



Mercado de Alimentos Orgánicos en la República Checa

Embajada de la República Argentina en la República Checa

Agosto de 2021



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

1	Definición del Sector	1
2	Situación en el Mercado Local	2
2.1	Tamaño del mercado	2
2.2	Composición de la demanda	2
2.3	Actores en el Mercado Local	3
2.4	Agricultura ecológica y producción de alimentos orgánicos en la República Checa	4
2.5	La República Checa en el contexto mundial.....	5
3	Comercio exterior	6
3.1	Exportaciones.....	6
3.2	Importaciones	7
4	Canales de distribución	8
4.1	Canales de distribución elegidos por los productores	8
4.2	Canales de distribución elegidos por los distribuidores.....	9
4.3	Principales lugares de compra del consumidor final	9
5	Acceso al Mercado	10
5.1	Régimen arancelario y documentación general requerida	10
5.2	Normativa comunitaria para la importación de alimentos orgánicos	10
5.3	Nuevo Reglamento sobre Agricultura Orgánica.....	12
6	Herramientas de Promoción Comercial	12
6.1	Ferias y exposiciones.....	12
6.2	Entidades relacionadas	13
6.2.1	<i>Organizaciones y Asociaciones del Sector</i>	13
6.2.2	<i>Organizaciones de Control y Certificación</i>	13
6.3	Importadores.....	14

1 DEFINICIÓN DEL SECTOR

El objetivo del presente informe es brindar un panorama general del mercado de los alimentos orgánicos en la República Checa, es decir de aquellos alimentos resultantes de la agricultura ecológica.

La [Comisión Europea](#) define la agricultura ecológica como un método agrícola que tiene como objetivo producir alimentos utilizando sustancias y procesos naturales. Procura tener un impacto medioambiental limitado, ya que fomenta:

- el uso responsable de la energía y los recursos naturales;
- el mantenimiento de la biodiversidad;
- preservación de los equilibrios ecológicos regionales;
- mejora de la fertilidad del suelo;
- un mantenimiento de la calidad del agua;
- el bienestar animal.

Dado que en la nomenclatura arancelaria no existe una partida específica para los productos orgánicos, es posible aplicar este informe a una amplia variedad de capítulos:

- 02: Carne y despojos comestibles.
- 03: Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos.
- 04: Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural; productos comestibles de origen animal no expresados ni comprendidos en otra parte.
- 07: Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios.
- 08: Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios, cítricos, melones o sandías.
- 09: Café, té, yerba mate y especias.
- 10: Cereales
- 11: Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo.
- 12: Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; paja y forrajes.
- 15: Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias elaboradas; ceras de origen animal o vegetal.
- 16: Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, moluscos, demás invertebrados acuáticos.
- 17: Azúcares y artículos de confitería.
- 18: Cacao y sus preparaciones.
- 19: Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería.
- 20: Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas.
- 21: Preparaciones alimenticias diversas.
- 22: Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre.
- 23: Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales.

2 SITUACIÓN EN EL MERCADO LOCAL

2.1 Tamaño del mercado

La República Checa tiene alrededor de 11 millones de habitantes. Si bien las costumbres de consumo son cada vez más comparables con la de los países de Europa Occidental, el nivel de salarios de la República Checa es considerablemente menor que la de dichos países. Mientras que el ingreso medio anual de un checo en 2019 (último dato disponible) fue de 9.995 euros, el ingreso medio de un alemán, francés, o italiano fue de 23.515, 22.562 y 17.165 respectivamente.¹

No obstante ello, el mercado checo de alimentos orgánicos presenta un dinámico crecimiento a ritmo de doble dígito desde 2015. La proporción de alimentos orgánicos como parte del consumo total de comidas y bebidas se duplicó entre 2014 y 2019 pero continúa siendo muy bajo.

Evolución del Mercado de Alimentos Orgánicos en la República Checa (2014 - 2019)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas de alimentos orgánicos, incl. exportaciones (millón USD)	139	163	183	248	306	360
Consumo local de alimentos orgánicos (millón USD)	88	98	111	145	193	229
Tasa anual de crecimiento del consumo (%)	3,9	11,4	13,5	30,5	33,0	18,7
Proporción de productos orgánicos en el consumo total de alimentos y bebidas (%)	0,72	0,81	0,90	1,05	1,31	1,52
Consumo anual per cápita (USD)	8,3	9,3	10,5	13,7	18,1	21,4
Proporción del volumen de negocios realizado por cadenas minoristas (%)	57	61	62	58	51	50

Fuente: [Informe sobre el Mercado de Alimentos Orgánicos en la República Checa en 2019](#)

Diversas fuentes de la prensa local indican que la pandemia, específicamente los confinamientos, impulsaron las ventas del sector dado que ante un estilo de vida “ralentizado”, las personas comenzaron a reflexionar sobre sus hábitos de consumo².

2.2 Composición de la demanda

Como la siguiente tabla lo ilustra, la estructura de alimentos orgánicos que el consumidor checo demanda es estable. La categoría con la mayor demanda es la de “Otros alimentos procesados” que incluye, entre otros, a comidas listas para bebés, legumbres, huevos, miel, azúcar, cacao, chocolate y golosinas, café, té y especias.

Principales categorías de alimentos orgánicos consumidos, 2014 - 2019

Categoría	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Carne y productos cárnicos (%)	8,2	6,9	5,1	5,9	4,6	5,2
Frutas y verduras (%)	13,7	12,6	21,3	22,5	17,3	17,2
Aceites y grasas (%)	4,4	4,2	2,9	3,6	3,5	3,2

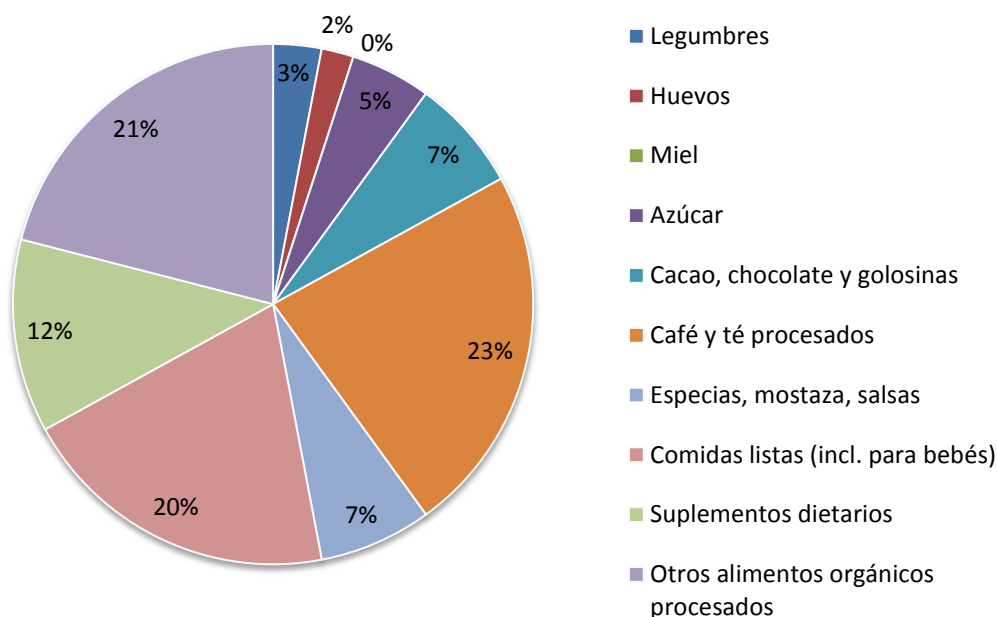
¹ <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/bookmark/072b38cb-636e-42ed-9df5-6f8615566739?lang=en>

² <https://ekonom.cz/c1-66923740-pandemie-naucila-lidi-kupovat-udrzitelne-potraviny>, <https://archiv.ihned.cz/c1-66921960-meli-ho-za-blazna-vizionar-ze-sonnentoru-ale-ukazuje-svymi-caji-jinou-cestu-a-investuje-miliony-eur-nejen-na-morave>

Leche y productos lácteos (%)	22,0	20,2	23,0	17,5	20,0	15,5
Harinas y almidones (%)	8,2	7,5	4,8	4,9	2,5	2,6
Productos de panadería, pastelería (%)	9,4	7,3	6,2	5,9	7,6	9,1
Otros alimentos procesados (%)	33,0	37,1	33,2	36,4	41,4	43,2
Bebidas (%)	1,1	4,2	3,4	3,3	3,1	3,8
Total (%)	100	100	100	100	100	100

Fuente: [Informe sobre el Mercado de Alimentos Orgánicos en la República Checa en 2019](#)

Principales productos de la categoría “Otros alimentos procesados”, 2019



Nota: La miel representó el 0,3%

Fuente: [Informe sobre el Mercado de Alimentos Orgánicos en la República Checa en 2019](#)

2.3 Actores en el Mercado Local

La legislación local señala que los interesados en emprender un negocio en el sector orgánico, deben estar registrados ante el Ministerio de Agricultura. El Registro distingue las siguientes categorías de sujetos³:

- agricultor orgánico,
- productor de alimentos orgánicos,
- comerciante,
- importador,
- exportador,
- fabricante o proveedor de piensos orgánicos,
- fabricante o proveedor de material de reproducción orgánico (semillas),
- apicultor,

³ <https://eagri.cz/public/app/eagriapp/EKO/Prehled/>

- cultivador de hongos orgánicos,
- acuicultor ecológico,
- recolector ecológico de plantas silvestres,
- otros

Se considera importador y exportador a aquellos sujetos que comercian desde/hacia países extracomunitarios.

Por el contrario, quienes realizan venta al por menor de alimentos y productos orgánicos (cadenas de supermercados e hipermercados, tiendas especializadas, etc.) no tienen la obligación de registrarse. Las tiendas online, sin embargo, sí tienen la obligación de registrarse⁴.

Actores del sector orgánico según su actividad al 2019 – 2021

Categoría	2019	2020	2021*
Agricultor orgánico	4.685	4.661	4.792
Productor de alimentos orgánicos	828	865	918
Comerciante de alimentos orgánicos	1.021	1.049	1.120
de éstos, importadores desde terceros países	310	325	351
de éstos, exportadores a terceros países	162	159	162
Fabricante de piensos orgánicos	63	71	76
Fabricante de material de reproducción orgánico	69	76	77
Apicultor ecológico	10	9	10
Acuicultor ecológico	18	15	16
Cultivador de hongos orgánicos	3	4	5
Recolector ecológico de plantas silvestres	23	23	24
Otros	12	10	10

*Datos al 30/06/2021

Fuente: [Registro del Ministerio de Agricultura](#)

Se debe tener en cuenta que algunos sujetos tienen licencias para más de una categoría. Por ejemplo 399 agricultores orgánicos son además productores de alimentos orgánicos.

2.4 Agricultura ecológica y producción de alimentos orgánicos en la República Checa

En 2019 la superficie total de la tierra de cultivo ecológico era de 541 mil hectáreas, un 15% de la superficie agrícola total de la República Checa. Los principales cultivos son el trigo (28 mil toneladas anuales), avena (17 mil toneladas), triticale (11 mil toneladas), papas (4 mil toneladas), arvejas (2 mil toneladas), zanahorias (mil toneladas), manzanas (5 mil toneladas). Las granjas orgánicas por su parte, contaron con más de 426 mil animales. Más de la mitad es ganado bovino (263 mil) de las cuales 7 mil son vacas lecheras. Le siguen las ovejas con 88 mil unidades y las aves de corral con 54 mil unidades, de las cuales 22 mil son gallinas ponedoras.⁵

La producción de alimentos orgánicos checos incluye principalmente leche y productos lácteos, pan, especias, harina, pasta, alimentos para bebés, huevos, pollo, cerdo y ternera, frutas, verduras, frutos secos, vino, entre otros. En muchos casos la oferta local es insuficiente y no

⁴ <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/registrace/#povinnost>

⁵ http://eagri.cz/public/web/file/674004/Rocenka_ekologickeho_zemedelstvi_2019_web.pdf

cubre la demanda (por ejemplo, huevos, frutas, verduras, miel). Algunos alimentos orgánicos, como los aceites, no son producidos en absoluto en el país por lo que se importan.

En el país hay 826 empresas registradas como productores de alimentos orgánicos. Las 33 más grandes en volumen de negocios realizan más de las tres cuartas partes de la producción total de alimentos orgánicos (78,1%).

La facturación total de la producción de alimentos orgánicos en 2019, según los datos proporcionados por los productores, ascendió a 195 millones de dólares, lo que representó un aumento del 5,8% en comparación 2018. Esta cifra también incluye las ventas de las empresas que solo re-empaquetan productos orgánicos en envases minoristas, ya que esta actividad también se considera como la producción de alimentos orgánicos. Es decir que incluye la importación de frutas, hortalizas y otros alimentos orgánicos.

La siguiente tabla presenta las principales 15 empresas productoras de alimentos orgánicos. Algunas de ellas son además comerciantes.

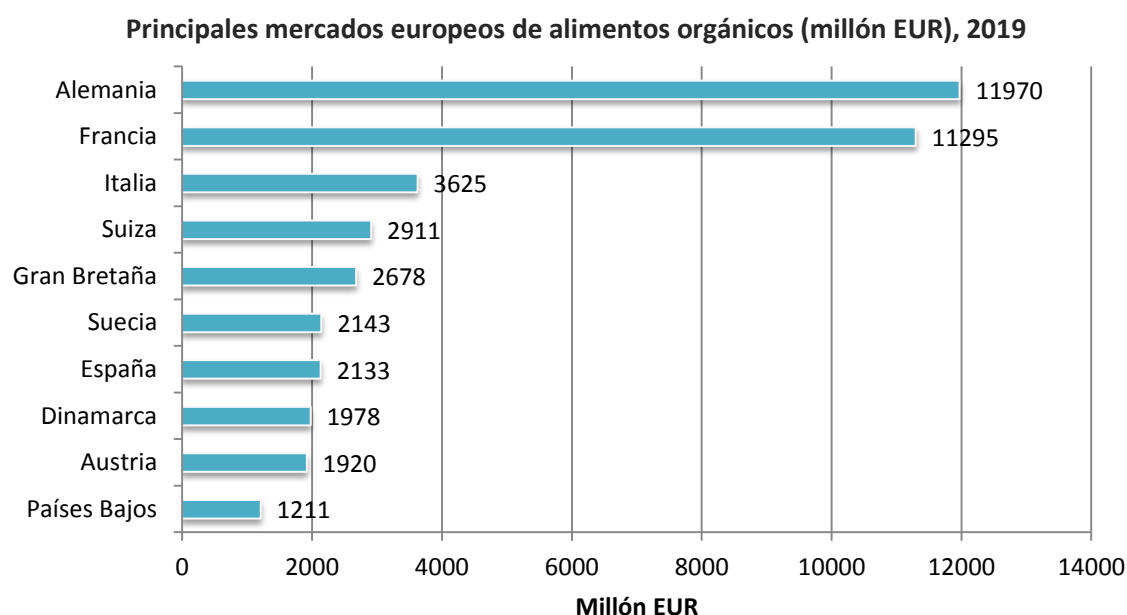
Nombre	Sector
Country Life	Otros alimentos procesados, productos de panadería, bebidas, productos lácteos, productos de molienda, frutas y verduras, aceites y grasas.
Sonnentor, s.r.o.	Té y especias.
PRO-BIO	Productos de molienda, frutas y hortalizas, otros alimentos procesados, aceites.
RACIO, s. r. o.	Alimentos no perecederos (galletas, bizcochos).
ČEROZFRUCHT, s.r.o	Fruta y verdura.
OLMA, a.s.	Leche y productos lácteos.
Biopark, s.r.o.	Leche y productos lácteos.
POLABSKÉ MLÉKÁRNY, a.s.	Leche y productos lácteos.
HOLLANDIA Karlovy Vary, a.s	Leche y productos lácteos.
Biopekárna Zemanka, s.r.o.	Alimentos no perecederos (galletas, bizcochos).
Sunfood, s.r.o.	Otros alimentos procesados, productos de molienda, frutas y verduras.
Mlékárna Valašské Meziříčí, spol. s r.o.	Leche y productos lácteos.
Mediate, s.r.o.	Otros alimentos procesados, frutas y verduras.
Allnature, s.r.o.	Aceites y grasas, otros alimentos procesados, productos de molienda, frutas y verduras.
Schubert partner a.s.	Huevos.

Fuente: [Informe sobre el Mercado de Alimentos Orgánicos en la República Checa en 2019](#)

2.5 La República Checa en el contexto mundial

Estados Unidos, con un volumen de negocios de 44.700 millones de euros, y la UE con uno de 41.400 millones, abarcan más el 81% del mercado mundial de alimentos orgánicos. Dentro del continente europeo, Alemania (EUR 12.000 millones) y Francia (EUR 11.300 millones) son los principales mercados, según datos de FiBL (Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica

de Suiza). Según dicha fuente, el volumen de mercado de la República Checa fue de 164 millones de euros y se ubicó en el puesto 16.⁶



Fuente: <https://statistics.fibl.org/europe.html>

En lo que hace al consumo de alimentos orgánicos expresado como porcentaje del total de los alimentos consumidos, con el 12% Dinamarca ocupa el primer lugar, seguida por Suiza (10%), Austria (9%) y Suecia (9%). En la República Checa esta proporción apenas llega al 1%. Sin embargo, comparada con los países de la región, por ejemplo con el resto de los miembros del Grupo Visegrad (Eslovaquia, Hungría y Polonia), República Checa evidencia el mejor resultado.

En lo referente al consumo per cápita anual en Europa, Dinamarca ocupa el primer lugar con 344 euros, seguido por Suiza (EUR 338), Luxemburgo (EUR 264) y Austria (EUR 215). Con 16 euros anuales, la República Checa ocupó el lugar 20. Es un volumen marginal en comparación con los países de Europa Occidental, pero se ubica por encima de los países de la región: Polonia 8 euros, Hungría 3 euros y Eslovaquia menos de 1 euro.⁷

3 COMERCIO EXTERIOR

3.1 Exportaciones

En 2019 la República Checa exportó alimentos orgánicos por 95 millones de dólares. Las exportaciones presentan una tendencia creciente y se dirigen principalmente a países de la UE. Los principales destinos son Alemania (USD 34 millones) y Eslovaquia (USD 8 millones).

Los principales exportadores son las empresas [E D & F Man Ingredients](#), [SOLEX AGRO](#), [RACIO](#), [Lifefood Czech Republic](#), [Sonnentor](#), [Kovář distribuce](#), [Amylon](#) y [HiPP Czech](#). En su conjunto representan el 57% de las exportaciones totales.⁸

⁶ <https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1150-organic-world-2021.pdf>

⁷ <https://statistics.fibl.org/europe.html>

⁸ http://eagri.cz/public/web/file/676190/Zprava_o_trhu_s_biopotravinami_v_CR_v_roce_2019.pdf

en 2019 se exportaron alimentos orgánicos por 45,5 millones de euros, un 51% más que en 2013. El salto se debió parcialmente a una tendencia creciente de la exportación, pero además como consecuencia de un cambio en la metodología del Ministerio de Agricultura que desde 2014 incluye también a las exportaciones de materias primas ecológicas.

3.2 Importaciones

En 2019 se importaron alimentos orgánicos por un valor de 122,5 millones de euros. El 66% fue importado por distribuidores, importadores y sujetos mixtos (distribuidor y productor). El restante 34% fue importado por cadenas minoristas.

La principal importación son los alimentos orgánicos procesados que incluye la comida para bebés, complementos dietarios, especias, café y té. Éstos representaron el 51% del volumen financiero importado. Le siguieron las frutas y hortalizas (28%) y aceites y grasas (5%).

Los principales importadores son:

- [HiPP Czech](#) (comida para bebés),
- [SOLEX AGRO](#) (fruta fresca, frutos secos, granos),
- [Country Life](#) (alimentos procesados, productos de panadería, bebidas, productos lácteos, productos de molienda, frutas y verduras, aceites y grasas),
- [Green Ways](#) (suplementos dietarios),
- [Bio_nebio](#) (alimentos procesados, productos de panadería, productos lácteos, productos de molienda, té, aceites y grasas)
- [PRO-BIO](#) (Productos de molienda, frutas y hortalizas, otros alimentos procesados, aceites)

En lo que hace a la importación desde países extracomunitarios específicamente, el Ministerio de Agricultura brinda un informe que las analiza en términos de volumen físico (toneladas). En 2019 la República Checa importó alrededor de 25 mil toneladas de alimentos orgánicos. Los principales países de origen fueron la India (7.595 ton, 30%), Argentina (4.721 ton, 18%), Ucrania (3.387 ton, 13%), Kazajistán (2.756 ton, 11%) y Colombia (1.976 ton, 7%).

Alimentos orgánicos importados desde países extracomunitarios, 2019

País	Alimento Orgánico
Argentina	Azúcar de caña, manzanas y peras
Bielorrusia	Arándanos
Brasil	Granos de café, café, jugo de naranja, acai
China	té, complementos alimenticios (clorella, espirulina), aceite de espino amarillo, linaza, frijol mungo
Ecuador	Bananas, cacao en grano y mantequilla
Filipinas	Aceite de coco, harina de coco
India	Azúcar de caña, té, complementos alimenticios (Brahmi, Ashwagandha, Amalaki, espirulina, clorella)
Indonesia	Cacao, azúcar de coco, castañas
Canadá	Jarabe de arce y arándano, soja, complementos alimenticios (proteínas), aceite de arándano
Kazajistán	Linaza, cebada
Colombia	Azúcar moreno

Cuba	Azúcar de caña
Laos	Azúcar de caña
México	Sirope de agave, pulpa y jugo de naranja, nopa
Mozambique	Azúcar de caña
Paraguay	Azúcar de caña, melaza, yerba mate
Perú	plátanos, manteca de cacao, maca en polvo, aceitunas
Rusia	Aceite de espino amarillo, mijo, cebada, linaza, piñones
Serbia	Aceite de girasol, frutas pequeñas congeladas, vinagre de sidra de manzana
República Dominicana	Bananas, cocos
Sri Lanka	Aceite de coco y leche, agua de coco, té, especias
Turquía	Avellanas, orejones, zumo de naranja
Ucrania	Frutas congeladas, agua de abedul, trigo sarraceno, lentejas, linaza, mijo
EE.UU.	alcohol, té, aceite de hierbas, zumos, complementos alimenticios (proteínas, cebada verde)
Vietnam	Arroz, leche de coco

Fuente: [Informe sobre el Mercado de Alimentos Orgánicos en la República Checa en 2019](#)

Principales categorías de alimentos orgánicos importados desde terceros países en toneladas

Categoría	2019
Cereales y productos de la molinería	1.052
Semillas y frutos oleaginosos	3.785
Frutas y frutos secos (sin transformar)	3.671
Hortalizas (sin procesar)	230
Goma laca, caucho, resina	3
Café, té, yerba mate y especias.	57
Leche	0
Miel	25
Productos de frutas, frutos secos y hortalizas elaborados y en conserva	531
Grasas y aceites animales o vegetales	175
Aceites esenciales y resinoides	0
Azúcares y productos de confitería	15.635
Cacao en grano y sus productos	97
Complementos alimenticios	154
Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias	20
Bebidas, licores y vinagre.	117
Total	25.552

Fuente: [Informe sobre el Mercado de Alimentos Orgánicos en la República Checa en 2019](#)

4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

4.1 Canales de distribución elegidos por los productores

Los canales de distribución elegidos con mayor frecuencia por parte de los productores checos de alimentos orgánicos fueron las cadenas minoristas (28%), tiendas especializadas (19%) y los mayoristas (15%). El 9% se destinó a otro productor de alimentos orgánicos (suele ser el caso de la harina, miel, especias, hierbas, aceites, azúcar). La participación de otros canales de distribución incluyó la venta directa (8%), venta online (9%), venta a través de revendedores

(3%), de farmacias (2%), de droguerías/perfumerías (1%), de tiendas independientes (1%) y la a sujetos de la gastronomía (3%).

Naturalmente, el canal distribución elegido por el productor difiere según la naturaleza de su producto. La carne y los productos cárnicos se venden con mayor frecuencia a través de ventas directas (36%; 15%) y minoristas (21%; 54%). Las frutas y hortalizas se venden a través de las cadenas minoristas (42%), tiendas mayoristas (16%), otros productores de alimentos (11%) y tiendas especializadas (11%). Los productos lácteos se venden principalmente a cadenas minoristas (51%), el 14% se vende al por mayor y el 11% se vende por venta directa. Las bebidas, principalmente vino, se distribuyen principalmente a través de tiendas especializadas (21%), gastronomía (20%) y por venta directa (18%). Los productos de panadería, confitería y otros productos de harina se venden principalmente a cadenas minoristas (52%), tiendas especializadas (14%), revendedores (11%) y mayoristas (10%). Las ventas a través de tiendas especializadas juegan un papel importante en la venta de otros alimentos procesados (32%) y aceites y grasas (18%).

4.2 Canales de distribución elegidos por los distribuidores

Los canales más elegidos por los distribuidores checos son tiendas online (26%), cadenas minoristas (17%), otros productores de alimentos (16%), tiendas especializadas (9%), farmacias (7%) y mayoristas (6%). Otros canales presentes incluyen intermediarios (2%), perfumerías/droguerías (5%), venta directa (5%) y ventas a establecimientos gastronómicos (7%).

Al desglosar los canales de distribución por productos, surge que la carne se vende sobre todo a través de tiendas electrónicas (54%) y gastronomía (14%). Los productos cárnicos, por su parte, a través de cadenas minoristas (22%) y al sector de la gastronomía (18%). Además de las cadenas minoristas (31%), las frutas y hortalizas también se comercializan a través de e-shops (22%), otros productores de alimentos (15%) y la gastronomía (11%). Los productos lácteos se distribuyen principalmente a otros productores de alimentos orgánicos (48%) y por tiendas online (14%). Los productos de panadería y confitería se venden principalmente a través de tiendas online (23%), minoristas (17%) y tiendas especializadas (16%). Los alimentos de la categoría de otros alimentos procesados (especialmente complementos alimenticios y productos terminados como alimentos para bebés) se distribuyeron principalmente a través de tiendas online (33%), comercio minorista (16%), tiendas especializadas (12%), droguerías/perfumerías (10%) y farmacias (10%).

4.3 Principales lugares de compra del consumidor final

En la actualidad, todas las cadenas minoristas ofrecen alimentos orgánicos, algunas de las cuales tienen su propia marca de alimentos orgánicos ([Albert: Nature's promise](#), [Billa: BILLA Naše Bio](#), [Kaufland: K-BIO](#), [Lidl: Bio organic](#), [Tesco: Tesco Organic](#)). Es posible adquirir alimentos orgánicos también en algunas cooperativas checas que operan bajo la marca COOP, en redes de venta independientes y en tiendas de alimentos naturales y orgánicos. Las tiendas de productos regionales, [Náš grunt](#), [Sklizeno](#), [Dobrej špaiz](#), también han comenzado a ofrecer alimentos orgánicos. Las perfumerías (droguerías) se convirtieron en otro lugar importante para la venta de alimentos orgánicos, especialmente la cadena de farmacias DM drogerie con sus marcas blancas [dm Bio](#) y [babylove](#), y Rossmann con sus marcas blancas [BabyDream](#) y

[EnerBio](#). Las tiendas online también están ganando popularidad, sobre todo los supermercados online [Košík](#) y [Rohlík](#), al igual que tiendas enfocadas en ventas directas desde el agricultor como [SCUK](#), [Svět bedýnek](#) y [Farmbox](#).

Principales lugares de compra de alimentos orgánicos en %, 2014 - 2019

Lugar de Compra	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Supermercados/ Hipermercados	40,9	46,2	43,9	40,5	36,2	35,0
Tiendas de artículos de perfumería, limpieza y productos anexos	16,5	14,7	17,9	17,5	14,9	15,2
Tiendas de alimentos naturales y orgánicos	24,8	14,3	14,3	12,6	16,9	16,2
Tiendas independientes de alimentos	1,7	4,2	2,9	3,0	2,1	1,8
Venta directa incl. mercadillos	6,7	7,0	7,3	5,4	5,1	5,7
E-shops	3,4	7,8	6,7	14,1	12,3	15,2
Farmacias	3,1	2,6	3,6	3,9	7,7	5,2
Establecimientos Gastronómicos	2,9	3,2	3,4	3,0	4,7	5,7
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: [Informe sobre el Mercado de Alimentos Orgánicos en la República Checa en 2019](#)

5 ACCESO AL MERCADO

La República Checa, en su calidad de miembro de la UE, adopta la normativa de la Comunidad Europea.

5.1 Régimen arancelario y documentación general requerida

En vista de la amplia variedad de productos abarcados, el presente informe se limita a comunicar el [enlace](#) al Arancel Integrado de las Comunidades Europeas ([TARIC](#)), donde se encuentran definidas todas las normas de la política arancelaria aplicables a cada producto específico.

En lo que hace al despacho de aduana, independientemente del tipo de mercadería que se trate, es necesario presentar la siguiente documentación:

- Factura Comercial
- Documento de Transporte (conocimiento de embarque)
- Documento (DV1) Declaración del Valor en Aduana
- Documento Único Administrativo (DUA): representa la Declaración de aduanas. La sigla en checo es JSD (Jednotný správní doklad).
- Seguro de transporte de mercancías
- Lista de Empaque (Packing List)

Si desea obtener información sobre las condiciones de ingreso al mercado común europeo para una posición arancelaria específica, se sugiere visitar el [Asistente Comercial](#) de la Comisión Europea.

5.2 Normativa comunitaria para la importación de alimentos orgánicos

Las importaciones de productos ecológicos procedentes de terceros países se rigen por el [Reglamento \(CE\) n° 834/2007](#) y [Reglamento \(CE\) n° 1235/2008](#).

El [Reglamento \(CE\) n° 834/2007](#) establece la posibilidad de reconocer a los terceros países cuyo sistema de producción cumpla con los principios y normas de producción equivalentes a los que establece la Unión Europea. El [Reglamento \(CE\) n° 1235/2008](#), entre otros, define la lista de aquellos terceros países y los requisitos para que el producto sea reconocido. La Argentina es parte de mencionada lista y la autoridad de control es el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA).

Según el Anexo III del Reglamento 1235/2008, los productos ecológicos de origen argentino a los cuales se aplica esta normativa son:

- a) productos agrarios vivos o sin transformar y material de reproducción vegetativa y semillas para cultivo, con excepción de:
 - animales y productos animales que lleven o vayan a llevar menciones relativas a la conversión⁹;
- b) productos agrarios transformados destinados a la alimentación humana, con excepción de:
 - productos animales que lleven o vayan a llevar menciones relativas a la conversión.

Esto, siempre que los productos de la categoría a) y los ingredientes de los productos de la categoría b):

- i. sean producidos ecológicamente en Argentina, bajo las normas de producción establecidas en la Ley 25.127 sobre Producción ecológica, biológica y orgánica, y
- ii. cuenten con la certificación correspondiente emitida por parte de cualquiera de los organismos de control argentinos reconocidos:
 - Food Safety SA, www.foodsafety.com.ar
 - Instituto Argentino para la Certificación y Promoción de Productos Agropecuarios Orgánicos SRL (Argencert), www.argencert.com
 - Letis SA, www.letis.com.ar
 - Organización Internacional Agropecuaria (OIA), www.oia.com.ar

Todos los envíos de alimentos orgánicos provenientes de la Argentina deben contar con el Certificado de Control otorgado por uno de los organismos de control argentinos mencionados en el punto anterior. El modelo del certificado es unificado y se desprende del [Reglamento \(CE\) n° 1235/2008](#).

El Certificado de Control original debe presentarse junto con los productos orgánicos importados a la autoridad competente del Estado miembro. Es decir a la autoridad local aduanera en el punto desde el cual se solicita liberar la mercancía. En la República Checa es la [Administración de Aduanas](#).

⁹ El reglamento (CE) 834/2007 define conversión como la “transición de la agricultura no ecológica a la agricultura ecológica durante un período de tiempo determinado en el que se aplicarán las disposiciones relativas a la producción ecológica”.

5.3 Nuevo Reglamento sobre Agricultura Orgánica

En 2018 se aprobó el nuevo reglamento sobre agricultura orgánica - [Reglamento \(UE\) 848/2018](#), el cual debería haber entrado en vigor el 1° de enero de 2021. El Consejo de Ministros de la UE, sin embargo, prorrogó el plazo al 1° de enero de 2022.

La nueva legislación sobre producción ecológica tiene como objetivo garantizar una competencia leal a los agricultores, prevenir el fraude y conservar la confianza de los consumidores. La solicitud de posponer su entrada en vigor, surgió en primer lugar de algunos Estados miembros, el Parlamento Europeo, terceros países y otras partes interesadas, debido a la complejidad e importancia del Derecho derivado en preparación. La crisis del coronavirus ha ralentizado el trabajo de preparación del Derecho derivado.

Las principales novedades del futuro Reglamento incluyen¹⁰:

- Nuevos productos certificados: sal, tapón de corcho, aceites esenciales, lana, mate, capullos de seda, pieles, cera de abeja, hojas de vid o resinas naturales.
- Nuevas especies animales: conejos y ciervos.
- Cambios en la producción vegetal: se refuerza la relación entre el cultivo y el suelo. Por ejemplo, se permitirá el uso de material de reproducción vegetativo heterogéneo y se incorporarán criterios más transparentes para la autorización de nuevos productos (plaguicidas, fertilizantes, etc.) en la agricultura ecológica.
- Certificación en grupo: es una manera de que los pequeños agricultores puedan acceder a la certificación, simplificando trámites administrativos y costos.
- Productos de importación: los productores ecológicos de terceros países tendrán que cumplir exactamente las mismas normas de certificación que los operadores de la UE. Actualmente, deben respetar las reglas de “equivalencia”, es decir, sistemas semejantes, pero no idénticos.
- Proximidad: se estimularán los canales de distribución cortos y las producciones locales.

El objetivo de la Comisión Europea es triplicar la superficie ecológica en una década, de modo que en el horizonte de 2030 el 25% del terreno agrario de la UE sea orgánico. Una meta que ya fue incluida en el Pacto Verde Europeo y, en concreto, en las estrategias ‘De la granja a la mesa’ y ‘Biodiversidad 2030’.

6 HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN COMERCIAL

6.1 Ferias y exposiciones

Hasta el momento no hay en la República Checa una feria internacional B2B especializada en alimentos orgánicos. El mayor evento comercial es el [Festival Evolution](#), que cada año se realiza en el predio ferial Výstaviště Praha Holešovice y está compuesto por cinco ferias relacionadas con estilo de vida:

- BIOSTYL: Feria sobre Alimentos y Cosméticos Orgánicos.

¹⁰ <https://www.craega.es/es/gl-xa-e-oficial-aprazado-ata-2022-o-novo-regulamento-de-produccion-ecologica/>

- ZDRAVI: Feria sobre Alimentación y Estilo de Vida Sanos.
- ECOWORLD: Feria sobre Ecología y Desarrollo Sustentable.
- OSOBNÍ ROZVOJ: Feria sobre Desarrollo Personal.
- ALTERNATIVA: Feria sobre Estilo de Vida Alternativo.

Si bien el [Informe Final](#) sobre la edición 2020 de este Festival indica que fue visitado por alrededor de 6.500 personas, no brinda mayor información sobre la calidad del visitante. Asimismo, del hecho que el Festival se lleva a cabo de viernes a domingo se desprende que su carácter es más bien B2C.

Por otra parte, dada la dimensión del mercado local, los importadores checos suelen visitar ferias en el extranjero para tomar conocimiento de nuevas tendencias y oportunidades. En este sentido, se destaca la Feria Internacional de Productos Orgánicos, BIOFACH, en la ciudad alemana de Núremberg, ubicada a poco menos de 300 km de Praga.

6.2 Entidades relacionadas

6.2.1 Organizaciones y Asociaciones del Sector

PRO-BIO Asociación de Agricultores y Ganaderos orgánicos.

www.pro-bio.cz

LOVIME BIO.

<https://www.lovime.bio/>

EKOVIN – Asociación para la producción integrada y orgánica de uvas y vino.

www.ekovin.cz

Bioinstitut, o.p.s. – Instituto para la agricultura orgánica y desarrollo sostenible del paisaje.

www.bioinstitut.cz

ZERA – Agencia Regional para la Agricultura y la Ecología.

www.zeraagency.eu

Cooperativa Biopark, s.r.o.

www.biohovezi.cz

Cooperativa PRODEJ-BIO s.r.o.

www.prodejbio.cz

6.2.2 Organizaciones de Control y Certificación

ABCERT AG
www.abcert.cz

Biokont CZ
www.biokont.cz

Bureau Veritas Czech Republic, spol. s r.o.
www.ekozemedelstvi.cz

KEZ, o.p.s.
www.kez.cz

En casos particularmente graves o cuando las organizaciones de más arriba no están autorizadas a inspeccionar, las siguientes autoridades estatales de supervisión también participan en la inspección.¹¹

Instituto Central de Inspección y Testeo Agrícolas (ÚKZÚZ)
www.ukzuz.cz

Administración Veterinaria del Estado (SVSCR)
www.svscr.cz

6.3 Importadores

Como se mencionó, los importadores de alimentos orgánicos deben registrarse ante el Ministerio de Agricultura. El registro es público y está disponible a través del presente [enlace](#).

¹¹ <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/kontrolni-system/>



Muchas gracias por su atención.

Ante cualquier duda, comuníquese con la Embajada Argentina en la República Checa.

<https://eches.cancilleria.gob.ar>

<https://www.cancilleria.gob.ar/es/argentinatradenet>