

PERFIL DE MERCADO PRODUCTOS ORGANICOS – BRASIL

ProChile Sao Paulo, Junio 2007

PRODUCTO

Código Sistema Armonizado Chileno SACH/ Descripción del Producto

PRODUCTOS ORGÁNICOS

0804.40.10	Paltas (Aguacates) Variedad Hass, Frescas o Secas
0804.40.20	Paltas Variedad Fuerte, Frescas o Secas
0804.40.90	Las Demás Paltas Frescas o Secas
0806.10.10	Uvas variedad thompson seedless (sultanina), frescas
0806.10.20	Uvas variedad flame seedless, frescas
0806.10.30	Uvas variedad red globe, frescas
0806.10.40	Uvas variedad ribier, frescas
0806.10.90	Las demás uvas frescas
0808.10.10	Manzanas variedad richared delicious, frescas
0808.10.20	Manzanas variedad royal gala, frescas
0808.10.30	Manzanas variedad red starking, frescas
0808.10.40	Manzanas variedad fuji, frescas
0808.10.50	Manzanas variedad braeburn, frescas
0808.10.60	Manzanas variedad granny smith, frescas
0808.10.90	Las demás manzanas frescas
0809.20.00	Cerezas frescas
0809.40.10	Ciruelas frescas
0810.20.10	Moras frescas
0810.20.20	Frambuesas frescas
0810.20.90	Las demás zarzamoras, moras-frambuesa, frescas
0810.40.10	Arándanos rojos frescos
0810.40.90	Mirtilos y Demás Frutos Del Género Vaccinium, Frescos
0810.50.00	Kiwis frescos
1509.10.00	Aceite de Oliva Virgen
2204.10.00	Vino espumoso (champagne)
2204.21.11	Vino blanco con denominación de origen, sauvignon blanc, en
2204.21.12	Vino blanco con denominación de origen, chardonnay, en recip

2204.21.13	Vino blanco con denominación de origen, mezclas, en recipien
2204.21.19	Los demás vinos blancos con denominación de origen, en recipi
2204.21.21	Vino tinto con denominación de origen, cabernet sauvignon, e
2204.21.22	Vino tinto con denominación de origen, merlot, en recipiente
2204.21.23	Vino tinto con denominación de origen, mezclas, en recipient
2204.21.29	Los demás vinos tintos con denominación de origen, en recipi
2204.21.30	Los demás vinos con denominación de origen, en recipientes c
2204.21.90	Los demás vinos y mostos, en recipientes con capacidad infer

Código Sistema Armonizado Local (Nomenclatura Común Mercosur - NCM)

0804.40.00	Paltas (aguacates) frescos o secos
0806.10.00	Uvas frescas
0808.10.00	Manzanas frescas
0809.20.00	Cerezas frescas
0809.40.00	Ciruelas y abruños frescos
0810.20.00	Frambuesas, moras y moras-frambuesas frescas
0810.40.00	Arándanos, mirtilos y otras frutas del genero <i>Vaccinium</i> frescos
0810.50.00	Kiwis frescos
1509.10.00	Aceite de Oliva Virgen
2204.10.10	Vinos espumantes y vinos espumosos tipo champaña (champagne)
2204.10.90	Los demás vinos espumantes y vinos espumos os
2204.21.00	Los demás vinos, mostos de uvas, cuya fermentación tenga sido impedida o interrumpida por adición de alcohol, en recipientes con capacidad no superior a 2 litros

SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

Arancel General %	Preferencia Producto Chileno %	Arancel Final Producto Chileno %	IPI (1) %	PIS/ Cofins (2) %	Otros Países con Ventajas Arancelarias %
0804.40.00 - Paltas (aguacates) frescos o secos					
10	100	0	0	0	Mercosur: 100 Bolivia: 100 (ACE 36) México: 100 (ACE 53) Perú: 75 (ACE 58) Colombia: 88 (ACE 59) Ecuador: 90 (ACE 59) Venezuela: 88 (ACE 59)
0806.10.00 - Uvas frescas					
10	100	0	0	0	Mercosur: 100 Bolivia: 100 (ACE 36) México: 100 (ACE 53) Perú: 100 (ACE 58) Colombia: 60 (ACE 59) Ecuador: 69 (ACE 59) Venezuela: 60 (ACE 59)
0808.10.00 - Manzanas frescas					
10	100 Preferencia para cupos anuales de 10.248 toneladas. Preferencia en vigor durante el periodo de abril a agosto de cada año.	0	0	0	Mercosur: 100 Bolivia: 100 (ACE 36) Perú: 100 (ACE 58) Colombia: 100 (ACE 59) Ecuador: 90 (ACE 59) Venezuela: 88 (ACE 59)
	30 Para cantidades por encima del cupo o en los meses de septiembre a marzo de cada año.	7			
0809.20.00 - Cerezas frescas					
10	100	0	0	0	Mercosur: 100 Bolivia: 100 (ACE 36) Perú: 50 (ACE 58) Colombia: 100 (ACE 59) Ecuador: 69 (ACE 59) Venezuela: 60 (ACE 59)

0809.40.00 - Ciruelas y abruños frescos					
10	100	0	0	0	Mercosur: 100 Bolivia: 100 (ACE 36) Perú: 50 (ACE 58) Colombia: 60 (ACE 59) Ecuador: 69 (ACE 59) Venezuela: 60 (ACE 59)
0810.20.00 - Frambuesas, moras y moras-frambuesas frescas					
10	100	0	0	0	Mercosur: 100 Bolivia: 100 (ACE 36) Perú: 100 (ACE 58) Colombia: 100 (ACE 59) Ecuador: 100 (ACE 59) Venezuela: 100 (ACE 59)
0810.40.00 - Arándanos, mirtilos y otras frutas del genero <i>Vaccinium</i> frescos					
10	100	0	0	0	Mercosur: 100 Bolivia: 100 (ACE 36) Perú: 50 (ACE 58) Colombia: 100 (ACE 59) Ecuador: 69 (ACE 59) Venezuela: 60 (ACE 59)
0810.50.00 - Kiwis frescos					
10	100	0	0	0	Mercosur: 100 Bolivia: 100 (ACE 36) Perú: 50 (ACE 58) Colombia: 100 (ACE 59) Ecuador: 69 (ACE 59) Venezuela: 60 (ACE 59)
1509.10.00 - Aceite de Oliva Virgen					
10	100	0	0	9,25	Mercosur: 100 Bolivia: 100 (ACE 36) Perú: 100 (ACE 58) Colombia: 88 (ACE 59) Ecuador: 90 (ACE 59) Venezuela: 88 (ACE 59)

2204.10.10 - Vinos espumantes y vinos espumosos tipo champaña (champagne)					
20	33* Nota: Porcentual de preferencia en vigencia del 01 de enero de 2007 hasta el 31 de diciembre de 2007.	13,4	Ver tabla ***	9,25	Mercosur: 100 Bolivia: 100 (ACE 36) Perú: 50 (ACE 58) Colombia: 100 (ACE 59) Ecuador: 90 (ACE 59) Venezuela: 88 (ACE 59)
2204.10.90 - Los demás vinos espumantes y vinos espumosos					
20	33* Nota: Porcentual de preferencia en vigencia del 01 de enero de 2007 hasta el 31 de diciembre de 2007.	13,4	Ver tabla ***	9,25	Mercosur: 100 Bolivia: 100 (ACE 36) Perú: 50 (ACE 58) Colombia: 100 (ACE 59) Ecuador: 90 (ACE 59) Venezuela: 88 (ACE 59)
2204.21.00 - Los demás vinos, mostos de uvas, cuya fermentación tenga sido impedida o interrumpida por adición de alcohol, en recipientes con capacidad no superior a 2 litros					
27%	33* (preferencia producto chileno sin cupo) Nota: Porcentual de preferencia en vigencia del 01 de enero de 2007 hasta el 31 de diciembre de 2007.	18,09 (Preferencia Producto Chileno Sin Cupo)	Ver tabla ***	9,25	Mercosur: 100 Bolivia: 100 (ACE 36) Perú: 50 (ACE 58) Colombia: 100 (ACE 59) Ecuador: 90 (ACE 59) Venezuela: 88 (ACE 59)
	100 ** (preferencia producto chileno con cupo) Preferencia otorgada por en el 30° Protocolo Adicional al Acuerdo de Complementación Económico nº 35, entre Chile y Mercosur, de 30 de agosto de 2002 puesto en marcha por el Decreto nº 4.404 de 3 de octubre de 2002.	0 El cupo comienza en enero y termina en diciembre o hasta su agotamiento.			

Fuente: Tarifa Externa Común Mercosur (TEC)/ Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

(1) IPI - Impuesto sobre Productos Industrializados.

(2) PIS/ PASEP Importação - Programa de Integración Social y de Formación del Patrimonio Público/ Cofins - Contribución Social Para la Financiación de la Seguridad Social

*** Cronograma Proceso de Desgravación Vinos y Espumantes**

Tal producto gozará de las márgenes de preferencias indicadas, que evolucionarán de acuerdo con el siguiente cronograma:

2007	2008	2009	2010	2011
33%	50%	67%	83%	100%

NCM	Año	Impuesto de Importación Vigente (I.I.) - %	Pref. Tarif. Prod. Orig. de Chile - %	I.I. Final Prod. Orig. de Chile %
2204.21.00	2007	27	33	18,09
	2008		50	13,50
	2009		67	8,91
	2010		83	4,59
	2011		100	0

Resaltamos que tales preferencias incidirán en la cobranza del Impuesto de Importación (I.I.) sobre las internaciones de mercancías realizadas **fuera de la cota vigente**.

**** Descripción Cupo Vinos**

Preferencia otorgada por Brasil cuando cumplan con las siguientes condiciones:

- 1) precio mínimo CIF DE US\$ 50 (cincuenta dólares) por caja de 12 (doce) botellas de 0.75 litros
- 2) marca registrada por viña o bodega de origen
- 3) Relación alcohol en peso/extracto seco reducido de hasta 5.2 para los vinos tintos hasta 6.7 para los vinos blancos y hasta 6.2 para los vinos rosados
- 4) Acidez volátil máxima de 1.30 gramos por litro expresada en ácido acético
- 5) Las variedades de uva utilizadas en la elaboración del vino deben ser vitiviníferas
- 6) Certificado de calidad emitido por el organismo estatal competente del país exportador en el que conste la variedad de uva predominante utilizada en la elaboración del vino
- 7) Botellas de capacidad de 0.75 litros
- 8) Etiquetas: Deben tener las siguientes especificaciones:
 - A) Marca registrada;
 - B) Nombre y dirección del embotellador;
 - C) Año de cosecha;
 - D) Tipo de vino (blanco tinto o rosado);
 - E) Contenido líquido;
 - F) Graduación alcohólica;
 - G) Denominación varietal sólo podrá indicarse cuando el producto posea más del 60 por ciento de la variedad indicada. Tal indicación será facultativa para el productor o exportador;
 - y
 - H) Clasificación del vino. Será la misma que se utilice en el país de origen. En aquéllos casos que se trate de marcas exclusivas para la exportación se aceptará la clasificación que establezca el organismo estatal competente del país exportador
- 9) Certificado otorgado por el organismo estatal competente de acreditación de la firma o bodega exportadora cupo anual adicional: 100.000 cajas de 12 (doce) botellas de 0.75 litros. Cupo adicional a los vigentes en el Anexo 7 del Acuerdo

***** I.P.I. - Impuesto sobre Productos Industrializados (Vinos y Espumantes)**

IPI: En los términos del presentado en el artículos 1º de la Ley nº 7.798, de 10 de julio de 1989, con sus posteriores alteraciones, las salidas de los establecimientos industriales o equivalentes a la industria de los productos clasificados en las posiciones 2204, 2205, 2206.00 e 2208, quedan sujetos al impuesto de acuerdo con la siguiente distribución por clases:

Clases	IPI R\$	Clases	IPI R\$	Clases	IPI R\$
A	0,11	I	0,47	Q	2,23
B	0,12	J	0,56	R	2,74
C	0,14	K	0,68	S	3,34
D	0,18	L	0,83	T	4,07
E	0,23	M	1,01	U	4,97
F	0,26	N	1,26	V	6,06
G	0,30	O	1,50	X	7,38
H	0,38	P	1,84	Y	9,00
				Z	13,38

Fuente: Secretaria da Receita Federal (www.receita.fazenda.gov.br)

(Redacción dada por el Decreto nº 4.859, de 14/ 10/ 2003)

CLASIFICACIÓN ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN	CLASE POR CAPACIDADE (ml) DEL RECIPIENTE			
		Hasta 180	De 181 a 375	De 376 a 670	De 671 a 1000
2204.2	- Los demás vinos; mostos de uvas cuya fermentación tenga sido impedida o interrumpida por adición de alcohol				
	1. Vinos de la madera, del porto y de jerez, de Málaga y otros licorosos	E a F	J a K	K a L	L a O
	2. Mostos de uvas cuya fermentación tenga sido impedida o interrumpida por adición de alcohol, comprendiendo las mistelas	A a C	A a F	B a I	C a J
	3. Vinos de mesa común o de consumo corriente producidos con uvas de variedades americanas o híbridas, incluidos los frisantes con gasificación máxima de 2 atmósferas y mínima de media atmósfera y graduación alcohólica no superior a 13 G.L.	A a B	A a D	B a G	C a J
	4. Vinos de mesa finos o nobles y especiales producidos con uvas viníferas, incluidos los frisantes con gasificación máxima de 2 atmósferas y mínima de media atmósfera y graduación alcohólica no superior a 13 G.L.	C a E	E a F	G a I	H a J
	5. Los demás vinos	C a I	E a M	G a P	H a Q

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

Cuanto a las exigencias sobre la importación de productos orgánicos, estas serían básicamente en relación a la etiquetaje, ya que no existen reglamentados tratamientos fitosanitarios y sanitarios específicos para esos productos.

Los productos que necesitan de registro son evaluados bajo la Instrucción Normativa n° 16, de 11 de junio de 2004. De esta manera, sus rótulos ya pasan por un análisis por realizado por la área habilitada. Los productos que no tienen registro y no pasan por un análisis previo de importación, donde sería exigido el cumplimiento de la Instrucción antes mencionada, deben obedecer a la siguiente regla:

- a) Los productos orgánicos importados deben estar en acuerdo con la reglamentación brasileña para la producción orgánica;
- b) El producto debe estar acompañado de certificado emitido por la entidad certificadora del producto;
- c) El rótulo de productos orgánicos no puede contrariar la legislación en vigor y no puede sugerir efectos sobre la salud;
- d) Para productos con un 95% o más de ingredientes orgánicos, será utilizado el término "ORGÁNICO" y productos con por lo menos un 70% de ingredientes orgánicos, el término "PRODUCTO CON INGREDIENTES ORGÁNICOS". Agua y sal no hacen parte del porcentual de los ingredientes orgánicos;
- e) En ambos casos, serán permitidos el uso de las expresiones: ecológico, biodinámico, natural, regenerativo, biológico, agroecológicos, permacultura y otras equivalentes, desde que estén de acuerdo los principios establecidos por la Ley n° 10.831, de 23 de diciembre de 2003;
- f) Los dijeses "ORGÁNICO" y "PRODUCTO CON INGREDIENTES ORGÁNICOS" no pueden hacer parte de la marca (nombre comercial) ni de la denominación del producto (yogurt, leche, mantequilla, por ejemplo), debiendo configurar información adicional de calidad, y deberán estar escritos con caracteres uniformes en cuerpo y color, no pudiendo ser de tamaño superior a los de la denominación del producto;
- g) Es obligatorio que conste en los rótulos la proporción de los ingredientes orgánicos y no orgánicos, debiendo las materias primas estar listadas en orden de peso porcentual;
- h) Los aditivos deben estar listados con su nombre completo. Cuando el porcentual de hierbas y condimentos sea inferior a un 2%, esos pueden ser listados como "Tempero".

DOCUMENTACIÓN EXIGIDA

- a) Requerimiento para Fiscalización de Productos Agropecuarios (FORMULARIO V de la IN MAPA n° 36 de 10/11/2006);
- b) Demás documentos exigidos para las respectivas clasificaciones, estandarizaciones y certificaciones sanitarias de productos;
- c) Copia del Certificado de Origen, cuando sea el caso.

PROCEDIMIENTOS

- a) Conferencia documental;
- b) Inspección/ fiscalización de la mercancía, de acuerdo con el previsto en el Manual;
- c) En caso de impedimento para la liberación del material, será emitido el Término de Ocurrencia.

DOCUMENTACIÓN EMITIDA

- a) Término de Fiscalización (FORMULARIO VII de la IN MAPA n° 36 de 10/11/2006), donde en el campo conclusión/ observación constará si el despacho estará autorizado o prohibido, o si deberán ser atendidas exigencias o regularizadas ocurrencias registradas;

b) Emisión de documentación de tránsito en los modelos propios constantes del Manual de Procedimientos Operacionales de la Vigilancia Agropecuaria Internacional – VIGIAGRO (IN MAPA nº 36 de 10/11/2006).

LEGISLACIÓN RELACIONADA

Instrucción Normativa MAPA nº 36, de 10 de Noviembre de 2006 – D.O.U 14/11/2006
- Aprueba el Manual de Procedimientos Operacionales da Vigilancia Agropecuaria Internacional.

Instrucción Normativa MAPA nº 16, de 11 de Junio de 2004 – D.O.U. 14/06/2004 - Establece los procedimientos que deberán ser adoptados, hasta que se concluyan los trabajos de reglamentación de la Ley nº 10.831, de 23 de diciembre de 2003, para registro y renovación de registro de materias primas y productos de origen animal y vegetal, orgánicos, junto al Ministerio de Agricultura, Pecuaria y Abastecimiento - MAPA.

Ley nº 10.831, de 23 de Diciembre de 2003 – D.O.U. 24/12/2003 - Dispone sobre la agricultura orgánica.

Instrucción Normativa MAPA nº 07, de 17 de mayo de 1999 – D.O.U. 19/05/1999 - Establece las normas de producción, tipificación, procesamiento, envase, distribución, identificación y de certificación de la calidad para los productos orgánicos de origen vegetal y animal.

Legislación disponible en el sitio web:

- ❖ **Sislegis – Sistema de Legislación Agrícola Federal** (MAPA – Ministerio de Agricultura, Pecuaria y Abastecimiento):
<http://extranet.agricultura.gov.br/consultasislegis/do/consultaLei?op=list&back>

ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

Brasil todavía no dispone de estadísticas oficiales de importación de productos orgánicos.

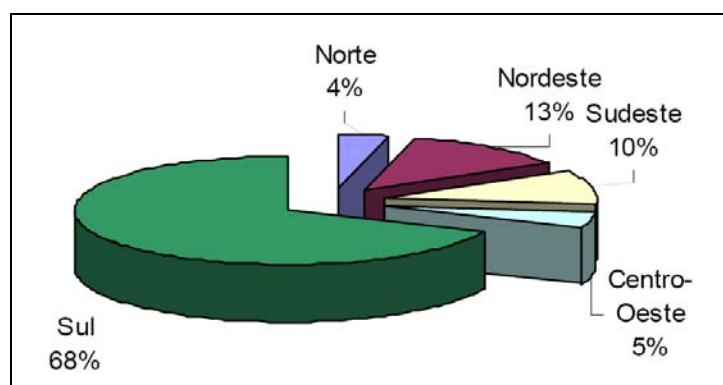
POTENCIAL DEL PRODUCTO

El mercado de productos orgánicos genera alrededor de US\$ 27 mil millones en el mundo y poco más de R\$ 250 millones por año en Brasil. Esta es una estimativa ya que el país no tiene estadísticas oficiales.

Con crecimiento constante en los últimos años (aproximadamente un 30% al año), la producción orgánica en Brasil ocupa actualmente un área expresiva en términos mundiales, colocando el país entre los mayores productores mundiales de orgánicos. El salto en el ranking ha sido impulsado por la decisión de incluir la extracción sustentable en el cálculo del área de agricultura orgánica brasileña. Son algunos millones de hectáreas de vegetación nativa que proporcionan la extracción sustentable de castaña, *açaí*, *pupuña*, látex, frutas y otras especies de las matas tropicales, principalmente de la Amazonia. Brasil tiene aún cerca de 800 mil hectáreas plantadas con otras culturas orgánicas.

El número de propiedades orgánicas también tiene aumentado expresivamente. El IBD (Asociación de Certificación Instituto Biodinámico) ha certificado más de 3.500 productores orgánicos. Por lo menos un 80% de los proyectos certificados en Brasil son de agricultores familiares.

% de Productores con Agropecuaria Orgánica por Región



Fuente: Proyecto Pró-Orgânico (MAPA)

Cerca de un 70% de la producción nacional de orgánicos es exportado, principalmente para Europa, Estados Unidos y Japón. Entre los principales productos brasileños para exportación están la soya, azúcar blanco y azúcar mascavo, café, jugos cítricos, miel, arroz, frutas como mango, plátano, melón y papaya, aceites esenciales, castañas, hierba mate, hongos, aceite de babaçu, aceites vegetales, esencias forestales, extractos vegetales, frutas deshidratadas, aguardiente y dulces.

Exportación Brasileña de Productos Orgánicos – Agosto de 2006 a Febrero de 2007

Partida Arancelaria	Descripción	Kg	Valor	
			US\$ FOB	Part. %
Total		11.496.712	6.673.937	100,0
1701.99.00	Outs.acucs.ñ citad.ant.e sacarina quim./pura	8.573.825	3.942.750	59,08
2304.00.90	Outros residuos da extracao do oleo d/soja	1.102.000	545.757	8,18
1804.00.00	Manteiga, gordura e oleo, de cacau	88.950	494.124	7,40
0901.11.10	Cafe nao torrado,nao descafeinado,em grao	80.793	376.712	5,64
1701.11.00	Acucar d/cana bruto s/aromatiz.ou corante	481.000	235.590	3,53
1805.00.00	Cacau po,s/acucar ou outro edulcorante	115.000	201.915	3,03
0804.50.20	Mangas frescas ou refrigeradas	145.352	180.704	2,71
0712.31.00	Cogumelos "agaricus" secs, mmo.cortad.etc.	1.665	148.355	2,22
1201.00.90	Outras especies de soja mesmo triturada	312.700	133.380	2,00
1208.10.00	Farinha de soja	233.140	116.267	1,74
1108.14.00	Fecula de mandioca	174.500	98.135	1,47
1507.10.00	Oleo de soja em bruto, mesmo degomado	110.820	80.371	1,20
1903.00.00	Tapioca e sucedaneos floc.,grum.,graos etc.	64.300	61.742	0,93
1803.10.00	Pasta de cacau nao desengordurada	6.100	23.511	0,35
0304.10.19	File d/outros peixes fresc.refr.congelado	2.170	14.340	0,21
1904.20.00	Prep. Aliment.obtid.d/proc.d/cereais (flocos)	1.652	11.236	0,17
1801.00.00	Cacau inteiro ou partido bruto ou torrado	1.500	7.250	0,11
0804.30.00	Abacaxis (ananases), frescos ou secos	560	809	0,01
0807.20.00	Mamoes (papias), frescos	395	570	0,01
0803.00.00	Bananas, frescas ou secas	198	286	0,00
0801.19.00	Outros cocos, frescos	86	126	0,00
0810.90.00	Outras frutas frescas	5	7	0,00

Fuente: MDIC/ SECEX

En el mercado interno, los productos más comunes son las hortalizas, seguidos de café, azúcar, jugos, miel, mermeladas, poroto, cereales, lácteos, dulces, té, hierbas medicinales. En menor cantidad ya se pueden encontrar bebidas como vino, cerveza y aguardiente, además de camarón, pollos, carne bovina, huevos, textiles y cosméticos. Estos productos son originarios tanto de la importación como de la producción nacional.

Los índices de consumo de orgánicos en Brasil todavía son muy bajos y uno de los principales motivos es el sobreprecio en relación a los productos tradicionales que pueden variar entre 20% hasta 300%, haciendo de los orgánicos un producto de elite. Sin embargo, el segmento es apuntado por diversos especialistas en consumo, como un mercado con gran potencial en mediano y largo plazo.

PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US\$) Y MAYORISTA

❖ *RETAIL*

Fuentes de consulta de precio en 30/05/2007: Supermercado Pão de Açúcar (São Paulo)/ Supermercado Zona Sul (Rio de Janeiro)/ Essenciais do Brasil Produtos Naturais e Orgânicos (ventas por la internet)/ Imigrantes Bebidas (Paraná, Rio de Janeiro y São Paulo)/ Vinhos Net (ventas por la Internet)/ Empório das Bebidas (ventas por la internet)/ Supermercados Sonda (SP)

Producto	Marca	Cantidad	Valor R\$	Valor US\$ *
Palta (aguacate) Orgánico	Taeq	600 g	2,63	1,36
Manzana Orgánica	Taeq	400 g	2,99	1,54
Kiwi orgánico	Taeq	400 g	3,15	1,62
Aceite de oliva extra virgen orgánico	Borges	500 ml	22,69	11,70
Kiwi orgánico	Santo Onofre	500 g	6,99	3,60
Manzana orgánica	Santo Onofre	500 g	5,69	2,93
Manzana orgánica	Vale Das Palmeiras	500 g	4,79	2,47
Manzana orgánica	Vida Sustentavel	500 g	4,65	2,40
Manzana orgánico	Korin Band	400 g	7,59	3,91
Vino nacional blanco orgánico	Goethe	750 ml	18,45	9,51
Prosecco espumante orgánico	Dino Nardi	750 ml	29,99	15,46
Vino argentino orgánico	Il Segreto	750 ml	24,30	12,53
Vino tinto orgánico	Garibaldi	750 ml	10,00	5,15
Espumante	Garibaldi	750 ml	20,00	10,31
Vino argentino Chenin Blanc	Vida Orgánica	750 ml	26,90	13,87

* US\$ 1 = R\$ 1,94

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Prácticamente no se encuentra publicidad de productos orgánicos en los principales medios de prensa. Sin embargo, tanto los productores como importadores tienen realizado un excelente trabajo de asesoría de prensa, poniendo sus productos con gran destaque y con cierta frecuencia en los editoriales de diversos medios. Ejemplo son las materias publicadas en las ediciones de mayo de las revistas **Gula** y **Prazeres da Mesa**, principales vehículos dirigidos a la gastronomía en el país.



CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

En Brasil, cerca de 70% de los productos orgánicos son vendidos en supermercados que ya lanzan marcas específicas y, en los grandes centros urbanos, están ampliando y criando espacios exclusivos de venta de estos productos.

Los puntos de comercialización engloban procesadoras, distribuidoras, tiendas y restaurantes naturales, hoteles, ferias libres (en la calle), grandes y pequeños comercios al por menor, centrales mayoristas, hospitales, además de la entrega de canastas domiciliarias, una característica notable de la comercialización de alimentos orgánicos.

Domiciliar: Suministro de verduras surtidas en bolsas en las residencias.

Verdulería: Venta directa como producto orgánico o producto convencional.

Ferias libres: Venta directa o suministro para dueños de tiendas que actúan en estos comercios. Ya existen algunas de estas ferias especializadas solamente en ventas de orgánicos donde se pueden comprar verduras, legumbres, frutas, miel, panes, lácteos y huevos directo de productores certificados. Sólo en São Paulo ya existen cinco de estas ferias.

Supermercados, Varejões (retail) y restaurantes vegetarianos: Ventas a granel o en bandejas con la marca y sello orgánico. Según la Asociación Brasileña de Supermercados, en 2006, las ventas de estos ítems en los supermercados presentaron crecimiento alrededor de un 25%, que representa cerca de R\$ 1,25 mil millones.

Mayoristas de los Ceasas (Centros de Distribución): Entrega del producto en consignación.

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA



**Hamburguesa Orgánica
Congelada Friboi**



Café del tipo Arabica Floresta



Native Azúcar Claro del Tipo Cristal



Tes para Relajar Campo Verde



**Harina de Mandioca Especial
Orgánicos Cotrimaio**



Porotos Agro Ecologic



Blue Ville Arroz



Palmitos King of Palms



Jugo Milani



Salsa de Tomate Jatobá



**Especies Deshidratadas
Fuchs**



**Aceite de Oliva Español
Afandagh**



**Aceite de Oliva Portugués
Borges**



**Vino Blanco Goethe
Orgánico**



**Tomate Caqui Orgánico
TAEQ**



**Choclo Orgánico Cocido en
Vapor al Natural GOOD
LIGHT**



**Mix de Frutas Orgánicas
Secas y Castañas BIO
VIVER**



SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA LA PENETRACIÓN O COLOCACIÓN, MANUTENCIÓN Y/ O CONSOLIDACIÓN DEL PRODUCTO CHILENO

Brasil es un mercado muy prometedor para los orgánicos. Sin embargo, las empresas con interés en actuar en este segmento deben tener claro que se trata de una labor de largo plazo, con inversión en promoción, especialmente en puntos de ventas, que tenga por objetivo ampliar el conocimiento del consumidor sobre los productos para sólo en una segunda fase partir para el trabajo de fidelidad de consumo.

La asociación con la gastronomía se ha mostrado muy favorable para la expansión del sector de orgánicos, debiendo ser una de las prioridades en una estrategia de marketing.

Especialmente para introducción de los productos en el mercado, sugerimos la participación en la Biofach ya que el evento proporcionará el contacto con los principales agentes de sector.

FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS

Biofach América Latina 2007

Fecha: Del 16 al 18 de octubre de 2007

Lugar: Transamérica Expo Center - São Paulo - Brasil

Web: www.biofach-americalatina.com.br

Informaciones: Planeta Orgánico

Tel: (55-21) 2239-2395/ Fax: (55-21) 2540-7707/ E-mail: biofach@planetaorganico.com.br

Bio Brazil Fair - Feria Internacional de Productos Orgánicos y Agroecología

Fecha: Mayo de 2008

Lugar: Pabellón de la Bienal de Ibirapuera

Web: www.biobrasilfair.com.br

Informaciones: Francal Ferias

Tel: (55-11) 6226-3100/ E-mail: icom@francal.com.br

OTRA INFORMACION RELEVANTE

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) – www.agricultura.com.br

Agência de Vigilância Sanitária (Anvisa) – www.anvisa.gov.br

Planeta Orgánico – www.planetaorganico.com.br

Organics Brasil - www.organicosbrasil.org

Embrapa Agrobiologia - www.cnpab.embrapa.br

Associação de Certificação Instituto Biodinâmico (IBD) - www.ibd.com.br

Associação dos Produtores e Processadores de Orgânicos do Brasil - www.brasilbio.com.br

Agrorgânica - www.agrorganica.com.br

Associação de Agricultura Orgânica - www.aao.org.br

International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM) - www.ifoam.org