

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA

LA MOLINA

FACULTAD DE AGRONOMÍA



**“REQUISITOS Y PROCEDIMIENTOS PARA EL CORRECTO
ETIQUETADO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS DE LAS
PRINCIPALES NORMAS EXTRANJERAS EU, NOP, JAS Y
CANADÁ”**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL
TÍTULO DE INGENIERA AGRÓNOMA**

DIANA ISABEL CHARCAPE HUAITA

LIMA - PERÚ

2021

**La UNALM es titular de los derechos patrimoniales de la presente investigación
(Art. 24 - Reglamento de Propiedad Intelectual)**

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA LA MOLINA
FACULTAD DE AGRONOMÍA

**“REQUISITOS Y PROCEDIMIENTOS PARA EL CORRECTO
ETIQUETADO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS DE LAS PRINCIPALES
NORMAS EXTRANJERAS EU, NOP, JAS Y CANADÁ”**

Diana Isabel Charcape Huaita

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el título de:

INGENIERA AGRÓNOMA

Sustentado y aprobado ante el siguiente jurado:

.....
Ing. Mg. Sc. William Arteaga Donayre
PRESIDENTE

.....
Ing. Saray siura Céspedes
ASESOR

.....
Ing. Mg. Sc. Isabel Montes Yarasca
MIEMBRO

.....
Ing. Mg. Sc. Sarita Moreno Llacza
MIEMBRO

LIMA- PERÚ

2021

DEDICATORIA

A mi madre, quien es motor y motivo para alcanzar mis metas propuestas.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional Agraria La Molina por su valiosa formación profesional que me ha permitido ejercer mi amada carrera de Agronomía.

A mi asesora, la Ing. Saray Siura, por sus aportes y apoyo en la realización del presente trabajo.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|----|
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. OBJETIVOS | 3 |
| 2.1. Objetivo general..... | 3 |
| 2.2. Objetivos específicos | 3 |
| III. REVISIÓN DE LITERATURA | 4 |
| 3.1. Certificación orgánica..... | 4 |
| 3.1.1. Principales normas orgánicas | 5 |
| 3.2. Etiquetado | 8 |
| 3.2.1. Importancia del etiquetado con respecto a la certificación orgánica | 9 |
| 3.2.2. Requisitos generales de etiquetado en producción orgánica..... | 10 |
| 3.2.3. Etiquetado de productos orgánicos para la Unión Europea (Reglamentos 834/2007 y 889/2008) | 11 |
| 3.2.4. Etiquetado de productos orgánicos para Estados Unidos (USDA NOP)..... | 15 |
| 3.2.5. Etiquetado de productos orgánicos para Japón (JAS)..... | 23 |
| 3.2.6. Etiquetado de productos orgánicos para Canadá (COR)..... | 26 |
| 3.3. Mercado orgánico en el Perú | 30 |
| 3.3.1. Principales cultivos de exportación..... | 31 |
| 3.3.2. Principales destinos y cifras de exportación | 31 |
| IV. DESARROLLO DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL | 33 |
| 4.1. Principales similitudes y diferencias de etiquetado según normativa..... | 33 |
| 4.2. Criterios de etiquetado de las agencias certificadoras | 36 |
| 4.3. Procedimiento de revisión y aprobación de etiquetas..... | 37 |
| 4.4. Principales problemas detectados durante la evaluación de etiquetas | 40 |
| 4.5. Seguimiento del correcto etiquetado por los organismos certificadores | 46 |
| V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 49 |

| | |
|----------------------------|----|
| 5.1. Conclusiones..... | 49 |
| 5.2. Recomendaciones | 50 |
| VI. BIBLIOGRAFÍA..... | 51 |
| VII. ANEXOS | 55 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1: Información obligatoria en etiquetas para alimentos según FDA | 16 |
| Tabla 2: Diferencias en las normas de etiquetado EU, NOP, JAS y COR..... | 34 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1: Alineación de información y proporción de otros logos con respecto al logo EU | 12 |
| Figura 2: Logo EU en color verde original y en color negro | 13 |
| Figura 3: Ejemplo de correcto etiquetado de producto orgánico intermedio de un solo ingrediente, EU | 14 |
| Figura 4: Ejemplo de correcto etiquetado de producto orgánico procesado con más de un ingrediente, EU | 15 |
| Figura 5: Colores permitidos del logo USDA NOP | 18 |
| Figura 6: Ejemplo de correcto etiquetado de producto intermedio nonretail con categoría de orgánico NOP | 19 |
| Figura 7: Etiqueta correcta de producto fresco orgánico en presentación retail, NOP | 20 |
| Figura 8: Etiqueta correcta de producto orgánico procesado en presentación retail, NOP | 20 |
| Figura 9: Etiqueta correcta de producto con categoría “hecho con orgánico”, NOP | 21 |
| Figura 10: Etiqueta correcta de producto orgánico NOP de una marca privada | 22 |
| Figura 11: Logo oficial JAS | 24 |
| Figura 12: Correcto etiquetado de producto fresco orgánico JAS | 25 |
| Figura 13: Correcto etiquetado de producto orgánico procesado de un solo ingrediente, JAS | 25 |
| Figura 14: Logos oficiales del COR | 27 |
| Figura 15: Ejemplo de correcto etiquetado de producto orgánico intermedio en presentación nonretail, COR | 28 |
| Figura 16: Ejemplo de correcto etiquetado de producto orgánico COR | 29 |
| Figura 17: Ejemplo de correcto etiquetado de producto con 85 % de ingredientes orgánicos, COR | 30 |
| Figura 18: Valor de importaciones de los principales destinos de productos orgánicos, 2017. | 31 |

| | |
|---|----|
| Figura 19: Toneladas importadas por los principales países de destino de productos orgánicos, 2017..... | 32 |
| Figura 20: Ejemplo de correcto etiquetado de producto orgánico certificado bajo EU, NOP y JAS | 36 |
| Figura 21: Etiqueta que muestra una marca comercial y nombre del producto certificado | 42 |
| Figura 22: Etiquetado incorrecto de producto orgánico al por mayor..... | 43 |
| Figura 23: Etiquetado incorrecto de producto “Hecho con orgánico”, NOP | 45 |
| Figura 24: Errores comunes de etiquetado de producto orgánico con destino a Europa y Estados Unidos | 46 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|--|----|
| Anexo 1: Cálculo del porcentaje de ingredientes para obtener un producto con categoría de “orgánico” | 55 |
| Anexo 2: Cálculo del porcentaje de ingredientes para obtener un producto con categoría de “hecho con orgánico” | 55 |
| Anexo 3: Principales cultivos orgánicos a nivel nacional en el 2019 | 56 |
| Anexo 4: Exportaciones de productos orgánicos 2014 - 2020 (FOB US\$)..... | 57 |

PRESENTACIÓN

Obtener la certificación orgánica tiene su origen en la creciente preocupación general de gobiernos, empresas, grupos interesados y la ciudadanía por proteger el medio ambiente. La certificación es otorgada por organismos capacitados que avalan el cumplimiento de los procesos de las empresas acorde a las normas de certificación solicitadas. No cualquier producto puede ser identificado como “orgánico certificado” si no ha sido obtenido bajo la supervisión de un organismo certificador.

El etiquetado es un mecanismo para brindar información sobre el estado orgánico del producto para que el consumidor tome decisiones acertadas al momento de adquirir tales alimentos. Las principales normas orgánicas que lideran el mercado han establecido sus regulaciones y requisitos para el correcto etiquetado de los productos con la finalidad de diferenciarlos de otros, del mismo modo han definido sus regulaciones para el uso de los sellos que los representan. Es importante que se cumpla con las normas de etiquetado porque la etiqueta es el reflejo de toda la cadena de valor de obtención del producto en base a estándares puntuales y es la cara que representa a una o más normas frente al consumidor.

Las empresas certificadas son las responsables de etiquetar sus productos y de cumplir con las normas de certificación. Sin embargo, se ha determinado que existe una deficiencia en el conocimiento de las regulaciones de etiquetado que está causando demoras en los procesos de certificación y comercialización de las empresas, así como un mayor trabajo y esfuerzo por parte de los organismos de certificación para dar cumplimiento a las etiquetas.

El objetivo del presente trabajo es enfatizar la importancia de las normas de etiquetado, el por qué sus indicaciones son reguladas de forma puntual y presentar diferentes casos reales de productos de acuerdo al contexto de la comercialización. Asimismo, actualizar e informar sobre las indicaciones que deben llevar las etiquetas y las regulaciones para el uso de sellos, esto, a través de ejemplos prácticos por cada norma. La finalidad de brindar esta información es otorgar a los usuarios y a las empresas una guía de ayuda con ejemplos gráficos sobre el correcto etiquetado y agilizar sus procesos de exportación.

I. INTRODUCCIÓN

Desde sus comienzos la agricultura orgánica ha suscitado creciente interés y apoyo a nivel mundial, debido a que la humanidad viene tomando conciencia del continuo deterioro ambiental y su efecto sobre nuestra calidad de vida, cuyos temas han contribuido al crecimiento de la producción y las ventas orgánicas en los últimos años.

La Certificación surge como una estrategia para cubrir el aumento de la demanda de productos orgánicos, especialmente de grandes mercados como los de Estados Unidos, países de Europa, Japón y Canadá (Ramos y Alexander, 2016). Posteriormente, estas regiones establecieron estándares de certificación que hoy en día son las que lideran el mercado orgánico mundial y las que establecen los requisitos para que un producto que ingresa a estas regiones sea considerado como “orgánico”.

El etiquetado es la última etapa en la cadena de certificación antes de la comercialización y es el aval que permite mostrar al consumidor, si un producto ha sido obtenido en cumplimiento con una o más normativas orgánicas, además, en las etiquetas se puede mostrar el sello del programa en cumplimiento o el sello del organismo que lo certifica y diferenciarlo así de otro tipo de productos.

Dado que cada norma tiene sus propios principios y criterios para el etiquetado de productos, y no hay una homologación de estos criterios, muchas empresas que realizan empaque y exportación suelen tener problemas a la hora de cumplir con los lineamientos de cada estándar, sobre todo cuando la exportación del producto va dirigida a más de una región o se quiere usar más de un sello en el empaque. A esto se suman algunos criterios adicionales que las agencias de certificación solicitan como parte de sus procedimientos. Además, todas las normativas orgánicas requieren que las etiquetas sean aprobadas por los organismos de control antes de que se proceda con la exportación.

De ahí la importancia en que toda operación o empresa del rubro orgánico conozca de los requisitos de etiquetado de cada normativa bajo la cual están certificados para promocionar sus productos y otorgar garantías al consumidor, así como la importancia de no cometer un incumplimiento y no tener problemas a la hora de realizar sus exportaciones.

Si hablamos de la competitividad del Perú a nivel de producción y exportación de productos orgánicos, en el 2019 el Perú alcanzó a tener 328,009.13 hectáreas orgánicas y un área en transición de 66,143.09 hectáreas (SENASA, 2020). Asimismo, las exportaciones de productos orgánicos en el 2018 alcanzaron los US\$ 438 millones, incrementándose desde el 2012 en 136.7% (PROMPERU, 2019).

II. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

- Contribuir con la información y actualización de las normas del etiquetado para productos orgánicos de los principales destinos de exportación.

2.2. Objetivos específicos

- Describir el procedimiento de evaluación, seguimiento y aprobación de etiquetas bajo programas orgánicos desde la perspectiva de un organismo certificador.
- Proporcionar una guía práctica para el correcto etiquetado de los productos orgánicos de exportación y reducir fallas en el procedimiento de elaboración de etiquetas.

III. REVISIÓN DE LITERATURA

3.1. Certificación orgánica

Como consecuencia del crecimiento de la producción y demanda mundial de alimentos orgánicos en el mundo, surgió la necesidad de validar la naturaleza orgánica de los productos que se comercializaban como tales, dado que el producto convencional y el producto orgánico pueden tener una apariencia muy similar (García, 2017). Esto originó el desarrollo de varios programas de certificación voluntaria creados por los gobiernos, organizaciones privadas y por los mismos empresarios.

De acuerdo con Miranda (2016), la certificación orgánica se puede definir como un proceso que permite verificar si un sistema cumple con los estándares de producción ecológica según las normas del país de destino de exportación. Los principios de estos programas de certificación se enfocan en el bienestar agronómico, en el uso mínimo de insumos sintéticos, en el bienestar animal, bienestar social y en el mantenimiento de los recursos del medio, de la biodiversidad y de la fertilidad del suelo. Un producto orgánico certificado es entonces aquel que se obtiene en cumplimiento de un estándar ecológico que ha sido controlado por una entidad mayor. Por tanto, la certificación entrega a los consumidores la garantía de que los productos que están consumiendo han sido producidos bajo protocolos establecidos de una norma o reglamento que establece la calidad final del producto.

El proceso de certificación es ejecutado bajo la supervisión de un organismo de certificación que debe estar inscrito y reconocido en el mercado de destino al que el productor desee acceder para comercializar su producto. De esta forma la certificación es un instrumento que permite a los operadores acceder a los mercados con la garantía de que el producto cumplió con las exigencias impuestas y a la vez, es el respaldo ante los consumidores que buscan consumir productos orgánicos (MINAGRI, 2015).

A continuación, se resume en los siguientes puntos la importancia de la certificación orgánica:

- Permite diferenciar la agricultura orgánica de otros tipos de agricultura sustentable.
- Permite la consolidación de nuevas empresas locales, así como agrupaciones de pequeños productores en asociaciones o cooperativas en busca de una mayor rentabilidad en sus ganancias.
- Proporciona un vínculo de confianza y una convicción a los consumidores de que se han cumplido con los respectivos estándares durante los procesos de la producción.
- Permite el acceso a mercados extranjeros crecientes.
- Se logra obtener un mejor precio en el mercado en comparación a otros productos.

3.1.1. Principales normas orgánicas

Actualmente las regulaciones gubernamentales que afectan al comercio mundial y al desarrollo de estándares orgánicos de otros países son los Reglamentos 834/2007 y 889/2008 de la Unión Europea (UE), el Programa Orgánico Nacional de EE. UU., el Estándar Agrícola Japonés – JAS de Japón y, por último, pero no menos importante, el Régimen Orgánico de Canadá (COR). Estos países que ejercen el cumplimiento de sus regulaciones locales son los mayores importadores de productos orgánicos a nivel mundial. Del mismo modo son los principales destinos de exportación de productos orgánicos provenientes de Perú y América Latina en general.

Los mercados de la Unión Europea, Estados Unidos y Japón, tienen regímenes estrictos para la importación de productos orgánicos. En estos mercados, los productos orgánicos de otros países pueden ser importados si los organismos de certificación han sido aprobados por una autoridad competente. Para lo cual, es necesario el cumplimiento o la equivalencia con los requisitos de los países importadores. Estos requisitos pueden ser cumplidos mediante: acuerdos bilaterales entre el exportador y el país de destino de importación y, la aceptación directa del organismo de certificación de importación por el país de destino (Bayona y Púñez, 2009). En el Perú, se viene realizando la exportación de productos certificados bajo el segundo sistema: Organismos de certificación acreditados por el país de destino de importación o por una entidad reconocida del país importador.

A continuación, se proporciona una breve descripción de cada normativa orgánica:

Reglamentos (CE) 834/2007 y 889/2008 de la Unión Europea

A la fecha, estos reglamentos son los actuales vigentes para que un producto sea reconocido como ecológico en la Unión Europea.

Las siglas CE hacen referencia a “Comisión Europea”, ente conformado por líderes representantes de los países que conforman la Unión Europea y que son responsables de la ejecución de nuevas leyes. En efecto, la CE es el responsable de la aprobación de los Reglamentos 834/2007, 889/2008 y otras relacionadas al ámbito de producción orgánica. A materia de certificación, se utiliza más como referencia el Reglamento 889/2008 pues es el que establece los criterios específicos para la producción y etiquetado de productos ecológicos.

Cabe indicar que, el 30 de mayo de 2018 se publicó el Reglamento (UE) 2018/848 por el que se deroga el Reglamento (CE) 834/2007 y que entrará en vigencia el 01 de enero de 2022 (Comisión Europea, 2018). Este nuevo reglamento es la regulación base y contiene las nuevas disposiciones en materia de producción orgánica para su certificación. Así, todo operador (empresa) que desee exportar producto orgánico a Europa a partir del 01 de enero de 2022 deberá estar certificado bajo este nuevo reglamento.

De acuerdo con Aguirre (2016), para esta norma, la marca del alimento ecológico se identifica con las referencias: ecológico, orgánico y biológico. En la Unión Europea se consideran vocablos sinónimos. La diferencia proviene del país y del idioma que se considere y no de los métodos productivos que los definen. Así, en España, Alemania, Dinamarca, Suecia y Noruega se emplea el término ecológico; en Francia, Italia, Grecia, Holanda y Portugal es usual biológico, y en Inglaterra se utiliza el término orgánico.

Programa Orgánico Nacional (NOP) de Estados Unidos

Esta es la normativa orgánica nacional de Estados Unidos, la cual es administrada por el Departamento de Agricultura del propio país (USDA).

Este programa adopta solamente el término de “orgánico” para definir a los productos que se obtienen en conformidad con la norma.

A la par, el NOP mantiene un manual denominado *Program Handbook*, el cual está compuesto por una serie de guías y memorandos que abarcan temas específicos y a más

profundidad o que explican ciertos conceptos que no están abarcados a fondo en el Programa en sí. El objetivo de este manual es orientar, brindar instrucciones, informar y esclarecer temas específicos de la normativa orgánica. Aquí, por ejemplo, se detallan algunos criterios adicionales de etiquetado de los productos.

Al igual que las normativas orgánicas europeas, el NOP está en proceso de actualización. El 13 de Julio de 2020 el USDA publicó la Propuesta del nuevo Reglamento NOP en la cual, se proponen cambios y actualizaciones en diferentes temas de la norma, uno de ellos, referido a los requisitos de etiquetado de productos a ser vendidos al por mayor o a granel. A la fecha, la Propuesta de la actualización del reglamento NOP todavía no es oficial y se mantiene abierta a consultas y sugerencias del público hasta definir los cambios y finalmente ser publicado en el sitio oficial del USDA.

Estándar Agrícola Japonés (JAS)

Los Estándares Agrícolas Japoneses (JAS), son los estándares nacionales de Japón establecidas por el Ministerio de agricultura, silvicultura y pesca (MAFF).

Estas normativas están conformadas por Estándares y Criterios técnicos, que vienen a ser como los principios básicos de las leyes por ámbito de certificación y los requisitos específicos para la aprobación de los sistemas de calidad, respectivamente. Además, se apoya en una guía llamada *Questions and Answers* donde de forma similar al NOP, se presentan diferentes casos puntuales con ejemplos de situaciones específicas para ayuda al operador.

Para obtener esta certificación debe existir una etapa de manipulación del producto, ya sea el almacenado, un proceso simple donde no haya transformación, procesos complejos donde si existe transformación, etiquetado, empaçado o re-empaçado. Esto quiere decir que un operador que solo se dedica a la comercialización y no manipula el producto, no puede se puede certificar bajo esta norma, pues el objetivo del JAS, es que la operación cumpla con un sistema de control de calidad durante el proceso de etiquetado y uso del sello JAS.

Régimen orgánico de Canadá (COR)

La norma orgánica de Canadá está descrita en la Parte 13 de las Regulaciones sobre alimentos seguros para los canadienses (SFCR por sus siglas en inglés) y establecidas en dos documentos importantes, el CAN / CGSB-32.310 donde se establecen los principios generales y normas de gestión de producción orgánica y el CAN / CGSB-32.311 donde se establecen las listas de sustancias permitidas. Estas regulaciones se mantienen en constante actualización, siendo la última vez que se actualizó en el año 2020, y es la que actualmente se usa para fines de certificación.

El Régimen Orgánico de Canadá - COR se refiere al sistema de certificación orgánica y no es más que un régimen de la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos – CFIA, entidad gubernamental responsable de la supervisión de este régimen. El propósito del COR es regular a todas las partes involucradas en la certificación de productos orgánicos y verificar que se cumplan todos los requisitos regulatorios, estándares y documentos de orientación aplicables a la norma. Por otra parte, mantiene un acuerdo de equivalencia con el Programa Orgánico Nacional de Estados Unidos. Esto quiere decir que una operación certificada bajo el NOP puede vender sus productos certificados a Canadá sin requerir de un certificado independiente bajo el COR. Para el caso de países terceros como el Perú, la equivalencia entre el NOP y COR funciona siempre que se cumplan con algunos requisitos. Así, un producto que ha sido certificado bajo el NOP en el Perú puede exportarse a Canadá siempre que:

- Si es un producto agrícola, no se haya producido con el uso de nitrato de sodio y no se haya producido mediante métodos de producción hidropónicos o aeropónicos.
- Si se trata de productos derivados de animales, haber sido obtenidos de acuerdo con las tasas de ganado versus área según lo establecido en la versión más reciente de la normativa.

3.2. Etiquetado

De acuerdo con Ruiz y Cenarro (2016), el etiquetado es el principal medio de comunicación entre los productores y el consumidor, y permite conocer el alimento, su origen, su modo de conservación, los ingredientes que lo componen o los nutrientes que aportan a nuestra dieta. Por eso es importante que exista una regulación que nos asegure comprender de forma sencilla y clara toda la información relativa a los alimentos que consumimos.

En el sector de alimentos y productos agrícolas, la mayor parte de las etiquetas existentes a nivel internacional, nacional y regional son obligatorias, y entre ellas se encuentran diversos tipos de etiquetas informativas. Estas etiquetas han sido creadas e impuestas con el objeto de dar a conocer las características o atributos del producto que, según los legisladores, un consumidor necesita o debería conocer. En general, se ha aceptado el uso de estas etiquetas como una forma sencilla, directa y adecuada de presentar esta información. Sin embargo, también existen diversos tipos de etiquetas voluntarias cuyo objetivo es ayudar a los consumidores a distinguir entre alimentos o productos agrícolas similares. En este grupo se encuentran las etiquetas de productos obtenidos bajo certificación orgánica. Dado que la certificación es voluntaria, solo se podrá usar etiquetas con referencia a ella si el productor o fabricante obtuvo dicha certificación (TerraChoice Environmental Services Inc., 2000).

El enfoque de las normativas orgánicas para establecer requisitos de las etiquetas se centra en brindar información al consumidor sobre el origen del producto, esto es, en su condición orgánica, además de asegurar una correcta trazabilidad. De acuerdo con el Codex alimentarius (2004), la trazabilidad se define como la capacidad para seguir el desplazamiento de un alimento a través de una o varias etapas especificadas de su producción, transformación o elaboración. Más ligado a las normas de certificación, Briz y De Felipe (2004) definen trazabilidad como “la metodología que permite conocer la evolución histórica de la situación y trayectoria que ha seguido un producto o lote de productos a lo largo de la cadena alimentaria”. El etiquetado, es entonces, parte de un sistema de trazabilidad que los operadores deben realizar para cumplir con las regulaciones alimentarias del país de destino y de normas de certificación como en el caso de productos orgánicos.

3.2.1. Importancia del etiquetado con respecto a la certificación orgánica

La importancia radica en que el etiquetado forma parte de la cadena productiva que las normas orgánicas consideran a regulación para la certificación de los productos.

Todas las empresas que pasan por un proceso de inspección para obtener la certificación son evaluadas en cada etapa de la producción, siendo la del etiquetado, la última y una de las más críticas, antes de realizar la comercialización ya que el uso de la mención de “orgánico u ecológico” en los empaques o etiquetas, expresa que el producto ha cumplido con todos los requisitos aplicables a la normativa en todas las etapas previas al etiquetado.

Por ello, las normas abarcan criterios específicos en la información que se debe incluir en las etiquetas, así como el uso de sus sellos o logos. Además, es en la etiqueta donde se debe mencionar el origen del producto, a nivel del país de producción y de empresa u operador responsable.

La declaración del lote en las etiquetas es también trascendental tanto para el productor como para las autoridades reguladoras, pues de presentarse una emergencia o contaminación en el producto que obligue a su retiro, se puede fácilmente identificar el grupo de productos que presenta el problema y retirar ese lote específico y no todo el producto que se está comercializando en el mercado (MEIC, 1997).

La certificación otorga a las empresas el permiso para que estas etiqueten sus productos como orgánicos y puedan hacer uso de sus logos, los cuales les otorga un distintivo en relación a otro tipo de empresas que pueden usar indebidamente el calificativo de “saludable” o “natural” en los empaques, situación que frecuentemente confunde al consumidor. No quiere decir que un producto “natural” no haya sido como tal, producido u obtenido por métodos naturales; sin embargo, no existe un aval de que lo mencionado haya sido en efecto así pues no se evidencia en la información del producto que haya un ente responsable del control o verificación de los procesos de obtención. Por tanto, esto genera desconfianza en el consumidor. De ahí que más empresas y productores estén interesados en obtener la certificación.

Así, para que el consumidor distinga a los alimentos ecológicos, el etiquetado debe ser claro y conciso, evitando calificativos exagerados o alegaciones nutritivas que no estén permitidas. De esta manera, los consumidores finales pueden tener la seguridad de que el producto que están adquiriendo ha sido producido en conformidad con los estándares de certificación. En efecto, de acuerdo con Hamzaoui y Zahaf (2009), los resultados de una evaluación a consumidores muestran que la certificación, el país de origen y el etiquetado están todos relacionados con el nivel de confianza de los consumidores cuando consumen alimentos orgánicos.

3.2.2. Requisitos generales de etiquetado en producción orgánica

Las empresas que logran obtener la certificación deben etiquetar los productos de acuerdo a los requisitos de cada normativa y según el país de destino del producto; en caso de hacer

uso de dos o más sellos en un empaque y/o etiqueta, deberán cumplir con los requisitos y características del sello de cada normativa independientemente del país de destino.

Ahora bien, los requisitos de las normativas orgánicas pueden variar por el tipo de producto y por la presentación bajo la cual se comercializan. Por tanto, se deben definir los siguientes conceptos:

Productos simples: son aquellos conformados por un solo ingrediente agrícola, por ejemplo, productos frescos sin procesar como las frutas y verduras; cereales u otras partes comestibles de los cultivos. También hay de los que pasan por un proceso de transformación como las harinas, deshidratados, purés, entre otros, que incluyan como único ingrediente a materias primas agrícolas.

Productos multi-ingredientes: son aquellos conformados por más de un ingrediente, por ejemplo, un mix de almendras y sacha inchi, barras de chocolate, mezcla de harina de quinua y kiwicha, concentrado de jugo de frutas. Se consideran aquí a los productos que puedan tener en su composición a coadyuvantes, aditivos, saborizantes, colorantes.

Productos intermedios: son aquellos que se usarán como ingrediente en el país de destino para la elaboración de otros productos industriales o procesados y que se suelen vender en grandes cantidades como en sacos, cajas, cilindros. A estos tipos de presentación se le denominan al por mayor o *nonretail* (en inglés).

Productos finales: son aquellos productos que se empacan para venta al consumidor directo, es decir al por menor o *retail* (en inglés). Algunos tres ejemplos pueden ser, empaques de café tostado molido de 250 gramos puestos en tiendas minoristas, barras de chocolate de 100g exportadas a un supermercado extranjero y nibs de cacao en frascos de vidrio de 500g.

3.2.3. Etiquetado de productos orgánicos para la Unión Europea (Reglamentos 834/2007 y 889/2008)

Estas normas adoptan la palabra “ecológico” como principal término para definir a los productos certificados. Por ello, se regula que los alimentos deben etiquetarse como ecológicos cuando el 95 % de sus ingredientes de origen agrario sean también ecológicos. El otro 5% pueden ser ingredientes inertes, aditivos, ayudas de proceso, o ingredientes mencionados en el Anexo VIII (Aditivos alimentarios y coadyuvantes tecnológicos permitidos) de la norma 889/2008.

Sobre la indicación del lote, la directiva del Parlamento Europeo 2011/91/UE (2011) establece que para el caso general de alimentos envasados que se comercializan en la Unión Europea, el lote deberá figurar en el embalaje previo o en una etiqueta unida a este. De esta forma, los reglamentos orgánicos también adoptan a la identificación del lote en los productos certificados como parte de sus requisitos.

De acuerdo con el Artículo 24 del Reglamento 834/2007, las etiquetas de productos “ecológicos” pueden mostrar el logo de la Unión Europea, y su uso, para el caso de Perú, es de carácter voluntario. Asimismo, no se puede usar en aquellos productos que estén certificados como en “transición o en conversión” (conforme al Artículo 57 del Reglamento 889/2008). Por otro lado, el logo deberá estar siempre acompañado de dos referencias importantes, la primera, es el código numérico del organismo certificador responsable de la aprobación del producto como orgánico, representado por el código PE-BIO-XXX, donde “XXX” hace referencia al número asignado por la Comisión de la Unión Europea al organismo certificador, y la segunda, es el lugar de origen de la materia prima que deberá indicarse con la siguiente frase: *Non EU Agriculture* (que significa producido fuera de la Unión Europea) o *Peru Agriculture* (Agricultura de Perú en español). Además, se deberá considerar que la información que acompaña al logo debe estar correctamente alineada con el mismo y si en el empaque se hace uso de otro logo ya sea de cualquier normativa o estándar, este no deberá ser más prominente que el logo EU (Figura 1). Finalmente, la norma 889/2008 es flexible en cuanto al color del logo que se puede usar en la etiqueta; por lo general, se usa el color verde original o en blanco y negro (Figura 2).

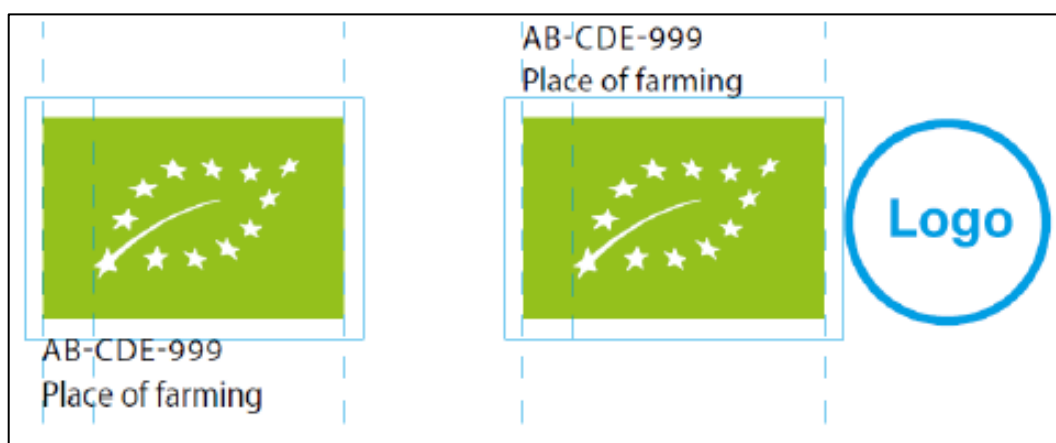


Figura 1: Alineación de información y proporción de otros logos con respecto al logo EU

Fuente: Comisión Europea, 2010



Figura 2: Logo EU en color verde original y en color negro

Fuente: Comisión Europea, 2010

Dependiendo del color del material de empaque y cuando solo es factible la impresión de la información en un solo color, ya sea que fuera una bolsa transparente, una caja de cartón o un empaque de color oscuro, se puede realizar el cambio de color del logo. En el Manual del usuario del logotipo EU se han publicado varios ejemplos con diferentes colores del logo.

Si no se hace uso del logo, entonces en la etiqueta se deberá indicar de todas maneras el código PE-BIO-XXX y debajo la frase *Peru Agriculture*, *Agricultura de Perú* o *Non EU Agriculture* para hacer referencia al código de identificación del organismo certificador y el lugar de origen de la materia prima, respectivamente.

Son los artículos 24 del Reglamento 834/2007 y 31 del Reglamento 889/2008 los que abarcan las indicaciones que se deben colocar en las etiquetas, además, estas normas solo basan sus criterios en cuanto se trata de productos intermedios y productos finales, ya sean simples o multi- ingredientes. Tales indicaciones se describen a continuación:

Etiquetado de la norma europea para productos intermedios

Se debe identificar el nombre y dirección del operador o el propietario o el vendedor del producto, así también al organismo certificador y el lote. Además, el nombre del producto debe mencionar el método de producción orgánica (bio, ecológico, orgánico).

Los productos intermedios son comercializados en envases con etiquetas que contienen información limitada y solamente necesaria, pues no se usa para fines comerciales o de publicidad, sino más bien para la identificación de los productos contenidos en dichos envases de alta capacidad durante el transporte.

Uno de los errores que se puede cometer en el etiquetado es omitir alguna información por considerar que “existe una falta de espacio” en las etiquetas para colocar la información solicitada por la norma, hecho que pone en error al operador y que conlleva a que se solicite las correcciones por parte de los organismos certificadores para que la etiqueta esté en cumplimiento. Solo para este caso, la norma establece que el lote puede estar mencionado en los documentos de acompañamiento como facturas, guías, etc. Además, las presentaciones más comunes donde van las etiquetas se tratan de cajas, sacos o bolsas. En la Figura 3 se muestra un ejemplo de correcto etiquetado bajo este criterio.



Figura 3: Ejemplo de correcto etiquetado de producto orgánico intermedio de un solo ingrediente, EU

Fuente: Control Unión Perú, 2018

Etiquetado de la norma europea para productos finales (que no van a ser re-etiquetados en el país de destino)

Al igual que en los productos intermedios, las etiquetas deben identificar al operador, al organismo certificador, al producto y su condición ecológica. Lo que no es factible, es que se omita la identificación del lote, pues se tiene que mostrar como parte de la trazabilidad. Además, cuando el producto está constituido por más de un ingrediente, se debe consignar la lista de todos los ingredientes. Así también, se debe identificar a los ingredientes como "orgánicos" en la declaración. En la Figura 4 se muestra un ejemplo de correcto etiquetado bajo este criterio.

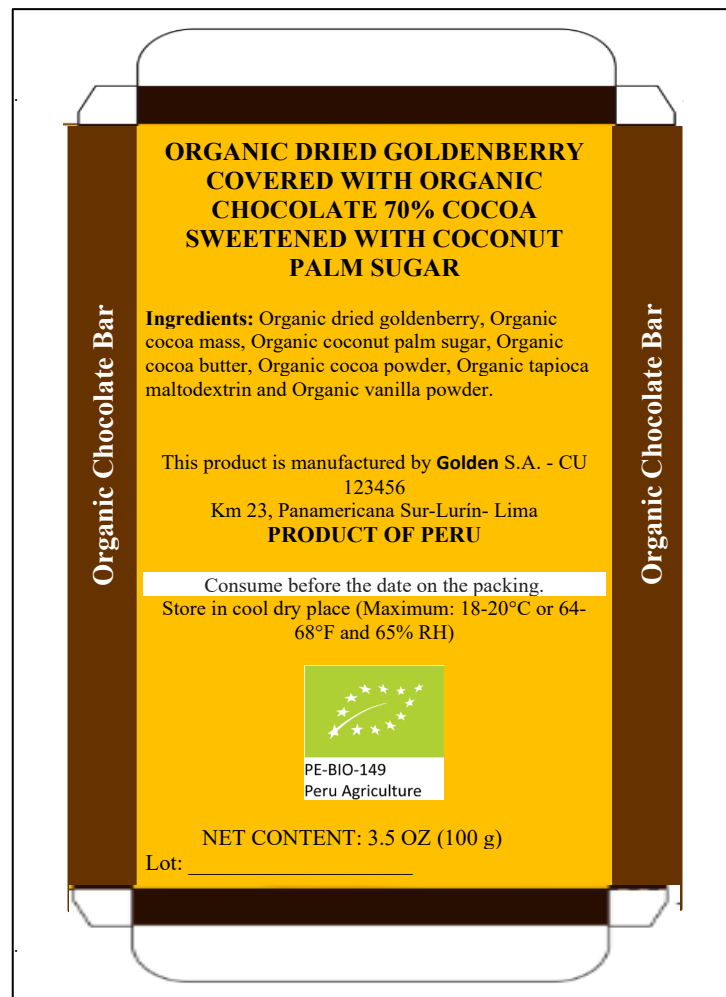


Figura 4: Ejemplo de correcto etiquetado de producto orgánico procesado con más de un ingrediente, EU

Fuente: Control Unión Perú, 2019

3.2.4. Etiquetado de productos orgánicos para Estados Unidos (USDA NOP)

La norma NOP vela por la integridad de alimentos orgánicos que se comercializan dentro de Estados Unidos; sin embargo, existe una entidad mayor gubernamental responsable de la regulación de alimentos en general, tanto para personas como para animales, medicamentos, entre otros, y que establece criterios mínimos de etiquetado de productos alimenticios (de todos los tipos) comercializados dentro del país. Esta entidad viene a ser la FDA de Estados Unidos (*U.S. Food and Drug Administration*, por sus siglas en inglés). Por tanto, respetar sus lineamientos deberá ser obligatorio para todos los operadores que exporten sus productos orgánicos a Estados Unidos. En la Tabla 1 se describen las indicaciones de etiquetado para productos alimenticios de acuerdo con la FDA.

Tabla 1: Información obligatoria en etiquetas para alimentos según FDA

| Requisito | Localización | 21 CFR |
|--|---------------------|---------------|
| Identidad del alimento | Panel Principal | 101.3 |
| Listado de ingredientes | Panel Informativa | 101.4 |
| Nombre y Dirección de la Empresa/Negocio | Panel Informativa | 101.5 |
| Información Nutricional | Panel Informativa | 101.9 |
| Contenido Neto | Panel Principal | 101.105 |
| Información de Alérgenos | Panel Informativa | FALCPA |
| Información Relevante | Panel Informativa | 101.17 |

Nota. Adaptado de Kopper, 2010

Por su parte, la norma NOP se enfoca en la composición del producto para establecer criterios de etiquetado, es decir, a nivel de los ingredientes que lo conforman. De acuerdo con la sección 205.301 de la norma, se establecen tres categorías de productos: 100 % orgánicos, orgánicos y hechos con ingredientes orgánicos.

Los productos 100 % orgánicos son aquellos que de acuerdo a su formulación están constituidos solo por ingredientes orgánicos, pueden ser productos simples como frutas, verduras, cereales, entre otros, por ejemplo: tomates orgánicos manejados bajo invernadero, puré de camote orgánico sin ingredientes adicionales, arándanos, bananos, jengibre. En este punto se verifican errores comunes de las empresas procesadoras al etiquetar sus productos como 100 % orgánicos cuando estos llevan por lo general agua, sal, u otros aditivos como ingredientes. Se debe tener en cuenta que, si se añaden otros insumos o ingredientes que no sean orgánicos, inmediatamente el producto pierde el estatus de 100 %. Ahora bien, puede ser que el producto tenga más de un ingrediente, en este caso, todos los ingredientes deben ser también 100 % orgánicos, y se refiere básicamente a los que están conformados por materias primas agrícolas, por ejemplo: quinua tricolor orgánica compuesta por quinua blanca, negra y roja 100 % orgánicas, barra energética 100% orgánica compuesta por chía, quinua, kiwicha popeada y azúcar orgánica. Entre los productos que pasan por un proceso de transformación se pueden mencionar a los purés, polvos, deshidratados, popeados, precocidos, chocolates, por ejemplo: lúcumo en polvo, cúrcuma deshidratada, pop de quinua.

Los productos con categoría de orgánicos son aquellos que de acuerdo a su formulación están constituidos por al menos 95 % de ingredientes orgánicos. En esta categoría calzan los productos que pueden tener en su formulación a saborizantes, aditivos, colorantes o agregados que no sean orgánicos, pero que estén en la Lista de sustancias permitidas de la norma y que sumen hasta un 5 % en la fórmula. En el Anexo 1 se muestra un ejemplo del cálculo del porcentaje de ingredientes orgánicos para obtener un producto con esta categoría.

La categoría de hecho con ingredientes orgánicos es aquella que de acuerdo a la formulación del producto está constituido por al menos 70 % de ingredientes orgánicos. Es importante recalcar que para todos los casos donde se requiere hacer la formulación, el agua y la sal no se deben contabilizar como ingredientes y no se deberán identificar como orgánicos. En el Anexo 2 se muestra un ejemplo del cálculo del porcentaje de ingredientes orgánicos para obtener un producto con esta categoría.

Además del enfoque en la composición del producto, esta normativa permite un criterio de etiquetado denominado “marca privada”. Un comerciante de producto con marca privada es una empresa que contrata el procesamiento y envasado de productos orgánicos a un tercero y no manipula físicamente los productos (USDA, 2012). Cabe mencionar que los comerciantes o *traders* en Estados Unidos no están obligados a obtener la certificación de los productos y pueden generar estos contratos por el servicio de proceso y empaque a otras empresas que sí la tienen. De esa manera pueden vender los productos bajo la marca que los representa, principalmente como una estrategia de comercialización. La intención de este etiquetado es que se muestre en los empaques la información comercial del importador, que es el distribuidor en el país de destino, y se omita la información del fabricante o empacador. El procesador o empacador certificado debe mantener un contrato vigente con la compañía importadora para que este último pueda vender los productos del procesador como orgánicos. En este punto no se debe confundir a marca privada con marca comercial. La primera hace referencia a la empresa importadora y la segunda a un nombre sobresaliente que se coloca en los empaques y que las empresas usan para identificar a productos específicos y para llamar la atención de los consumidores.

Al igual que la normativa europea, el uso del logo USDA es voluntario, y solo se puede usar en productos con categoría de “100 % orgánico” y “orgánico”. Queda prohibido el uso del logo USDA en productos que solo llegan a tener el 70% de ingredientes orgánicos (USDA, 2012). De acuerdo con la sección 205.303 de la norma, si en el empaque se incluye el logo del agente certificador, este no debe ser más prominente que el logo USDA.

Con respecto a las características del logo USDA, puede usarse en su color original y en blanco y negro. Si el material de empaque no permite ambas opciones, entonces, se puede usar el logo negro en combinación con el color del fondo de material de empaque según se muestra en la Figura 5.



Figura 5: Colores permitidos del logo USDA NOP

Fuente: U.S. DEPARTMENT OF AGRICULTURE – USDA, 2000

La composición del producto y el tipo de presentación son fundamentales para el NOP en el establecimiento de las indicaciones que deben ir en las etiquetas. Dichas indicaciones están definidas en la Subparte D de la normativa. Se resume a continuación:

Etiquetado de la norma USDA para productos intermedios

Este etiquetado abarca a los productos que serán comercializados bajo presentación *nonretail* con categoría "100 % orgánicos", "orgánicos" o "hechos con ingredientes orgánicos".

Aquí se debe mostrar el lote del producto como requisito obligatorio y luego, si el operador lo considera, se puede: colocar el nombre y la información de contacto del agente certificador del operador que empacó el producto final, identificar la categoría orgánica del producto, colocar las instrucciones de manipulación, usar el logo USDA (solo para el caso de productos con estatus 100 % orgánicos y orgánicos) y usar el sello del agente certificador.

Normalmente los operadores no se esfuerzan en colocar información adicional que no sea obligatoria por la norma NOP y por la FDA puesto que las etiquetas son usadas temporalmente para identificar a los productos durante el traslado hacia otros sitios o unidades donde serán desempacados para usarse en la manufacturación de otros productos procesados. Kopper (2010) indica que la FDA ha establecido que los alimentos a granel para procesamiento eventual y ciertos alimentos frescos están exentos de incluir información nutricional en las etiquetas. En la Figura 6 se muestra un ejemplo de una etiqueta de un producto orgánico que consta de un solo ingrediente. Se puede verificar que el empaque es *non retail* o no minorista (13.61 kg).



Figura 6: Ejemplo de correcto etiquetado de producto intermedio nonretail con categoría de orgánico NOP

Fuente: Adaptado de Control Unión Perú, 2018

Etiquetado de la norma USDA para productos finales

Este etiquetado abarca a los productos que serán comercializados en presentación *retail* con categoría 100 % orgánicos y orgánicos.

Aquí se debe identificar el lote, el nombre del producto, la lista de ingredientes, identificar los ingredientes como "orgánicos", mostrar el nombre del operador (empacador, distribuidor, importador, fabricante) del producto terminado y colocar la declaración *Certified organic by* seguido del nombre del organismo certificador del operador. Esta frase deberá ir siempre debajo de la información que identifica al operador. Puede ir, además, la dirección comercial, la dirección de internet o el número de teléfono del agente certificador en dicha etiqueta.

En este caso los operadores tienen la posibilidad de colocar la mayor información posible, usar diseños, imágenes llamativas, marcas, entre otras como parte de la publicidad de sus productos, pues estos serán colocados en puntos de venta que serán adquiridos directamente por el consumidor. Los errores comunes de etiquetado *retail* o al por menor están relacionados con los nombres comerciales colocados en las etiquetas que no vinculan o no representan a los nombres de los productos certificados. Otro problema recurrente es que colocan a la frase *Certified organic by* en el panel principal o en cualquier parte para acreditar que el producto es certificado; sin embargo, se debe tener en cuenta que, de acuerdo con el Memorando de Política 12-2 del NOP, se establece que la frase debe ir debajo de la información que identifica al operador.

En la Figura 7 se muestra una etiqueta de arándano fresco orgánico colocado en un envase *retail* de plástico para frutas. En este tipo de envases generalmente el lote y el tiempo de vida del producto va marcado en los mismos envases con tinta. Por otro lado, en la Figura 8 se muestra una etiqueta de un producto procesado orgánico también en presentación *retail* o al por menor. En este último no se visualiza el lote porque normalmente en este tipo de empaques el lote va con sello de agua.



Figura 7: Etiqueta correcta de producto fresco orgánico en presentación retail, NOP

Fuente: Control Unión Perú, 2018



Figura 8: Etiqueta correcta de producto orgánico procesado en presentación retail, NOP

Fuente: Control Unión Perú, 2019

Etiquetado de la norma USDA para productos finales con categoría “Hecho con orgánico”

Este etiquetado se refiere a los productos que serán comercializados en presentación *retail*. Aquí se debe indicar el nombre del agente certificador usando la frase *Certified organic by*, a menos que la dirección comercial, la dirección de internet o el número de teléfono del agente certificador ya se incluya en dicha etiqueta. Se puede indicar "elaborado con orgánicos", donde se podrá hacer referencia hasta tres ingredientes orgánicos en el panel principal del empaque. Así también, se deben identificar todos los ingredientes y no se debe hacer uso del logo USDA en ningún lugar o representar el producto como orgánico o indicar "elaborado con ingredientes orgánicos" sin mencionar de qué ingredientes se tratan. Por lo general, los productos con esta categoría no son muy comercializados ya que las empresas optan por buscar ingredientes certificados para que el producto final sea orgánico o 100 % orgánico y se pueda acceder a un mejor precio. Además, uno de los errores frecuentes en este tipo de productos es que las empresas suelen colocar el logo USDA en sus diseños y los presentan a los organismos certificadores para su aprobación cuando esto, según normativa, está prohibido. Algunos ejemplos de este tipo de productos son las bebidas con jugos de fruta orgánica con edulcorantes o saborizantes no orgánicos, galletas o panes que llevan ingredientes no orgánicos como harina de trigo, entre otros.

En la Figura 9 se muestra una etiqueta correcta de un producto con esta categoría.



Figura 9: Etiqueta correcta de producto con categoría “hecho con orgánico”, NOP

Fuente: USDA, 2012

Etiquetado de la norma USDA para marca privada

Se debe identificar el nombre del producto, colocar la lista de ingredientes e indicarlos como "orgánicos" cuando aplique. Se puede mostrar el nombre y la dirección del importador y/o distribuidor del producto terminado (marca privada). Así también, se debe colocar la declaración *Certified organic by*, seguido del nombre del organismo certificador y esta debe ir debajo de la información del importador. Finalmente, se debe identificar el lote del producto. En la Figura 10 se muestra una etiqueta correcta de un producto bajo este criterio donde la marca privada es "HEB", un distribuidor de Estados Unidos que no cuenta con la certificación orgánica. El procesador o empacador si debe contar con la certificación orgánica para que se pueda proceder correctamente.

| Nutrition Facts | | Amount/serving | % Daily Value* | Amount/serving | % Daily Value* |
|--|--|---|----------------|------------------------------|----------------|
| about 19 servings per container | | Total Fat 6g | 8% | Total Carbohydrate 7g | 3% |
| Serving size 1 1/2 tbsp (15g) | | Saturated Fat 4g | 20% | Dietary Fiber 0g | 0% |
| Calories per serving 90 | | Trans Fat 0g | | Total Sugars 7g | |
| | | Cholesterol <5mg | 2% | Includes 5g Added Sugars | 10% |
| | | Sodium 25mg | 1% | Protein 1g | |
| | | Vitamin D 0.5mcg 2% • Calcium 50mg 4% • Iron 0.1mg 0% • Potassium 70mg 2% | | | |

*The % Daily Value tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.

INGREDIENTS: ORGANIC CANE SUGAR, ORGANIC DEODORIZED CACAO BUTTER, ORGANIC WHOLE MILK POWDER, SALT, ORGANIC VANILLA.
MADE WITH PRIDE AND CARE FOR H-E-B®, SAN ANTONIO, TX 78204
CERTIFIED ORGANIC BY CONTROL UNION CERTIFICATIONS.
PRODUCT OF PERU • STORE IN A COOL, DRY PLACE

Figura 10: Etiqueta correcta de producto orgánico NOP de una marca privada

Fuente: Control Unión Perú, 2018

3.2.5. Etiquetado de productos orgánicos para Japón (JAS)

Japón cuenta con un Sistema Estandarizado de Calidad de Etiquetado para alimentos que se comercializan dentro del país. Este sistema requiere que todos los productos comercializados en Japón sigan las normas de etiquetado de calidad establecidos por el Ministerio de agricultura, silvicultura y pesca -MAFF, las cuales son obligatorias, con el fin de garantizar que todos los alimentos cuenten con una información estándar en sus etiquetas (PROMPERU, 2015). La norma orgánica JAS forma parte del sistema estandarizado y se rige a los requisitos de etiquetado generales del MAFF para productos frescos y procesados. Dichos requisitos se encuentran definidos en la Notificación 513 (Norma de etiquetado de calidad para alimentos procesados) y en la Notificación 514 (Norma de etiquetado de calidad para alimentos frescos). Cabe mencionar que, a la fecha, estas normas de etiquetado de calidad se encuentran en revisión y aún no se han emitido las regulaciones actualizadas por lo que aún se las considera como referencia de cumplimiento.

A diferencia de las demás normas orgánicas, el uso del logo o sello JAS es obligatorio en los productos certificados. Esto quiere decir que todo producto que ingrese a Japón con la declaración de “orgánico” deberá presentar el logo JAS en el empaque. Adicionalmente, la información que debe ir en la etiqueta debe estar en japonés. Para poder representar a un producto como orgánico JAS y colocar el logo, al menos el 95 % de los ingredientes de origen agrario deben ser productos o que provengan de productos obtenidos de métodos orgánicos.

Asimismo, el proceso de etiquetado debe ser supervisado por una persona responsable de la empresa a la que la norma define como *Grader* o “Calificador”, quien no es más que un gerente o responsable de calidad y es el que aprueba el uso del logo JAS en uno o más lotes del producto antes de la exportación a Japón. De esta manera, el etiquetado con logo JAS es la prueba de que el producto cumple con la norma.

Por otro lado, si el operador decide vender el producto orgánico con el logo JAS dentro del país donde se realizó la producción o elaboración o en otro país diferente al Japón, la etiqueta debe cumplir igualmente con los requisitos de uso del logo y se puede colocar las indicaciones en idioma local o del país de destino. En cuanto a los requisitos del logo, este puede usarse en color verde, en negro, o en colores únicos que se puedan visualizar correctamente y contrasten con el color del material de empaque o de la etiqueta.

Debajo del logo se debe colocar el nombre del organismo certificador y si se desea, también añadir el código de certificación del operador. Este código es otorgado por el organismo certificador y se puede omitir si los productores, procesadores, re-embaladores o importadores de productos específicos se identifican en las etiquetas de empaques, envases o se muestran en las facturas de alimentos, bebidas, grasas y aceites de acuerdo con las leyes y regulaciones del JAS (MAFF, 2016). En la Figura 11 se muestra el logo JAS.



Figura 11: Logo oficial JAS

Fuente: Ministerio de agricultura, silvicultura y pesca -MAFF, 2000

En base a las normas de etiquetado de calidad para alimentos frescos y procesados, se describe a continuación las indicaciones que deben tener las etiquetas de productos orgánicos JAS.

Etiquetado de la norma JAS para productos frescos

Se puede colocar el código numérico del certificado o que vincula al operador certificado y este puede ir debajo del logo. Si el nombre del operador ya está indicado en la etiqueta, no es necesario que se inserte el código del certificado debajo del logo. Se debe indicar al organismo certificador e indicar: el nombre del producto, el contenido neto, el nombre y dirección del operador, el país de origen del producto y el lote. Aquí podemos citar a algunos productos comunes que exporta el Perú, por ejemplo, las bananas, café en grano pergamino, paltas, mangos, kion fresco, maca, entre otras frutas y verduras que no han pasado por ningún tipo de procesamiento. En la Figura 12 se muestra un ejemplo de una etiqueta para caja de bananas frescas orgánicas de 10 kg con logo JAS y las indicaciones se muestran traducidas al inglés.

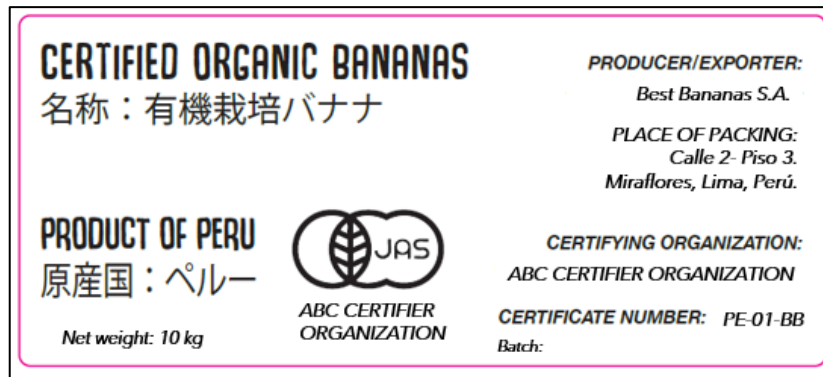


Figura 12: Correcto etiquetado de producto fresco orgánico JAS

Fuente: Adaptado de Control Unión Perú, 2018

Etiquetado de la norma JAS para productos procesados

Se deben cumplir con todos los requisitos de etiquetado de productos frescos y adicionalmente se deben indicar los ingredientes y sus estatus orgánicos. Además, se debe indicar la fecha de caducidad del producto con frases como “consumir antes de”, “utilizar hasta la fecha”, “tiempo de vida”, entre otras, así como las instrucciones de almacenamiento. Algunos errores comunes que se presentan en los diseños de etiquetas de productos procesados es que no se suelen indicar la fecha de caducidad o el logo que insertan no lleva el nombre del organismo certificador. Además, de acuerdo con el MAFF (2016), se puede usar el nombre del organismo certificador en forma abreviada. En la Figura 13 se muestra un ejemplo de etiqueta de un producto procesado orgánico JAS.



Figura 13: Correcto etiquetado de producto orgánico procesado de un solo ingrediente, JAS

Fuente: Adaptado de Control Unión Perú, 2018

3.2.6. Etiquetado de productos orgánicos para Canadá (COR)

Los productos alimenticios que se comercializan en Canadá se rigen de acuerdo al Régimen de salud y seguridad de alimentos (SFCR) establecido por la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos – CFIA. En efecto, es en el SFCR (Parte 13) donde se establecen las regulaciones para el etiquetado de frutas y verduras y para productos procesados orgánicos que se comercializan dentro del país y que incluye a los productos importados. Por su parte, el Régimen orgánico de Canadá (COR) es el régimen de la CFIA que regula el uso del logo orgánico canadiense.

De forma similar al USDA NOP, los criterios de etiquetado están centrados en la composición o en la formulación del producto. En particular, el COR considera a un producto como “orgánico” cuando su composición está formada por al menos 95 % hasta el 100 % de ingredientes orgánicos. Sin embargo, no se puede identificar a un producto como 100 % orgánico en la etiqueta, aunque todos los ingredientes tuvieran esa categoría. Normalmente las empresas que certifican la norma USDA NOP solicitan al mismo tiempo el certificado COR y cuando quieren etiquetar un producto como 100 % orgánico con ambos sellos, se presenta el problema de los diferentes criterios que tienen ambas normas. En ese sentido, se recomienda que los operadores etiqueten de acuerdo al país de destino y de la norma en cuestión de manera independiente para evitar caer en confusiones y errores.

De manera alterna, aquellos productos que contienen más de un 70% de ingredientes orgánicos pueden declararse como tales sobre la cara principal de la etiqueta siempre y cuando se detalle el porcentaje del contenido orgánico; es decir, “contiene un 70% de ingredientes orgánicos” o “contiene un 85% de maíz orgánico”. Para los productos con menos de un 70% de contenido orgánico, queda prohibido hacer cualquier declaración de ser orgánico, excepto la identificación de los ingredientes orgánicos en el listado de los ingredientes (McDonald, 2001). Finalmente, la norma también adopta las etiquetas de marca privada.

El uso del logo o sello COR es de carácter voluntario y se puede colocar en productos con el 95 al 100 % de ingredientes orgánicos. También se puede usar el logo USDA en un producto orgánico COR (debido al acuerdo de equivalencia entre ambas normas y siempre que el producto haya sido certificado también bajo el NOP), aquí se debe tener especial cuidado en cumplir con las normas de etiquetado de ambas normas.

Finalmente, solo se puede usar el logo COR en su color original y en blanco y negro como se muestra en la Figura 14.



Figura 14: Logos oficiales del COR

Fuente: Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos – CFIA, 2019

Las indicaciones que deben ir en las etiquetas de productos COR están definidas por la SFCR y dependen de la formulación del producto y de su presentación, ya sea que el producto se comercialice como producto intermedio en presentación al por mayor (*nonretail*) o como producto para el consumidor final en presentación *retail*. Se describen a continuación tales requisitos:

Etiquetado de la norma COR para productos orgánicos intermedios

Este etiquetado se refiere a los productos que serán comercializados en presentación *nonretail* o al por mayor. Aquí se debe indicar en las etiquetas o en documentos de transacción de venta como facturas, guías de remisión o guías de transporte: el nombre y la dirección del operador, el nombre del producto, su estado orgánico, el organismo certificador y el lote cuando corresponda. En la Figura 15 se muestra un ejemplo de etiquetado de producto con esta categoría, se trata de un saco de café verde en presentación al por mayor o *nonretail* ya que el envase es de 50 kg.



Figura 15: Ejemplo de correcto etiquetado de producto orgánico intermedio en presentación nonretail, COR

Fuente: Adaptado de Control Unión Peru, 2017

Etiquetado de la norma COR para productos orgánicos en presentación *retail*

Al igual que en productos intermedios, se debe indicar el nombre y la dirección del operador, nombre del producto, su referencia de orgánico, los ingredientes y el lote. Además, se debe indicar la frase *Certified organic by* seguido del nombre del organismo certificador y la información en la etiqueta debe estar en idioma bilingüe (francés e inglés). Sobre este último, la norma de etiquetado de Canadá establece que solo se puede hacer uso de un idioma si el producto se ha producido dentro de alguna región canadiense. Cuando se use el logo COR, se debe indicar la palabra o frase: "Importado", "Importado de (país)" o "Producto de (país)" cerca del logo. Finalmente, se deberá incluir el contenido de nutrientes por normativa de la FDA que también regula este tipo de etiquetado. Por lo general, las empresas suelen cometer errores durante el diseño de este tipo de etiquetas pues desconocen de los requisitos del origen del producto y del idioma bilingüe que debe tener el diseño. En la Figura 16 se muestra un ejemplo de una etiqueta de esta categoría.



Figura 16: Ejemplo de correcto etiquetado de producto orgánico COR

Fuente: Adaptado de Control Unión Perú, 2019

Etiquetado de la norma COR para productos en presentación *retail* con 70 - 95 % de ingredientes orgánicos

Se deben considerar todas las indicaciones que fueron mencionadas en la categoría anterior (productos “orgánicos” *retail*) con la diferencia de que no se puede hacer referencia al estatus de “orgánico” sino más bien colocar que contiene 70 % a más de ingredientes orgánicos en el panel principal y todas las palabras deben tener el mismo tamaño y prominencia. No se requiere que se coloque la proporción de cada ingrediente en la etiqueta ya que las recetas son propias del fabricante y existe un derecho de fórmula. De igual forma, no se puede usar el logo COR ni el logo USDA, sobre este último, en caso de que hayan logrado esta categoría bajo la norma NOP. Se puede usar la frase "Hecho con" cuando se indica el porcentaje de ingredientes orgánicos de acuerdo a la composición del producto, entre otras frases, como: “hecho con 80 % de miel orgánica”, “contiene 75 % de chía orgánico”, “85 % orgánico”. Colocar estas menciones correctamente vienen a ser los principales motivos de error durante el etiquetado en este tipo de productos. En la Figura 17 se muestra un ejemplo de etiqueta de producto con 85% de ingredientes orgánicos.

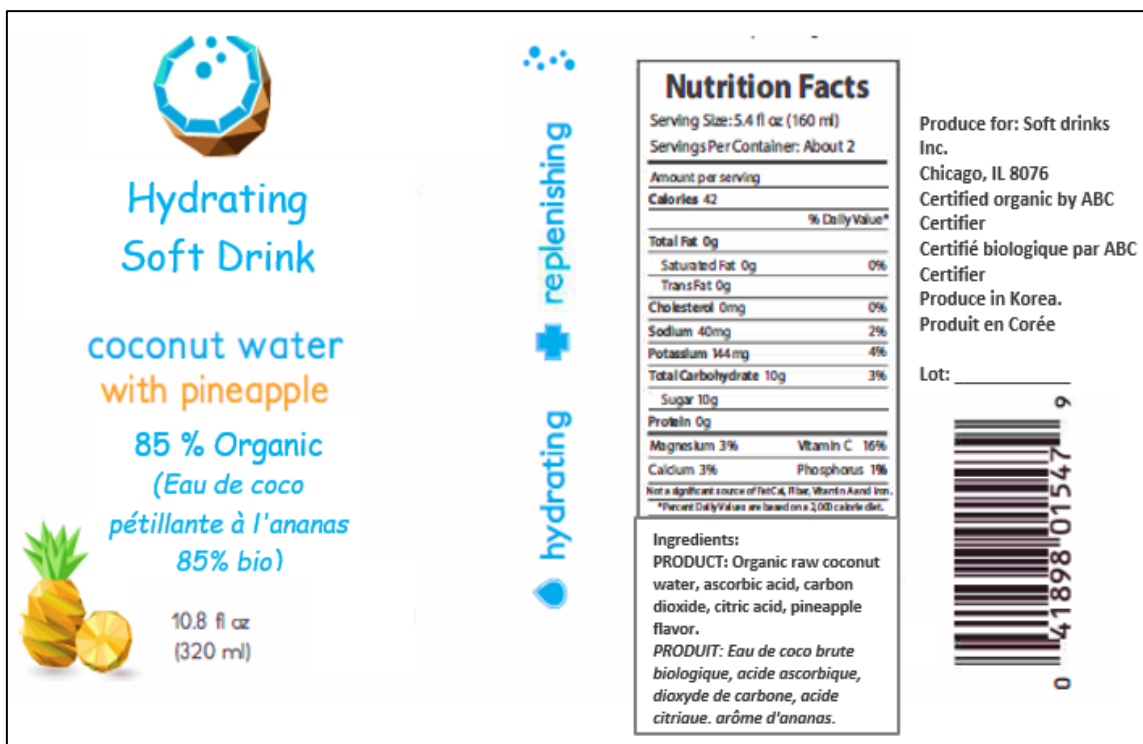


Figura 17: Ejemplo de correcto etiquetado de producto con 85 % de ingredientes orgánicos, COR

Fuente: Adaptado de Control Unión Perú, 2018

3.3. Mercado orgánico en el Perú

El crecimiento constante de las exportaciones en el segmento de orgánico en Perú le ha situado en la lista de los diez primeros mercados de productos orgánicos en el mundo (Ecomercio Agrario, 2020). Dada la importancia de nuestra participación en el sector, se recopilaron datos de principales productos exportados, principales importadores y cifras de exportación.

Para ello, se extrajo información del Servicio Nacional de Sanidad Agraria, entidad encargada de reunir información anualmente a través de los organismos de certificación registrados. También se consideró información publicada por la Cámara del Comercio Exterior de Lima y por la Oficina Nacional de Planeamiento y Estudios Económicos de la SUNAT.

Se debe indicar que el Perú es un país que principalmente exporta materias primas, y en menor grado, productos procesados, por tanto, existe todavía un trabajo de difusión de este mercado a nivel empresarial en el país.

3.3.1. Principales cultivos de exportación

Los principales cultivos orgánicos que se produjeron a nivel nacional en el 2019 fueron: café, cacao, banano, castaña y quinua. La castaña es el cultivo con mayor extensión de área, y el café, el cultivo con mayor número de socios agrupados. En el Anexo 3 se detalla dicha información.

3.3.2. Principales destinos y cifras de exportación

En cuanto a los principales mercados de destino, la lista es encabezada por la Unión Europea, mercado que importó en el 2017 un total de US\$160 millones y 144.8 miles de toneladas; el segundo en la lista es Estados Unidos, con US\$115 millones y 85.2 miles de toneladas, seguido de Canadá (US\$10,3 millones y 4.2 miles de toneladas), Corea del Sur (US\$6,9 millones y 9.2 miles de toneladas) y Japón (US\$4.5 millones y 4.7 miles de toneladas). Cada mercado representó el 52%, 37%, 3%, 2% y 1%, respectivamente, del total exportado de productos orgánicos, sumando así 97%, mientras que el 3% restante fue dividido en 43 destinos, que incluyen a Australia, Panamá, México, Emiratos Árabes, Hong Kong, Nueva Zelanda, entre otros (Posada, 2018).

En la Figura 18 y Figura 19 se ilustran dichos datos proporcionados por la Cámara de Comercio Exterior de Lima.

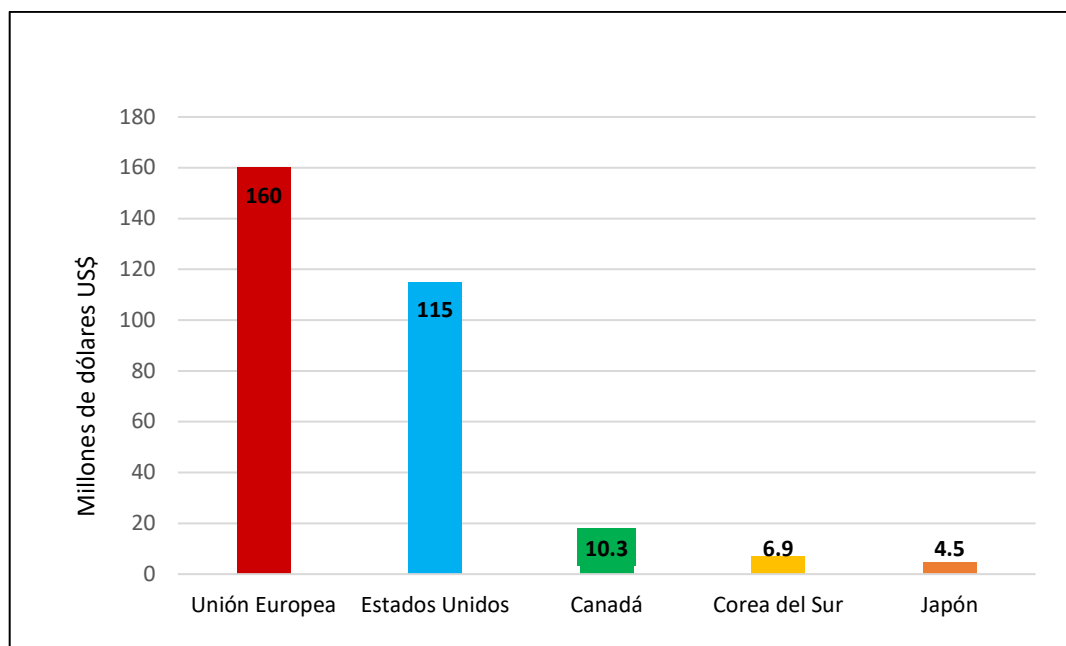


Figura 18: Valor de importaciones de los principales destinos de productos orgánicos, 2017

Fuente: Cámara de Comercio Exterior, 2018

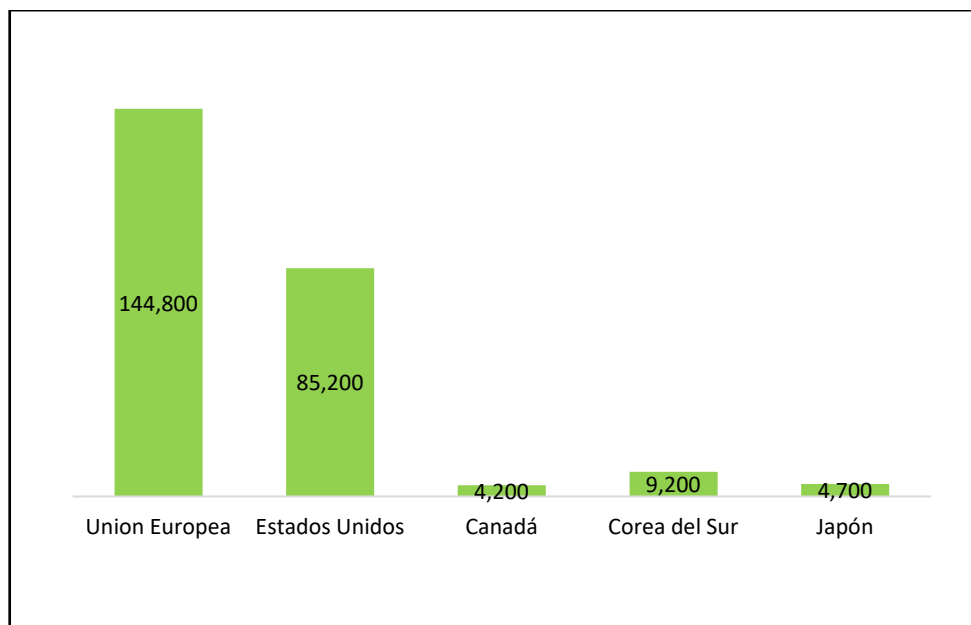


Figura 19: Toneladas importadas por los principales países de destino de productos orgánicos, 2017

Fuente: Cámara de Comercio Exterior, 2018

En cuanto a las divisas generadas por las exportaciones a diferentes destinos de los productos orgánicos, podemos apreciar en el Anexo 4 el histórico de los valores FOB (US\$) por producto, desde el año 2014 a septiembre de 2020. El precio FOB es el valor de la mercancía puesta en el puerto de embarque, incluyendo el costo de empaquetado, etiquetado, gastos de aduanas, etc.

Según los datos de SUNAT, los cuatro principales productos que generaron las mayores ganancias fueron: bananas, cacao, quinua y café.

IV. DESARROLLO DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

4.1. Principales similitudes y diferencias de etiquetado según normativa

Las normas orgánicas CE 834/2007 y 889/2008, el USDA NOP, el JAS y el COR, definen criterios bastante específicos para el etiquetado de productos certificados bajo sus normas para que se puedan distinguir y diferenciar de otros estándares de certificación. En efecto, las etiquetas de certificación orgánica para diversos cultivos y productos son las más sobresalientes en el mercado de alimentos.

Por lo general, las empresas certificadas quieren que sus productos se distingan por estos sellos orgánicos, ya que consideran que mientras más tengan, más sobresalientes y competitivos serán. Cada norma protege su sello distintivo y regula cómo debe mostrarse en las etiquetas, no lo consideran solo un símbolo más, sino como el distintivo que representa a una Ley. Todas las normas de certificación están basadas en leyes aprobadas por las entidades regulatorias en el ámbito de producción de alimentos como Departamentos, Ministerios y Agencias de agricultura, entonces, el uso de los sellos debe regirse a las consideraciones de estas leyes o normas.

Es posible que nos hagamos la pregunta, ¿qué pasa si el producto obtenido cumple con más de una norma orgánica y se desea hacer uso de varios sellos en la etiqueta? La respuesta a esta pregunta sería: si el producto está dentro del alcance de más de una norma, el operador puede decidir etiquetar el producto colocando todos los sellos orgánicos bajo cumplimiento y deberá cumplir al mismo tiempo con todas las indicaciones que cada norma exige. Lo anterior, ocurre principalmente en productos finales o terminados que van directamente al consumidor. Ahora bien, los operadores deben saber que para que un producto sea certificado por más de una norma, en caso de que este sea multi-ingrediente, todos sus ingredientes agrícolas deben ser orgánicos reconocidos por la norma, y en caso de que se usen aditivos o coadyuvantes, estar permitidos en los anexos de estas. Finalmente son los organismos certificadores quien dan cumplimiento a los operadores para comercializar un producto bajo más de una normativa.

Otra pregunta que puede surgir es, ¿qué pasa si el producto se destina a la venta local, es decir, dentro del territorio nacional y se quiere hacer uso de los logos orgánicos EU, NOP, JAS y COR o alguna de estas en la etiqueta como parte de una publicidad? En esta situación, el operador deberá cumplir de igual forma con los requisitos de etiquetado de cada norma.

Independientemente del lugar donde se comercialice el producto, el sello o logo es la garantía de que el producto ha cumplido con ciertos estándares y se debe regir por las normas de etiquetado de la certificación que se esté mostrando. Adicionalmente, el operador deberá incorporar toda información requerida por la normativa nacional, que en nuestro caso es el Reglamento Técnico para los productos orgánicos- RTPO. Si las etiquetas no cumplieran con las indicaciones mínimas de cada sello mostrado, se estaría cometiendo un incumplimiento, el cual puede ser detectado por los organismos de certificación durante sus rutinas de inspecciones.

Por tanto, es importante resaltar cuáles son las principales similitudes y diferencias entre las normas orgánicas EU, NOP, JAS y COR para tener en cuenta qué es lo que siempre se debe colocar al momento de etiquetar un producto que cumple no solo con una sino tal vez con todas las normas al mismo tiempo y de esta manera, no errar en el etiquetado. A continuación, se resumen las indicaciones más comunes que llevan las etiquetas de las principales normas orgánicas en la Tabla 2. En esta se comenta con “Obligatorio” cuando no hay opción de omisión, “Puede” cuando está permitido, pero no necesariamente obligatorio, “Prohibido” cuando no está permitido y “No definido” cuando no está estipulado o contemplado en la norma.

Tabla 2: Diferencias en las normas de etiquetado EU, NOP, JAS y COR

| Indicaciones | Descripción | EU | NOP | JAS | COR |
|------------------------------------|--|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Lote del producto | Indicar el lote en empaques, etiquetas o documentos de venta Destinar un área en la etiqueta | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |
| Declaración de ingredientes | para declarar todos los ingredientes e identificarlos con la palabra orgánico o con una marca al pie de la declaración | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |
| Nombre del producto | Indicar el nombre del producto y describirlo con la palabra orgánico, biológico o ecológico según corresponda a la norma | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |

| Indicaciones | Descripción | EU | NOP | JAS | COR |
|--|---|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Categoría del producto orgánico | Declarar en etiquetas la categoría 100 % orgánico cuando todos los ingredientes son orgánicos | Prohibido | Puede | Prohibido | Prohibido |
| | Etiquetar un producto como orgánico cuando al menos el 95% de sus ingredientes son orgánicos | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |
| | Etiquetar un producto desde que tiene 70 % de ingredientes orgánicos, mostrando el porcentaje o la cantidad | Prohibido | Puede | Prohibido | Puede |
| Logo | Usar el logo cuando el producto está compuesto por al menos 95 % de ingredientes orgánicos | Puede | Puede | Obligatorio | Puede |
| | Usar el logo en la etiqueta cuando el producto está compuesto por al menos 70 % de ingredientes orgánicos | Prohibido | Prohibido | Prohibido | Prohibido |
| Organismo certificador | Indicar el nombre del organismo certificador en la etiqueta | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |
| | Hacer uso de la frase “ <i>Certified organic by</i> ” seguido del nombre del organismo certificador debajo de la información del operador | No definido | Obligatorio | No definido | Obligatorio |
| Operador o dueño del producto | Identificar el nombre del operador en el producto terminado o final, es decir, aquel que no se va a re-etiquetar en el país de destino | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |
| Marca privada | Etiquetar bajo marca privada | No definido | Puede | No definido | Puede |

Nota. Elaborado a partir de las regulaciones de etiquetado de las normas orgánicas EU, NOP, JAS y COR

Teniendo en cuenta los requisitos comunes de las normas, en la Figura 20 se muestra un ejemplo simulado de etiqueta con la estructura correcta y con las indicaciones suficientes para un producto en empaque final y en presentación al por menor que está certificado bajo las normas EU, NOP y JAS y que muestran los logos de estas en un mismo empaque.

Se puede apreciar que en la etiqueta se muestra: nombre del producto, mención del estado orgánico, ingredientes y categoría orgánica de estos, lote, nombre y dirección del operador, frase *Certified organic by* debajo del operador, país de origen, peso neto, contenido de nutrientes, condiciones de almacenamiento y fecha de caducidad del producto.



Figura 20: Ejemplo de correcto etiquetado de producto orgánico certificado bajo EU, NOP y JAS

Fuente: Adaptado de Control Unión Perú S.A.C., 2019

4.2. Criterios de etiquetado de las agencias certificadoras

De acuerdo con el SENASA (2021), a la fecha existen 12 organismos de certificación de la producción orgánica registrados y acreditados en el Perú que tienen la facultad para ejecutar inspecciones y emitir certificados a las empresas productoras, procesadoras y comercializadoras de productos orgánicos, estos son: Bio Latina S.A.C., Kiwa BCS ÖKO Garantie Perú S.A.C., Control Unión Perú S.A.C., IMO Control Latinoamerica Perú S.A.C., CERESPerú S.A.C., OCIA International Perú S.A.C., Ecocert Perú S.A.C., Certi Maya S.A.C., Inspectorate Services Perú S.A.C., CAAE América S.A.C., CAAE Perú S.A.C. y Letis Perú S.A.C.

Si bien todas las certificadoras realizan las inspecciones y certifican en base a las regulaciones de las normas orgánicas, también pueden establecer criterios para el uso del sello que los representa como organismos de certificación.

Así, por ejemplo, bajo la experiencia en la evaluación y aprobación de etiquetas en la certificadora Control Unión, se verificó que este organismo certificador cuenta con una regulación propia donde se establecen los requisitos de uso del logo, así como las indicaciones y características que este debe tener.

Por otro lado, para la solicitud de aprobación de etiquetas de marca privada de grandes cadenas de mercados como Nestlé, La Siembra, Tesco, HEB, entre otras más, algunos organismos de certificación pueden solicitar información adicional a sus clientes para asegurar una correcta trazabilidad, ya sea con un acuerdo de cumplimiento o con un contrato de servicio de etiquetado donde el empacador y el importador afirman que se está subcontratando dicho proceso y se está haciendo uso del criterio privado para etiquetar uno o más productos certificados del procesador o empacador. De esta forma se puede vincular el primer y último propietario del producto, dado que en las etiquetas solo se coloca la información de la marca privada quien generalmente no cuenta con certificación orgánica y solo se dedica a la comercialización al por menor. Por ejemplo, si HEB (marca privada) tiene un contrato para la importación de un lote de chocolate orgánico con una empresa procesadora peruana, esta empresa local puede etiquetar los productos colocando la información de HEB en las etiquetas y el organismo certificador puede solicitar adicionalmente un “Acuerdo” donde se indica cuáles son los productos y las cláusulas que deben cumplir ambas partes para salvaguardar la trazabilidad hasta el último distribuidor del producto. Por otro lado, otras certificadoras pueden solicitar, por ejemplo, una orden de compra del importador y con ello saber qué lote es el que se está comercializando bajo marca privada. Por tanto, se puede suponer que cada organismo certificador tiene sus propios métodos para evitar que haya vacíos en el origen y final del producto que ha sido, finalmente, certificado por ellos mismos.

4.3. Procedimiento de revisión y aprobación de etiquetas

Los organismos de certificación son los encargados de recibir y dar aprobación a los diseños de etiquetas elaborados por los operadores certificados.

La responsabilidad del organismo certificador radica en que son los encargados de velar por la integridad orgánica de los productos, así como por la identidad visual de su nombre en la etiqueta. Asimismo, deben responder en caso de existir alguna consulta puntual por parte de los importadores, autoridades u organismos de control que tengan que ver con la recepción o evaluación del producto en el país de destino. De igual forma, responder antes las quejas de clientes y de consumidores, incluso, a las autoridades fiscalizadoras del país importador cuando rastrean un producto que ha sido analizado y que se le detectado con residuos no permitidos. En este último caso, el lote que figura en la etiqueta o envase del producto es muy importante, pues en ella se identifica al operador y al organismo certificador responsable. De esta manera, la cadena de custodia del lote exportado siempre está respaldado y puede ser rastreado hasta llegar al productor de las materias primas.

Las certificadoras, bajo sus procedimientos internos, pueden solicitar los diseños a los operadores previamente a la inspección o auditoría inicial externa para evaluar que estén cumpliendo con los requisitos de las normas e informarles en caso de que se necesiten actualizar. De esta manera, el operador podría ir corrigiendo los diseños durante el proceso de certificación y una vez otorgado el certificado orgánico, proceder con la impresión para iniciar con sus ventas. Tal escenario es ideal para un organismo certificador; sin embargo, no siempre se da en la realidad debido a que existen muchas empresas que venden más de un producto certificado, entre frescos y procesados, así como en diferentes presentaciones, originando que se generen varios diseños de etiquetas en lo que dura el ciclo de certificación. Por ejemplo, una empresa procesadora y empacadora certificada que cuenta con 50 productos, principalmente cereales en su estado natural y procesados como polvos, insuflados y gelatinizados, exporta sus productos en presentación al por menor a Europa y Estados Unidos y cuenta con un total de 20 clientes que son cadenas de supermercados. Asimismo, cada supermercado le pide que diseñe etiquetas afines a sus expectativas por cada producto por lo que la empresa certificada termina elaborando un total de 100 diseños de etiquetas. Es lógico que la generación de etiquetas no se da simultáneamente, sino que, de acuerdo a los contratos de pedidos, la empresa va generando los diferentes diseños en momentos distintos.

A la anterior situación se suman los potenciales clientes que van apareciendo y que van solicitando cierta información de importancia como los establecidos por el país de destino en materia de seguridad alimentaria o en caso de etiquetas de marca privada donde se incluye información propia del importador.

Por otro lado, existe la posibilidad de que un operador pueda adicionar más productos a su alcance de certificación dentro del ciclo de vigencia del certificado, lo que genera que se creen nuevos diseños de etiquetas que los organismos certificadores deben aprobar antes de su uso.

Debido a ello, las agencias de certificación establecen procedimientos estandarizados de revisión y aprobación de etiquetas, algunos más específicos que otros, pero con la misma finalidad. Las recepciones de etiquetas, las evaluaciones y aprobaciones son un constante trabajo por parte de los organismos de certificación dadas las situaciones que acontecen y que fueron mencionadas previamente. A continuación, se describen los pasos generales que la mayoría de los organismos certificadores realizan en este proceso:

1. Operador presenta un borrador o bosquejo de la etiqueta bajo las regulaciones orgánicas que requiera a través de un correo electrónico, para esto, el producto debe estar dentro del alcance del certificado.
2. El organismo certificador revisa la etiqueta, si no está en cumplimiento, es observado al operador para su corrección indicando los puntos pendientes o por actualizar.
3. El operador vuelve a enviar el diseño con las correcciones solicitadas por el certificador.
4. El organismo certificador revisa el nuevo diseño y si está cumpliendo con los requisitos de las normativas, procede a otorgarle la aprobación.
5. El organismo certificador archiva la etiqueta en el file del operador para resguardar la trazabilidad del producto.
6. El operador recibe la aprobación y procede con la impresión y etiquetado de los empaques de sus productos certificados.

La evaluación de las etiquetas se puede ver comprometida si los operadores presentan diseños poco legibles, por ejemplo, etiquetas dibujadas a mano alzada y que han sido escaneadas, o diseños de etiquetas en algún formato donde no se alcance a leer la información contenida. En estos casos, los organismos certificadores solicitan que los diseños sean enviados nuevamente hasta que las etiquetas se vean lo más parecidas posible a cómo serán en físico. El color de los logos colocados y la claridad de la información son características importantes en una etiqueta.

Existe la posibilidad de que el operador solo comercialice productos intermedios y cuenten con un modelo único para la exportación de este tipo de productos donde solo cambia el nombre del producto, el peso o el lote. En estos casos, puede ser que las agencias certificadoras aprueben el diseño general y se otorgue el permiso al operador de cambiar la información a ese alcance, nombre, lote y peso para que no tengan inconvenientes al momento de exportar cada lote de producto. Así también, las agencias certificadoras pueden solicitar como parte de sus trámites de certificados de transacción o exportación, la etiqueta por cada producto despachado, siendo evaluado a este nivel. Si la etiqueta no estuviera correcta, se detendría el proceso de exportación hasta que esté en cumplimiento.

Los directos responsables de las aprobaciones de etiquetas son los dictaminadores o certificadores de los organismos de certificación. Estas personas tienen la función de certificar o aprobar el estado orgánico de la operación en función de los reportes de inspección y son los que deben responder por cualquier situación dada en los países de destino a donde llegan los productos. La evaluación por su parte puede estar dada por personas capacitadas o calificadas en los requisitos de etiquetado de las normas.

4.4. Principales problemas detectados durante la evaluación de etiquetas

En el proceso de revisión de etiquetas surgen muchos errores por parte de las empresas certificadas, es más frecuente que aparezcan errores cuando se combinan los requisitos de las diferentes normas en una etiqueta y mientras más complejo sea el diseño.

En el caso de las empresas procesadoras o empacadoras, la causa de este problema, en principio, se debe a un desconocimiento de las normas de etiquetado por parte de los empleados responsables del mantenimiento de la certificación de su empresa, por lo general del área de calidad, ya que son los que están en constante coordinación y comunicación con los organismos certificadoras, seguido de otros factores. Por ejemplo, generalmente el diseño o elaboración de etiquetas no los realiza la misma empresa en sí, sobre todo si se trata de etiquetas de productos finales que se venderán al por menor. Las empresas contratan a imprentas o diseñadoras para la elaboración de sus etiquetas y algunas veces, son estos diseñadores los que terminan comunicándose con las certificadoras para las correcciones. Aquí surge el primer problema, los diseñadores que son externos a la empresa, desconocen totalmente de los requisitos de etiquetado de las normas de certificación, y al momento de recibir las indicaciones por las certificadoras, no las entienden correctamente y envían

nuevamente las etiquetas con indicaciones incorrectas. Además, muchas veces los logos son dibujados por estos diseñadores, debido al mismo desconocimiento y porque los responsables de las empresas no les indican o brindan información sobre los lineamientos para el uso de los sellos.

Las más grandes empresas también se equivocan en la elaboración de sus etiquetas, de acuerdo con la experiencia en la revisión de diseños, es demostrado que ellos conocen de los requisitos cuando se contactan con las certificadoras, pero debido a las exigencias de sus clientes (importadores), agregan información ambigua, no congruente o incorrecta a las etiquetas y así las presentan para aprobación del organismo certificador. Aquí se debe indicar que los clientes extranjeros también pueden desconocer de algunos requisitos de etiquetado, y las empresas exportadoras deben exigir como parte de sus contratos que, como responsables de la integridad de los productos estén de acuerdo con regirse a todas las normas sin excepción.

Una situación que se genera en menor grado es que los propios importadores establezcan contacto con las certificadoras para exigir ciertos lineamientos o consultar sobre las aprobaciones. El error proviene de los propios operadores que los ponen en contacto con el organismo certificador. El dueño de la certificación es la empresa que tiene un contrato con el organismo certificador, y toda gestión relacionada con ellos debe desarrollarse solo entre ambas partes y no con terceros.

Los *traders* o comercializadores que no manipulan en ninguna etapa a los productos también suelen contratar a terceros para la elaboración de sus etiquetas. El error más común es el colocar marcas comerciales a las etiquetas que no vinculan a los productos certificados. Para ello, estos operadores deben consultar a los organismos de certificación sobre la posibilidad de incluir marcas comerciales en los certificados. Se debe tener en cuenta que el operador es libre de usar marcas comerciales en sus etiquetas, pero en alguna parte del diseño se debe poder verificar el nombre del producto o lo más similar posible a como aparece en los certificados para que este se pueda trazar. En la Figura 21 se puede verificar un ejemplo correcto de una etiqueta que muestra una marca comercial y el nombre del producto certificado, por tanto, no se tendría inconvenientes con la aprobación.



Figura 21: Etiqueta que muestra una marca comercial y nombre del producto certificado

Fuente: Adaptado de Control Unión Perú, 2019

Por otro lado, los operadores que venden materias primas como frutas, verduras, cereales, y sus derivados, no suelen contratar a terceros para el diseño de etiquetas puesto que las ventas de estos productos casi siempre son al por mayor y dirigidos a fabricantes de otros productos procesados en el país de destino o a cadenas de mercados de venta a granel. Como consecuencia, los productos son enviados en envases grandes los cuales se identifican con etiquetas sencillas que incluyen información limitada y que, por lo general, no llevan logos. También existe la posibilidad de imprimir o marcar la información en los mismos envases o contenedores del producto. Por ejemplo, se pueden usar cartones, para el caso de frutas como bananas, mangos, paltas, también, sacos de yute, polipropileno o tela para el envío de café, cacao, kion, y entre otros casos, cilindros de plástico o de metal para el caso de líquidos, aceites, cereales, etc. En este caso los operadores no gastan mucho esfuerzo en el diseño de etiquetas y los errores más comunes se deben a omisión de indicaciones, correcciones de escritura y ubicación de la información, los cuales son más sencillos de subsanar a comparación de diseños de etiquetas de productos procesados dirigidos a la comercialización al por menor. En la Figura 22 se muestra un cilindro de aceite de palta orgánico enviado a Europa al cual le falta la indicación de producto orgánico, el PE-BIO, y el lugar de origen de la materia prima indicado como *Non EU Agriculture* o *Peru Agriculture*.

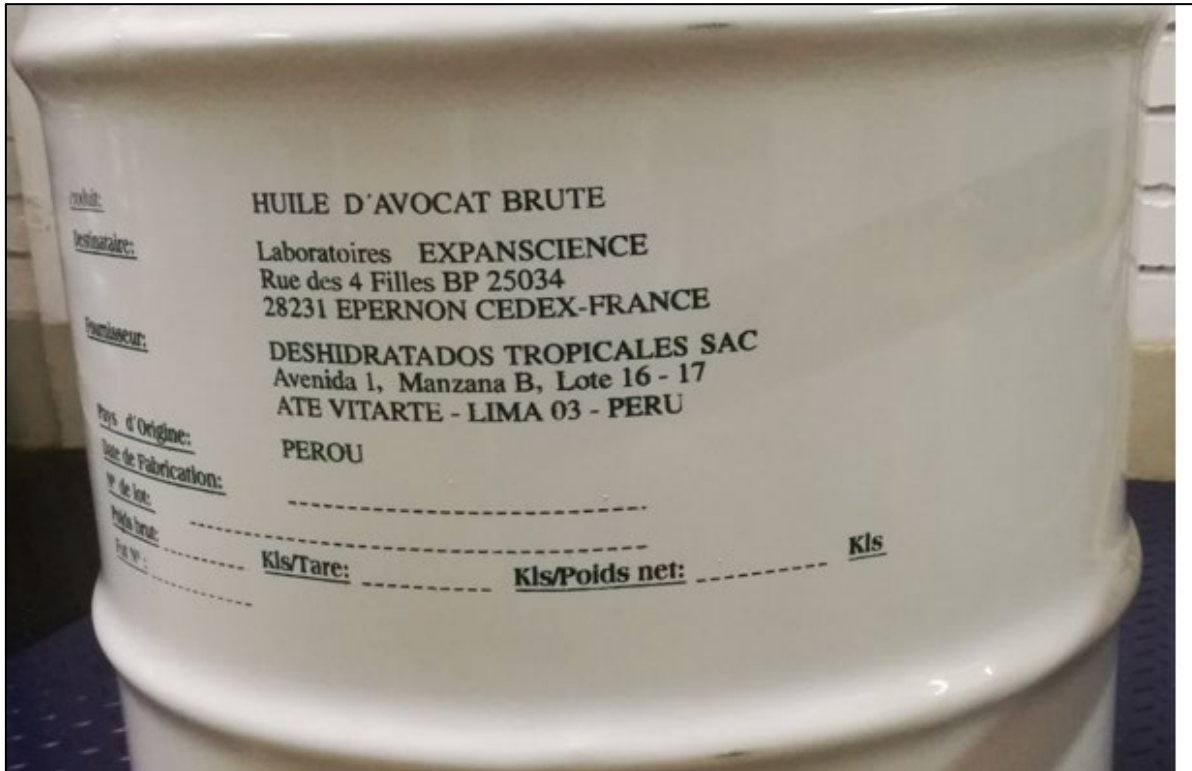


Figura 22: Etiquetado incorrecto de producto orgánico al por mayor

Fuente: Control Unión Perú, 2019

Aquellos operadores que venden materias primas a empresas locales procesadoras o exportadoras están exentos de realizar un etiquetado como tal de los productos. Este escenario ocurre cuando el operador no ha logrado un contrato para la exportación directa de sus productos por lo que los vende a un tercero local para que a través de este se logre la exportación. En este caso los productos son transportados desde las unidades o sitios de los productores a las plantas de proceso o almacenes de las exportadoras, quienes serán las encargadas de empacar y etiquetar los productos. En otras palabras, no se requiere etiquetar a los productos con todas las indicaciones requeridas por las normas cuando sólo existe un transporte intermedio antes de su exportación.

Finalmente, se pueden mencionar algunos ejemplos comunes de errores que cometen los operadores en la elaboración de etiquetas:

- Contratar el dibujo de los logos a diseñadores gráficos y cambiarle la forma o el color cuando en las páginas oficiales de las normas ya se publican los logos con sus presentaciones permitidas.

- Usar logos en diferentes proporciones en los empaques para promocionar una norma sobre otra, esto, cuando se hace uso de uno o más logos en el empaque. La idea es que no predomine un sello sobre el otro, pues ninguna norma es superior a otra, todas, a nivel normativo y de ejecución, representan el mismo valor agregado. Además, las normas EU y NOP establecen como parte de sus requisitos que los otros logos colocados en los empaques, independientemente si se trate o no de un sello orgánico, no sean más prominentes que sus logos.
- Uso de logos en productos que tienen en su composición desde el 70 % de ingredientes orgánicos.
- Uso de declaraciones de 100% orgánico en productos que solo tienen entre el 70 % y 95% de ingredientes orgánicos.
- Omisión de información o colocar erróneamente indicaciones solicitadas por las normativas.
- Uso de nombres o marcas comerciales para representar al producto omitiendo los nombres de los productos certificados en sí, por tanto, el organismo certificador no puede dar la aprobación si no queda claro a qué producto del alcance de certificación del operador se refiere. Los operadores deben insertar los mismos nombres de los productos certificados o lo más similares posibles para que se pueda identificar al producto, esto de forma adicional a los nombres o marcas comerciales.
- Solicitar evaluación del contenido de nutrientes y la fecha de expiración del producto. Tal información no es parte de la evaluación de las certificadoras para la aprobación de las etiquetas bajo las regulaciones orgánicas salvo que la etiqueta sea para un producto orgánico JAS, donde si se debe evaluar que figure el tiempo de vida del producto con frases como: “Consumir antes de” o “utilizar antes de la fecha”.
- La demora en respuesta por parte del operador a las observaciones del organismo certificador cuando se trata de evaluaciones iniciales y el operador aún se encuentra en proceso de certificación. La aprobación no llega y finalmente, cuando los certificados son emitidos, no se puede dar visto bueno a las ventas de los lotes si las etiquetas no han sido aprobadas aún.

En la Figura 23 se muestra un ejemplo de incorrecto etiquetado de un producto con categoría de “Hecho con orgánico” bajo el NOP. Se verifica que el producto tiene 83 % de ingredientes orgánicos; sin embargo, se menciona en el panel principal: 100 % caña de azúcar orgánica y de forma más prominente, lo cual se puede describir como “información engañosa”.

En estos tipos de productos solo debería estar mencionado la frase “83 % orgánico” o “Hecho con trigo y caña de azúcar orgánicos”.



Figura 23: Etiquetado incorrecto de producto “Hecho con orgánico”, NOP

Fuente: USDA, 2012

En la Figura 24 se muestra una etiqueta creada para fines didácticos que corresponde a un producto orgánico intermedio en presentación al por mayor para la exportación a Estados Unidos y Europa con diferentes errores comunes cometidos por los operadores. Dichos errores imposibilitan que las etiquetas sean aprobadas, pues cada indicación observada se debe a un requisito de las normas de etiquetado las cuales se han creado para que la información sea clara, trazable y genuina. Además, las normas han establecido sus propios logos que los representan y deben mostrarse como tal. Si no se hiciera uso de los logos originales, podría parecer una falsificación, como las que cometen algunas empresas que tienen la intención de engañar al público para lograr una mayor ganancia por un producto que al ser certificado, tiene mayor valor comercial, y también un mayor valor social y moral por el fin que representan las normas orgánicas.

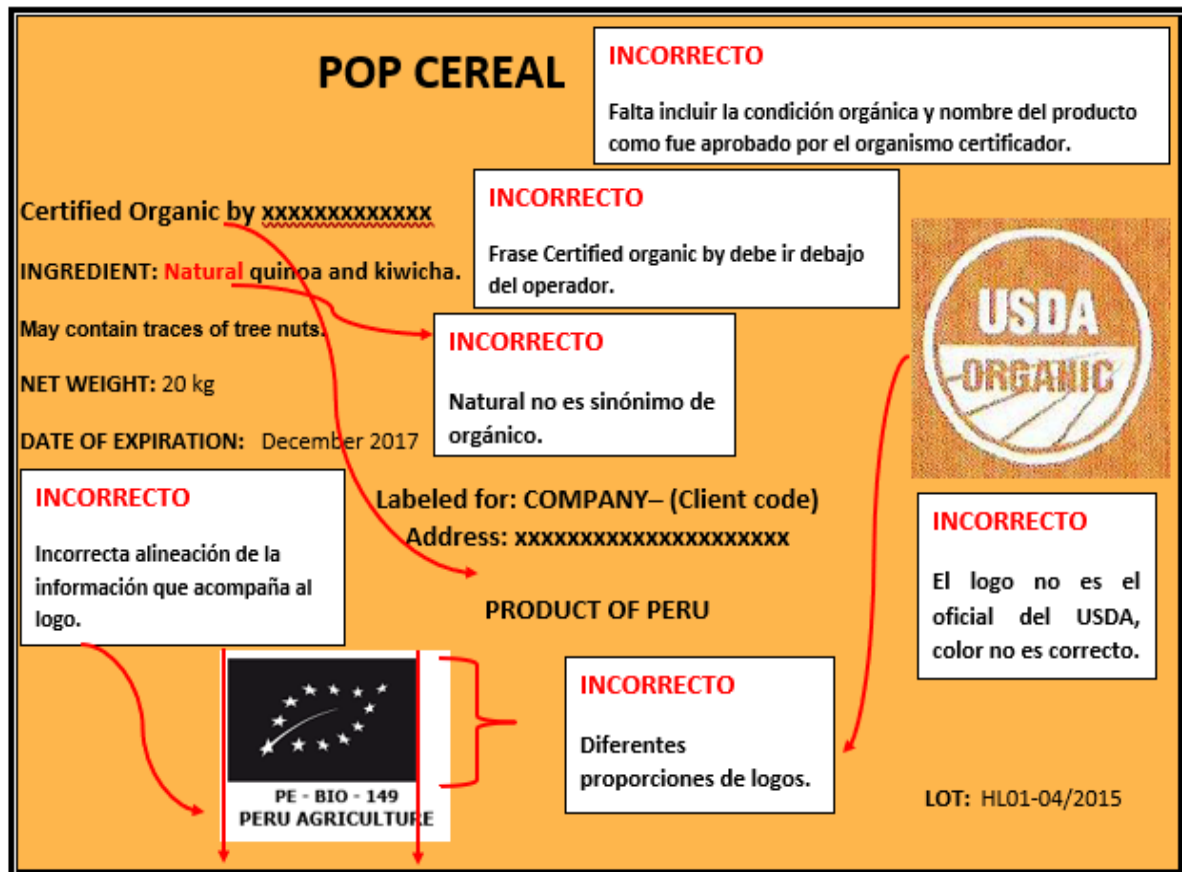


Figura 24: Errores comunes de etiquetado de producto orgánico con destino a Europa y Estados Unidos

4.5. Seguimiento del correcto etiquetado por los organismos certificadores

Se ha explicado anteriormente que los operadores deben presentar los diseños de las etiquetas de productos orgánicos certificados a los organismos de certificación, previo a su uso, por tanto, son estos últimos los encargados de dar el seguimiento a las correcciones pendientes y de dar la aprobación a los operadores oportunamente.

Cuando se recibe por primera vez un diseño de etiqueta, el organismo certificador realiza este seguimiento a través de correos electrónicos y/o llamadas telefónicas. De igual forma, los operadores, que vienen a ser los interesados en la aprobación, llaman para consultar en caso de que las observaciones no hayan sido claras. Entonces, los certificadores terminan orientando al cliente en lo que deberían indicar y dónde podrían encontrar información referente a las normas de etiquetado. Lo anterior demuestra que existe un débil conocimiento en los requisitos de etiquetado orgánico, a pesar de que estas empresas tienen la certificación.

La explicación a esta situación puede ser que el etiquetado es la penúltima etapa de la cadena de producción de un producto y las empresas se enfocan en cumplir con todas las regulaciones previas por considerarlas más críticas. En efecto, la producción, cosecha, transporte, proceso, almacén son etapas importantes y de riesgo donde el producto puede perder su integridad orgánica; sin embargo, el empaque y etiquetado son parte de la cadena, por tanto, se les debe dar la misma importancia.

Las empresas procesadoras o de reempaque son las que con mayor énfasis deben tener claras las normas de etiquetado ya que generalmente se dedican también a la manipulación de productos no orgánicos, por lo que el riesgo es mayor en estos casos. Por ejemplo, durante el proceso de empaquetado y etiquetado de un lote debe existir una separación clara por tiempos o por lugares de otros tipos de productos para evitar la contaminación cruzada. Asimismo, si no existe un claro procedimiento durante el etiquetado, el producto orgánico puede contaminarse con otras sustancias. Ahora bien, si la empresa decidiera hacer uso de etiquetas con indicaciones incorrectas o insuficientes, la primera consecuencia sería la colocación de una no conformidad por parte de la certificadora a las normas bajo las cuales se etiquetó el producto. La segunda puede darse cuando el producto llega a destino y las autoridades responsables deciden detener el flujo de venta por considerar que la información no es adecuada o ambigua, lo que genera costos adicionales para el operador que realizó la exportación, esto debido a la retención del producto en almacenes o aduanas. Una tercera consecuencia puede surgir cuando el cliente importador, ya sea una fábrica, empresa o cadena de mercados, realiza una queja por la detección de errores en las etiquetas y devuelva los lotes comprados u obligue al operador a que se responsabilice por los costos de la corrección con *stickers* o sellos de los empaques de los productos antes de su comercialización directa.

Por todo ello, es importante recalcar que el etiquetado es una parte fundamental de los requisitos de exportación, y si las empresas no conocen las normas, se pueden originar retrasos en sus operaciones, pues los organismos certificadores que supervisan este trabajo tienen que poner más esfuerzo con los clientes para cumplir con este requisito, originándose en algunos casos, incomodidad por parte de los clientes cuando solicitan la agilidad en la aprobación.

Es indudable que mientras más errores tenga una etiqueta, más puede demorar el proceso de aprobación debido a que amerita que la empresa vuelva a revisar los requisitos de etiquetado antes de enviar nuevamente el diseño. En ese sentido, se debe tener mucha paciencia desde la posición del organismo certificador para poder responder con claridad a los clientes, así como tener una correcta ética en caso estos puedan sobresaltarse por pensar que los criterios son propios del organismo certificador y no de las normas. Finalmente, es fundamental que las personas que se encargan de las revisiones de etiquetas indiquen a los clientes desde la primera comunicación todos los requisitos de etiquetado de las normas, y se les brinde la información necesaria para su disponibilidad. En caso de que los diseños presenten errores, responder de la manera más didáctica posible todas las observaciones, proporcionando los sitios web oficiales de las normas para etiquetas, mostrando ejemplos con imágenes, etc. Se debe recalcar que las certificadoras no solicitan criterios de etiquetado adicionales relevantes que no estén contemplados por las normas, el trabajo de ellas radica en verificar que las etiquetas cuenten con la información mínima y necesaria.

De acuerdo con la experiencia en la ejecución de esta función se recopiló información suficiente para determinar que el desconocimiento de las normas de etiquetado es un problema generalizado, pues una práctica constante consistía en llevar un cuadro de control donde se indicaba el tiempo que puede demorar una empresa en subsanar las observaciones y las veces que estos enviaban sus bosquejos antes de que los diseños sean aprobados. Así también, en caso de que sean varias las observaciones en el diseño, se indicaba el tiempo que se invertía en la revisión. El seguimiento del correcto etiquetado y el análisis a través de cuadros de seguimiento a los clientes, ha sido fundamental para afirmar que existe todavía una necesidad de que las empresas estudien las regulaciones de etiquetado y le den la debida importancia como un proceso crítico previo a la exportación.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

A partir de la experiencia desarrollada se presentan las siguientes conclusiones:

- Las principales normas orgánicas son estándares de certificación voluntaria, pero con un gran valor social y comercial ya que permite a los consumidores y compradores, identificar a los productos como orgánicos lo cual significa que se han producido bajo la supervisión y aprobación por entidades competentes y, que permite que más empresas se orienten a este mercado.
- El etiquetado es un requisito que completa la información acerca del producto orgánico certificado, y en términos generales, pueden ser muy similares entre las normas; sin embargo, estos requisitos se definen y actualizan de acuerdo a las exigencias de calidad de cada país en particular, y brinda la información necesaria que el consumidor necesita.
- Una etiqueta orgánica indica al consumidor que para producir un producto se han utilizado ciertos métodos de producción. En otras palabras, el término "orgánico" denota más al proceso que al producto en sí.
- La revisión de etiquetas es una función importante en el proceso y seguimiento de certificación de las empresas pues permite que el elemento que identifica al producto como orgánico certificado cumpla con las normas y sean las adecuadas para que las empresas y los organismos certificadores no tengan problemas en las evaluaciones de entidades responsables en los países de destino o de clientes que exigen la veracidad en la información que se colocan en los productos.
- En nuestro contexto actual se puede afirmar que un gran porcentaje de empresas todavía no tienen definidas y claras todas las exigencias de etiquetado y esto se evidencia en el número de veces que presentan los diseños a los organismos de certificación y continúan con deficiencias en base a la experiencia realizada.

5.2. Recomendaciones

De acuerdo a la experiencia en la revisión del cumplimiento de las normas de etiquetado para productos orgánicos se recomienda que:

- Los operadores revisen previamente las normativas y sus anexos referentes a etiquetado para agilizar su proceso de aprobación de etiquetas.
- Los operadores cuenten con personal especializado a fin de poder actualizar y cumplir con los estándares que son propuestos por cada país de destino.
- Las etiquetas presentadas por los operadores sean lo más legibles posibles para facilitar la evaluación de los organismos certificadores y la información a los consumidores.
- Los organismos de promoción de exportaciones y demás operadores de la producción orgánica y/o ecológica difundan charlas sobre la importancia del etiquetado y los beneficios que tiene dentro de la cadena de valor de los productos orgánicos de exportación.

VI. BIBLIOGRAFÍA

Agricultural Marketing Service - AMS (2020). *Strengthening Organic Enforcement Proposed Rule*. Recuperado de: <https://www.ams.usda.gov/rules-regulations/strengthening-organic-enforcement-proposed-rule>

Aguirre, B. (2016). *El sector de los alimentos ecológicos: Regulación y etiquetado*. Universidad de León. León, España.

Bayona, J. y Púñez, J. (2009). *Propuesta estratégica para el desarrollo de productos orgánicos en Perú*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.

Briz, J. y De Felipe, I. (2004). *Seguridad Alimentaria y Trazabilidad*. Universidad Politécnica de Madrid. ETSI Agrónomos 28040 Madrid. España.

Canadian Food Inspection Agency - CFIA (2020). *Canadian Organic Regime*. Government of Canada.

Canadian Food Inspection Agency - CFIA (2019). *Use of the organic logo on organic products*. Recuperado de: <https://inspection.canada.ca/food-label-requirements/labelling/industry/organic-claims-on-food-labels/eng/1389725994094/1389726052482?chap=5>

COMISIÓN DE UNIÓN EUROPEA (2008). *Reglamento (CE) N° 889/2008 por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) no 834/2007 del Consejo sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, con respecto a la producción ecológica, su etiquetado y su control*. 5 de setiembre. Diario Oficial de la Unión Europea.

COMISIÓN DE UNIÓN EUROPEA (2018). *Reglamento (UE) N° 2018/848 sobre producción ecológica y etiquetado de los productos ecológicos y por el que se deroga el Reglamento (CE) N° 834/2007 del Consejo*. 30 de mayo. Diario Oficial de la Unión Europea.

Comisión Europea (2010). *Manual del usuario del logotipo UE*. https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/food-farming-fisheries/farming/documents/organic-logo-user-manual_es.pdf

Comisión del Codex Alimentarius (2004). *Manual de procedimientos*. 27ª sesión celebrada de 28 de junio a 3 de julio de 2004. Roma.

Control Unión Perú (2020). Base de datos de clientes certificados- Control Union System Information.

Ecomercio Agrario (2020). *Perú exhibe su crecimiento y potencial de producto orgánico en la feria alemana Biofach* [Comunicado de prensa]. Recuperado de: <https://ecomercioagrario.com/peru-exhibe-su-crecimiento-y-potencial-de-producto-organico-en-la-feria-alemana-biofach/>

FAO. (2001). *Norma general del Codex para el etiquetado de los alimentos preenvasados*. Recuperado de: <http://www.fao.org/3/y2770s/y2770s02.htm#fn2>

FAO. (2009). *Glosario de agricultura orgánica*. Sección 5. Versión 1.0. Octubre, 2009. Roma, Italia.

García, E. (2017). *Normas de certificación de café orgánico para exportación por la región San Martín*. Tarapoto, San Martín.

Hamzaoui, L. y Zahaf, M. (2009). *Exploring the Decision-making Process of Canadian Organic Food Consumers*. Vol. 12 No. 4, pp. 443-459. DOI: 10.1108/13522750910993347

Kopper, G. (2010). *Requisitos de la FDA para Exportar Alimentos a EE. UU*. Conferencia en la Oficina Regional de Latinoamérica, Lima, Perú.

McDonald, R. (2001). *Canada: an emerging market for organic products*. *Comunica Magazine*, Inter-American Institute for Cooperation on Agriculture, vol. 2001(17), p. 1-9, December.

Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries - MAFF. (2016). *The Form and the Method of Grading Labels for Foods and Drinks, Oils and Fats*.

Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries - MAFF. (2000). JAS logos. Recuperado de: <https://www.maff.go.jp/e/policies/standard/jas/index.html>

Ministerio de Agricultura y Riego - MINAGRI (2015). *Normas y Controles Internacionales de Calidad y Seguridad: Certificación Orgánica*. Pág.7. Recuperado de: <https://www.minagri.gob.pe/portal/193-exportaciones/importancia-de-la-calidad-en-las-agroexportaciones/713-normas-y-controles-internacionales-de-calidadseguridad?start=6>

Ministerio de Economía Industria y Comercio – MEIC (1997). *Guía para la Aplicación del Reglamento de Etiquetado de los Alimentos Preempacados*. Costa Rica.

Miranda, E. (2016). *Requisitos para la certificación de productos orgánicos*. Universidad de Trujillo. Trujillo, Perú.

PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO (2011). *DIRECTIVA 2011/91/UE relativa a las menciones o marcas que permitan identificar el lote al que pertenece un producto alimenticio*. 13 de diciembre. Diario Oficial de la Unión Europea.

Posada, C. (2018). *Productos orgánicos cobran mayor interés en mercados internacionales*. *Revista La Cámara*, Edición 820, 20-22. Cámara de Comercio Exterior. Lima, Perú.

PROMPERU (2019). Repositorio – Nota de prensa. Recuperado de https://www.promperu.gob.pe/Repos/pdf_novedades/15102019165928_637.pdf

PROMPERU (2015). *Informe especializado: Guía de acceso para alimentos al mercado de Japón*. Lima, Perú.

Ramos, M., y Alexander, E. (2016). *Requisitos para la certificación de productos orgánicos peruanos para la exportación*. Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo, Perú.

Ruiz, E. y Cenarro, T. (2016). *La importancia del etiquetado*. En: AEPap (Ed.) Curso de Actualización Pediatría 2016. Madrid: Lúa Ediciones 3.0; p. 357-67.

Servicio Nacional de Sanidad Agraria -SENASA (2016). *El reto de la trazabilidad de los productos orgánicos*. Piura, Perú.

SENASA (2020). *Estadísticas producción orgánica nacional 2019*. Recuperado de: <https://www.senasa.gob.pe/senasa/informacion-de-interes/>

SENASA (2021). Organismos de Certificación de la Producción Orgánica Registrados 2021. Recuperado de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/registro-de-organismos-de-certificacion/>

Soto, G (2001). *Certificación de productos orgánicos: La garantía necesaria para incorporarse al mercado internacional*. Catie, Costa Rica.

TerraChoice Environmental Services Inc. (2000). *Etiquetado ecológico y otros etiquetados del café: la función del reconocimiento mutuo*. Ottawa, Ontario, Canadá.

USDA (2000). *The Organic Seal*. Recuperado de <https://www.ams.usda.gov/rules-regulations/organic/organic-seal>

USDA (2012) - NATIONAL ORGANIC PROGRAM, *Labelling organic products – Fact Sheet*. Washington DC. United States of America.

USDA (2012). *The National Organic Program’s Online Training Subpart D Labels, Labeling y Market Information*. United States of America.

USDA (2012). NATIONAL ORGANIC PROGRAM, Agricultural Marketing Service. *The Program Handbook: Placement of “Certified Organic by” Statement*. Washington DC. United States of America.

VII. ANEXOS

Anexo 1: Cálculo del porcentaje de ingredientes para obtener un producto con categoría de “orgánico”

| <p>Cálculo del porcentaje de ingredientes orgánicos es igual a la suma de ingredientes orgánicos entre la suma del total de ingredientes:</p> <p>980 g Total de ingredientes orgánicos</p> <hr/> <p>1000 g Total de ingredientes</p> <p>= 0.98 o 98 % orgánico</p> <p>El colorante no orgánico representa el 2 % del total de ingredientes.</p> | <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Formulación de Gotas de chocolate azul para 1 kg de producto</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Manteca de cacao orgánica</td> <td>500 g</td> </tr> <tr> <td>Pasta de cacao orgánica</td> <td>300 g</td> </tr> <tr> <td>Azúcar orgánica</td> <td>180 g</td> </tr> <tr> <td>Colorante natural de jugo de arándano no orgánico*</td> <td>20 g</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>1000 g</td> </tr> <tr> <td colspan="2">*No disponible comercialmente en su forma orgánica.</td> </tr> </tbody> </table> | Formulación de Gotas de chocolate azul para 1 kg de producto | | Manteca de cacao orgánica | 500 g | Pasta de cacao orgánica | 300 g | Azúcar orgánica | 180 g | Colorante natural de jugo de arándano no orgánico* | 20 g | Total | 1000 g | *No disponible comercialmente en su forma orgánica. | |
|--|---|---|--|---------------------------|-------|-------------------------|-------|-----------------|-------|--|------|--------------|---------------|---|--|
| Formulación de Gotas de chocolate azul para 1 kg de producto | | | | | | | | | | | | | | | |
| Manteca de cacao orgánica | 500 g | | | | | | | | | | | | | | |
| Pasta de cacao orgánica | 300 g | | | | | | | | | | | | | | |
| Azúcar orgánica | 180 g | | | | | | | | | | | | | | |
| Colorante natural de jugo de arándano no orgánico* | 20 g | | | | | | | | | | | | | | |
| Total | 1000 g | | | | | | | | | | | | | | |
| *No disponible comercialmente en su forma orgánica. | | | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: Adaptado de The National Organic Program’s Online Training Subpart D Labels, Labeling y Market Information. USDA, 2012

Anexo 2: Cálculo del porcentaje de ingredientes para obtener un producto con categoría de “hecho con orgánico”

| <p>Cálculo del porcentaje de ingredientes orgánicos es igual a la suma de ingredientes orgánicos entre la suma del total de ingredientes. No se debe considerar en la suma total a la sal o al agua en caso fueran parte de la formulación del producto:</p> <p>792 g Total de ingredientes orgánicos</p> <hr/> <p>990 g Total de ingredientes</p> <p>= 0.80 o 80% orgánico</p> | <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Formulación de Galletas de quinua con pecanas para 1 kg de producto</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Harina de quinua orgánica</td> <td>440 g</td> </tr> <tr> <td>Azúcar orgánica</td> <td>352 g</td> </tr> <tr> <td>Canela*</td> <td>98 g</td> </tr> <tr> <td>Sal</td> <td>10 g</td> </tr> <tr> <td>Polvo de pecanas*</td> <td>100 g</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>1000 g</td> </tr> <tr> <td colspan="2">*No disponible comercialmente en su forma orgánica.</td> </tr> </tbody> </table> | Formulación de Galletas de quinua con pecanas para 1 kg de producto | | Harina de quinua orgánica | 440 g | Azúcar orgánica | 352 g | Canela* | 98 g | Sal | 10 g | Polvo de pecanas* | 100 g | Total | 1000 g | *No disponible comercialmente en su forma orgánica. | |
|---|---|--|--|---------------------------|-------|-----------------|-------|---------|------|-----|------|-------------------|-------|--------------|---------------|---|--|
| Formulación de Galletas de quinua con pecanas para 1 kg de producto | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Harina de quinua orgánica | 440 g | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Azúcar orgánica | 352 g | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Canela* | 98 g | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sal | 10 g | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Polvo de pecanas* | 100 g | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Total | 1000 g | | | | | | | | | | | | | | | | |
| *No disponible comercialmente en su forma orgánica. | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: Adaptado de The National Organic Program’s Online Training Subpart D Labels, Labeling y Market Information. USDA, 2012

Anexo 3: Principales cultivos orgánicos a nivel nacional en el 2019

| DEPARTAMENTO | CULTIVO | NÚMERO DE OPERADORES | NÚMERO DE PRODUCTORES (1) | SUPERFICIE ORGÁNICA (ha) |
|--------------|---------|----------------------|---------------------------|--------------------------|
| Amazonas | CAFÉ | 20 | 5,917 | 11,850.35 |
| Ayacucho | | 3 | 436 | 474.25 |
| Cajamarca | | 73 | 18,804 | 36,683.17 |
| Cusco | | 12 | 3,496 | 7,922.15 |
| Huánuco | | 2 | 451 | 824.57 |
| Junín | | 65 | 10,835 | 32,392.87 |
| Lambayeque | | 2 | 761 | 920.26 |
| Pasco | | 6 | 217 | 2,140.06 |
| Piura | | 3 | 1,256 | 37.13 |
| Puno | | 1 | 434 | 429.80 |
| San Martín | | 19 | 4,788 | 9,022.28 |
| Ucayali | | 1 | 4 | 33.00 |
| Total | | | 207 | 47,399 |

| DEPARTAMENTO | CULTIVO | NÚMERO DE OPERADORES | NÚMERO DE PRODUCTORES (1) | SUPERFICIE ORGÁNICA (ha) |
|---------------|---------|----------------------|---------------------------|--------------------------|
| Amazonas | CACAO | 2 | 244 | 778.62 |
| Ayacucho | | 3 | 508 | 964.18 |
| Cajamarca | | 4 | 450 | 1,238.41 |
| Cusco | | 5 | 402 | 1,554.74 |
| Huánuco | | 5 | 1,079 | 3,211.45 |
| Junín | | 14 | 1,419 | 3,465.16 |
| Madre de Dios | | 1 | 91 | 95.00 |
| Piura | | 6 | 1,447 | 216.75 |
| San Martín | | 25 | 3,527 | 8,435.26 |
| Ucayali | | 9 | 1,416 | 5,488.83 |
| Total | | 74 | 10,583 | 25,448.40 |

| DEPARTAMENTO | CULTIVO | NÚMERO DE OPERADORES | NÚMERO DE PRODUCTORES (1) | SUPERFICIE ORGÁNICA (ha) |
|--------------|---------|----------------------|---------------------------|--------------------------|
| Huánuco | BANANO | 2 | 2 | 68.70 |
| Junín | | 4 | 27 | 1.00 |
| La Libertad | | 4 | 109 | 351.33 |
| Lambayeque | | 5 | 120 | 239.06 |
| Lima | | 16 | 4 | 189.36 |
| Piura | | 52 | 4,901 | 5019.88 |
| Total | | | 83 | 5,163 |

| DEPARTAMENTO | CULTIVO | NÚMERO DE OPERADORES | NÚMERO DE PRODUCTORES (1) | SUPERFICIE ORGÁNICA (ha) |
|---------------|---------|----------------------|---------------------------|--------------------------|
| Madre de Dios | CASTAÑA | 4 | 113 | 158,560.15 |
| Total | | 4 | 113 | 158,560.15 |

| DEPARTAMENTO | CULTIVO | NÚMERO DE OPERADORES | NÚMERO DE PRODUCTORES (1) | SUPERFICIE ORGÁNICA (ha) |
|--------------|---------|----------------------|---------------------------|--------------------------|
| Apurímac | QUINUA | 6 | 1,240 | 2,121.34 |
| Ayacucho | | 9 | 1,395 | 3,441.91 |
| Cajamarca | | 2 | 368 | 267.93 |
| Huancavelica | | 2 | 52 | 414.45 |
| Huánuco | | 1 | 1 | 2.00 |
| Junín | | 3 | 19 | 45.66 |
| La Libertad | | 2 | 843 | 537.38 |
| Lima | | 3 | 124 | 193.49 |
| Puno | | 7 | 3,077 | 3,008.62 |
| Total | | | 35 | 7,119 |

Fuente: SENASA, 2020

*(1) Número de productores orgánicos y en transición.

Anexo 4: Exportaciones de productos orgánicos 2014 - 2020 (FOB US\$)

| PRODUCTO | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 (Setiembre) | Variación 2019/2014 |
|---------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| Banano | 119'497,081 | 145'289,113 | 153'032,516 | 149'297,455 | 168'069,170 | 154'513,453 | 104'398,574 | 29.30% |
| Cacao | 81'091,761 | 81'395,666 | 85'040,052 | 90'212,117 | 64'645,699 | 61'906,165 | 47'203,666 | -23.66% |
| Quinua | 60'342,767 | 49'549,704 | 38'727,031 | 52'512,432 | 55'045,529 | 60'920,676 | 46'262,043 | 0.95% |
| Café | 63'171,569 | 59'353,381 | 49'079,799 | 68'023,974 | 54'647,222 | 36'421,611 | 32'212,725 | -42.34% |
| Jengibre | 11'082,720 | 11'099,439 | 12'923,449 | 33'262,989 | 28'629,161 | 26'650,333 | 37'110,173 | 140.47% |
| Mango | 4'025,765 | 7'881,866 | 8'080,351 | 8'332,147 | 11'014,308 | 14'043,902 | 14'886,946 | 248.85% |
| Palta | 859,552 | 1'983,767 | 4'072,873 | 10'955,606 | 12'773,818 | 13'176,623 | 20'052,771 | 1,432.96% |
| Nueces | 2'979,050 | 3'395,452 | 3'534,312 | 913,698 | 1'418,114 | 1'641,862 | 1'311,684 | -44.88% |
| Chía | 2'496,847 | 3'755,664 | 6'419,385 | 5'518,043 | 6'994,516 | 5'700,502 | 2'257,461 | 128.31% |
| Kiwicha | 1'603,325 | 444,190 | 631,105 | 458,422 | 446,983 | 768,437 | | -52.07% |
| Curcuma | 65,525 | 351,086 | 1'076,662 | 2'372,120 | 1'487,224 | 2'004,527 | 2'450,592 | 2,959.17% |
| Limón | 12,000 | | 98,113 | 499,526 | 537,284 | 1'199,445 | 1'591,346 | 9,985.37% |
| Aguaymanto | 933,688 | 1'516,339 | 2'415,804 | 2'884,264 | 3'806,229 | 2'387,669 | 1'708,333 | 155.72% |
| TOTAL | 275'179,650 | 336'015,662 | 365'131,452 | 425'242,793 | 409'515,257 | 357,349,908 | 264'974,922 | 29.86% |
| Número total de productos | 67 | 63 | 59 | 58 | 57 | 56 | 57 | |

Fuente: SENASA, 2020