este sector es muy importante, por eso apostamos a formar empresarios y trabajadores. Además es muy im-

portante la articulación entre ellos para mejorar la competitividad. Esperamos avanzar con este proyecto en Canelones, y en un futuro poder replicarlo en otras partes del territorio". Por último, la gerenta de proyecto de Canelones Exporta, la economista María Noel Sanguinetti, explicó y analizó la relevancia del tema a nivel nacional y en particular para el departamento. "La producción orgánica se plantea hoy como una alternativa para avanzar en los procesos de producción sostenible, que se convierten también en oportunidades de negocio. En ese sentido, para Canelones es una línea estratégica fundamental. Existe la necesidad de generar procesos que fortalezcan a las empresas y a los actores vinculados para avanzar en el crecimiento de la producción orgánica con miras a la exportación". Entre los participantes del taller se encontraban representantes de empresas vinculadas a la producción orgánica en diversos rubros: desde frutas, verduras, hierbas aromáticas, compost y fertilizantes, hasta software y ma-

quinaria industrial. También estuvo presente el resto del equipo de Canelones Exporta, integrado por la ingeniera agrónoma María Eugenia Bica y la licenciada Silvia Arruabarrena.

Seguidamente, y luego de las presentaciones correspondientes de cada uno de los participantes, hubo dos exposiciones: la del gerente comercial de BioTerra, Jorge Núñez, y la del director de CampoClaro, Alexis Schol.

LA EXPERIENCIA DE BIOTERRA

El gerente comercial Jorge Núñez comenzó su exposición explicando a los presentes lo que hace su empresa, BioTerra, que nació en el año 2010. Se trata de una planta industrial de valorización de residuos orgánicos, y fabricante de una línea de sustratos, fertilizantes, insecticidas y otros productos 100 % naturales. Actualmente recicla más de 15.000 toneladas de residuos al año a través de un proceso de compostaje aeróbico controlado, certificado internacionalmente por el Orga-

nic Materials Review Institute (OMRI) para su uso en la agricultura orgánica. También está habilitada por la Dirección Nacional de Medio Ambiente (Dinama), siendo la única planta industrial de recolección, disposición, tratamiento y valoración de residuos orgánicos del país. Su objetivo final es convertirse en una planta modelo, aunque aún resta resolver problemas como el de los olores o el de los pluviales.

BioTerra ofrece a las industrias una gestión completa de sus residuos, desde la recolección y logística, hasta el tratamiento final; y al productor agropecuario le brinda la posibilidad de cultivar con insumos de calidad, amigables con el medioambiente. En otras palabras, a partir de los residuos de la industria frigorífica, tambos, de la poda de la Comuna Canaria, de desechos orgánicos y su posterior tratamiento, elabora sus productos, como compost, fertilizantes y otros, destinados al cultivo de alimentos orgánicos y al uso doméstico en jardines, etcétera. Un ejemplo de economía circular.

1+1
EN
LENTES
DE SOL

OPTICA
Ruglio

Desde 1978 comprometidos con tu
Salud Visual

095629862
www.opticaruglio.uy
 @opticaruglio

COLONIA	MONTEVIDEO
GRAL. FLORES 576	18 DE JULIO 2199
TEL: 45235741	TEL: 24014705

1+1
EN CRISTALES
MULTIFOCALES
www.opticaruglio.uy

3+1
EN
LENTES
DE
CONTACTO



En cuanto a las necesidades del sector con vistas a exportar, Núñez aseguró que “BioTerra ha identificado en el marco de su plan estratégico a la Unidad de Negocios de Exportaciones como clave para un crecimiento sostenido donde no debemos ver nuestro portfolio de productos como un *commodity*, sino como una verdadera oportunidad para agregar valor a toda la cadena de producción orgánica. Es por ello que consideramos que la certificación internacional OMRI con la que cuenta BioTerra es una herramienta que marca una referencia de calidad internacional al utilizar nuestros productos”.

El gerente comercial de BioTerra también hizo énfasis en la importancia de asociarse entre empresas similares con vistas a la exportación. “Uruguay es un país que por su propia escala de producción está obligado a generar estrategias asociativas que permitan complementar la cadena de servicios y productos si desea competir con calidad y escala en un mundo que requerirá en los próximos 20 años productos sanos, sin contaminantes, naturales y con certificación de calidad”. Actualmente BioTerra exporta a Brasil, Argentina y Chile los productos minoristas, que también se distribuyen en supermercados de Uruguay; y la producción a granel básicamente de compost y sustrato es para abastecer el mercado interno. Núñez también destacó la importancia que

tiene la sinergia entre empresarios que se da a través de Somos Uruguay. “La comunicación e interacción entre nosotros, y saber quiénes somos, es fundamental”.

Por último, concluyó que hay que seguir trabajando con socios estratégicos a nivel nacional como la Dinama, pero también con los referentes del gobierno local. “Deseamos continuar trabajando con la Agencia de Desarrollo Rural de Canelones, generando las sinergias requeridas atendiendo a los productores, y también sería clave estar acompañados por la Agencia de Promoción a la Inversión de Canelones”.

Puso como ejemplo a seguir el modelo país de Corea, que con políticas de fomento a las pymes y preparándolas hacia la “asociatividad” ha sabido diseñar e implementar una verdadera política de Estado en comercio exterior. Núñez señaló que “Uruguay requiere de su propio modelo país, que en coordinación con el Instituto Uruguay XXI pueda acompañar esa verdadera política de Estado, para tener funcionarios del servicio exterior que sean verdaderos “ejecutivos comerciales”. La mejor estrategia comercial para el desarrollo de la exportación orgánica está en nuestra organización, disciplina, esfuerzo y compromiso con el país”.

LA EXPERIENCIA DE CAMPOCLARO

Alexis Schol, director de CampoClaro, co-

menzó su exposición contando los orígenes del emprendimiento, que surgió a fines de los 80, cuando empezaron a trabajar con una cooperativa de mujeres rurales de la zona noreste de Canelones, que cultivaban hierbas aromáticas de forma orgánica. “Tenían muchas dificultades para comercializar sus productos, y nosotros comenzamos con la distribución. Y a partir de ahí comenzamos a desarrollar el emprendimiento. La historia posterior es la eficiencia de la sumatoria de productos producidos en Uruguay, sumada a una demanda cada vez mayor de productos orgánicos, y a detectar en la región aquellos productos que acá no se producían, e importarlos”.

Para Schol, trabajar con orgánicos hoy en el mundo es estar arriba de la mejor ola, pero hay que saber qué tabla de surf usar para no caerse, porque la ola es grande.

El director de CampoClaro entiende que los principales desafíos que se plantean hacia el futuro son básicamente dos: conseguir un marco institucional adecuado y mejorar la situación en que se encuentra la estructura productiva. “Uruguay tiene muy debilitadas las cadenas agroindustriales, existen muchas dificultades para producir, por eso hay que estimular su desarrollo. A su vez hay que sostener en el tiempo la producción orgánica para generar excedentes para exportación”. Para Schol, Somos Uruguay es un operador que genera asociatividades entre las empresas, algo que suma y fortalece las cadenas agroindustriales. En su caso también está asociado a otras firmas orgánicas con las que se complementa. También destacó la sinergia entre las empresas y los actores institucionales, y en ese sentido mencionó especialmente la iniciativa de Canelones Exporta. Precisamente en cuanto a la exportación, y según su experiencia, afirmó que “en producción orgánica no podemos *commoditizar*. Como no tenemos volumen, hay que darle al producto orgánico uruguayo valor agregado, una marca país, diferenciación. Ese es el desafío para exportar”.

Al referirse al marco institucional, aseguró que “se necesita un registro único de productos, que hoy por hoy no existe. Recién en este momento el conjunto de las intenden-

cias está intentando generarlo. Si yo quiero industrializar una mermelada, voy a la Intendencia de Canelones y hago un registro (allí es bastante ágil), pero luego voy a Montevideo y tengo de 90 a 120 días para registrar un producto. Son tiempos fuera de padrón. Eso nos duplica los costos. Es por eso que se necesita un registro único nacional de productos”.


Otra de las dificultades que aparecen es la de las certificaciones para poder exportar productos orgánicos. El director de Campo Claro explicó que la Red de Agroecología del Uruguay no tiene una institucionalidad reconocida internacionalmente. “Existen distintas certificadoras internacionales que llegan al Uruguay y son las que realmente te dan el sello para poder exportar. Mientras que Uruguay no genere este tipo de certificaciones se dificulta mucho la exportación. En cuanto al marco productivo, señaló que “recién ahora la clase política comenzó a darse cuenta de que la producción orgánica tiene proyección estratégica a largo plazo. En general los productores orgánicos son pequeños agri-

cultores familiares, y están muy solos. Recién ahora empiezan a aparecer pequeñas apoyaturas desde los gobiernos nacionales y departamentales, como el de Canelones”. Como conclusión, insistió en la complejidad que existe para exportar. “Hay que tener insumos, resto económico (para envasar y almacenar) y excedentes, además de certificación reconocida internacionalmente. Por lo tanto, no es solo apalancar a la producción orgánica, sino también a la industria nacional de producción de alimentos, que está destruida por los altos costos en relación a la región. Se necesitan políticas desde la institucionalidad gubernamental hacia la producción orgánica. En ese sentido la Intendencia de Canelones y Somos Uruguay son pequeños bolsones de gente intentando realizar esa tarea, pero se necesita mucho más. También es necesario que se involucren desde el Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca, o desde la Dirección Nacional de Industrias. Es un desafío que hay que llevar adelante y todos tenemos que comprometernos”.

INTERCAMBIO FINAL

En la ronda final de intercambio entre los presentes se aportaron conceptos sobre la nueva ley de agroecología, en cuanto a dinámicas regulatorias que ya están vigentes para la producción tradicional, y se hizo énfasis en que la normativa apunta hacia la agroecología y en que el modelo actual se está agotando.

En ese sentido, la ley habla de que hay que promover la remoción de barreras arancelarias para la producción orgánica.

En respuesta a la demanda de un registro único nacional de productos, las autoridades de la Comuna Canaria presentes en el taller aseguraron que ya está encaminada su creación y que esperan que se termine en este período en el marco del Congreso Nacional de Intendentes. Y se pretende además lograr algún tipo de excepcionalidad con exoneraciones para los productos orgánicos en particular. 



Nueva
Chocolatada
PREMIUM

www.marcatalar.com  /marcatalar