



19° Jornadas PROD: “Encuentro para fortalecer la cadena comercial con valor agregado”

El 1° de Noviembre pasado, en el Hotel Círculo de la Fuerza Aérea en Vicente López, prov. de Bs. As., se llevó a cabo una nueva edición de las Jornadas de Producción Responsable y Diferenciada, “Jornadas Prod”, bajo el lema “Encuentro para fortalecer la cadena comercial con valor agregado”.

Durante la jornada, productores, procesadores y comercializadores interesados en producir con calidad, mediante la implementación de diversos sistemas de gestión, pudieron capacitarse e intercambiar experiencias y conocimientos, ya que los expositores difundieron tendencias de mercado, experiencias y normativas nacionales e internacionales para la producción de alimentos. Además, se presentaron diferentes opciones para que los distintos integrantes de la cadena de valor agroalimentaria diferencien su producción con valor agregado, con la finalidad de acceder a los distintos mercados internacionales.

Participaron del evento más de 200 personas ligadas al sector productivo argentino entre los que se encontraron productores, comercializadores, procesadores, funcionarios nacionales, representantes de organismos oficiales y de embajadas y prensa agropecuaria, entre otros.

El eje central de estas jornadas fue convocar a los distintos integrantes de la cadena de valor agroalimentaria a compartir los avances del sector y analizar los desafíos para un crecimiento sin techo. Hay un sector productivo que apuesta al valor agregado a través de certificación de calidad orgánica, Sello Alimentos Argentinos, Buenas Prácticas Agrícolas, entre otros.

El discurso de apertura del evento estuvo a cargo del **Ing. Agr. Leonardo Sarquis, Ministro de Agroindustria de la Provincia de Buenos Aires**, quien resaltó la importancia que tiene la producción orgánica en Buenos Aires y remarcó el compromiso de mayor financiamiento y convenios para productores. 'El compromiso de la gobernadora Vidal es estar junto a los productores y las empresas, y facilitarles las herramientas necesarias para que puedan mostrarse, generar contactos y poder insertar sus productos en nuevos mercados', señaló. También expresó que existen 'muchas oportunidades para nuestros productos y empresas. Tenemos que profundizar el agregado de valor

a los alimentos que producimos y queremos vender. Hay un aumento muy grande en la producción y la compra de alimentos orgánicos en el mundo. La alimentación está cambiando y podemos producir también estos alimentos'.

La siguiente disertación estuvo a cargo del **Ing. Agr. Pedro A. Landa, Director de la [Organización Internacional Agropecuaria \(OIA\)](#)**. Durante su alocución se refirió a cómo la producción orgánica contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para el año 2030, aprobados en septiembre de 2015 por la Organización de Naciones Unidas (ONU) y para ello Landa hizo un recorrido histórico desde que la ONU fijó los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) en el año 2000. Puntualizó que si bien en quince años hubo avances, sólo uno de los ODM buscaba garantizar la sostenibilidad del medio ambiente, pero resaltó: “la Historia la escriben los que la hacen completa y el aporte de lo orgánico es la solución a largo plazo.” Es por ello que 8 de los 17 ODS establecidos en 2015 buscan cuidar el planeta. Es allí que la producción orgánica favorece el desarrollo sostenible dado que:

- Logra poner fin al hambre.
- Logra la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición, y promueve la agricultura sostenible.
- Garantiza una vida sana y promueve el bienestar para todos en todas las edades.
- Garantiza la disponibilidad de agua, su gestión sostenible y el saneamiento para todos.
- Promueve el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible.
- Garantiza modalidades de consumo y producción sostenibles.
- Combate el cambio climático y sus efectos.
- Favorece la biodiversidad de los ambientes.

Asimismo, Landa aseveró que el crecimiento del consumo de orgánicos es posible gracias a que existe un consumidor más responsable, quien busca lo orgánico por su contenido social. Ya que en palabras de Landa: “quien consume productos orgánicos, es un consumidor de élite de conocimientos y no de élite económica”.

A continuación el **Lic. Gustavo Idígoras** presentó su exposición “Cambio climático: impacto en la producción y en los mercados”, quien afirmó que la demanda mundial de alimentos y bebidas crece a ritmo sostenido y se espera que en las próximas dos décadas siga en aumento. Ante este panorama, el desafío es garantizar prácticas (tanto en la producción como en la industrialización de los alimentos) que tengan como objetivo reducir la cantidad de emisiones de gases efecto invernadero. “La condición principal que actualmente imponen los supermercados es contar con certificaciones ambientales” señaló Idígoras.

Siguiendo con la jornada, el **Ing. Agr. Dr. Mario Clozza, Director de la Tecnicatura en Producción Vegetal Orgánica en FAUBA**, explicó que el sector orgánico tiene un futuro innegable, y se refirió al concepto del Orgánico 3.0. “Es un nombre informático, llamativo. El 1.0 era lo que veía Rudolf Steiner, aquello relacionado con lo que uno se alimentaba y su impacto en el medio ambiente. El 2.0 tiene que ver con normativas, certificar productos y que el consumidor ya los identifique, lo que implica que en su producción hubo un control. En tanto, el 3.0 apunta a que hoy el consumidor pide algo más: saber quién es el productor, dónde vive, cómo es su familia, qué uso hace del agua, de los recursos ambientales, cómo se inserta en la sociedad. Eso le da identidad al producto, el consumidor lo valora mucho más y paga un precio que considera justo”, analizó.

Posteriormente **Juan Shakespear, CEO de Diseño Shakespear** disertó sobre “Marcas de Experiencia”. Allí contó sobre la importancia de trabajar para Schatzi, en el proceso de renovación de la marca y de los envases. El directivo destacó que hay que entender las circunstancias del mercado en el diseño al momento de trabajar y que siempre se debe buscar la empatía con el consumidor para generar una experiencia a través de la identidad, identificación y la imagen de la marca.

El siguiente panel del evento se denominó “Perspectivas para el sector” y estuvo conformado por el **Ing. Agr. Gabriel Berardinelli, Presidente de CACER** (Cámara Argentina de Certificadoras de Alimentos, Productos Orgánicos y Afines.) y **Ricardo Parra, Presidente MAPO** (Movimiento Argentino para la Producción Orgánica). Berardinelli destacó la importancia de brindar, en los alimentos, garantía de diferenciación y agregado de valor; además de explicar en detalle cuáles son las nuevas tendencias de diferenciación, entre las que se destaca la implementación de diversos sistemas de aseguramiento de la calidad: HACCP, BPA, BPM, GLOBALG.A.P., es decir sistemas transversales que permiten generar competitividad en la diferenciación. Por su parte, Parra recalcó

la importancia de una Jornada con tantos expositores que producen de manera orgánica e invitó a los asistentes a que consuman orgánico ya que ofrece múltiple beneficios para el ambiente y para salud. Destacó la pagina web de MAPO, guiaorganica.org.ar, la cual acerca los productos a los consumidores. A su vez, dio a conocer más sobre el trabajo que MAPO realiza actualmente y los próximos eventos donde participará, entre los que se destacan: participación con un stand durante la próxima sesión del G-20 en Buenos Aires y la participación en la realización de la Semana de la Producción Orgánica en todo el país del 3 al 8 de diciembre próximos, con la Secretaría de Agroindustria.

Luego llegó el turno de los productores, de la primera exposición fueron parte: **Ing. Francisco Estrada (KINGBERRY S.A.)**, **Fernando Nocetti (RODRIGUEZ NOCETTI S.R.L.)** y **Diego Iglesias (ICEBERG AGRICOLA S.A.)** quienes conformaban el panel de Producción Vegetal. Más adelante, en el Panel de Producción Animal, estuvieron el Ing. Mario Schneider (MOO) y el Ing. Jorge Romero (URIEN LOZA S.A.). Estas exposiciones permitieron conocer la historia, experiencia, trabajo y trayectoria de los productores orgánicos en el camino de la calidad.

Para dar a conocer las oportunidades de promoción y créditos que ofrece el Estado a la producción con calidad, tomó la palabra el **Dr. Pablo Morón, Director de Proyectos Agroalimentarios de la Secretaria de Agroindustria**, quien detalló a los presentes los diferentes programas de utilidad, con los que cuenta la Secretaría, para ayudar a los productores, tales como: Sumar Valor, Herramientas de Agregado de Valor, Programa Escuela de Negocios, Sistema de Asistencia Integral a PYMES, entre otros. Prosiguiendo, tomó la palabra el **Lic. Patricio Pizzoglio, Gerente del Área Agro y Alimentos de la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional**, quien detalló las acciones que realiza la Agencia para promover las producciones de calidad (participación en ferias, promoción de oportunidades con potenciales compradores, acceso a Hubs Logísticos, rondas de negocios inversas, etc).

A continuación, el **Ing. Agr. Alan Klan** expuso los detalles de las Buenas Prácticas Agrícolas que aplican en campos de Corrientes y Misiones pertenecientes a La Cachuera S.A. (Yerba Mate AMANDA). Klan explicó cómo se implementan las BPA a partir de la aplicación de tecnología, con el fin de mejorar la sustentabilidad económica y social, según la definición de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). Las mismas abarcan a todo el proceso desde la plantación hasta la cosecha.

Para finalizar, el discurso de cierre estuvo a cargo del **Ing. Agr. Pedro A. Landa**, quien invitó a los asistentes a seguir produciendo con calidad y expresó su deseo que más productores se sumen a esta iniciativa.

La jornada fue organizada por Organización Internacional Agropecuaria (OIA), que celebró más de 25 años de trayectoria certificando productos orgánicos y calidad, contó con el auspicio de: [Instituto Rodale](#), [Embajada de los Estados Unidos](#), [Secretaría de Agroindustria de la Nación](#), [Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional](#), [CACER](#), [MAPO](#), [CPIA](#), [Italpöllina](#), [Compo Expert](#), [Infocampo](#), [Kraus](#), [Las Quinas](#), [Tallo Verde](#), [Organic Latin America](#), [Tabacal](#), [La Serenísima](#), [Quiquemann](#), [El Pampa Orgánico](#), [Amanda](#), [Luzvida](#), [Schatzi](#), [TTS Viajes](#), [Anamé Vio](#), [De mi Campo](#), [Jual](#), [America Pampa](#), [Bodega Familia Cecchin](#), [Quesos Orgánicos Familia Antonutti](#), [OYRZA](#), [COPAP](#), [Campo Claro](#), [Coeco](#) y [Nucana](#).

[Ver Galería Completa](#)