

MERCADOS DE GRANOS ORGÁNICOS EN EL ATLÁNTICO MEDIO

GUÍA DE RECURSOS: MARZO DE 2025

Esta Guía de recursos describe las mejores prácticas y consideraciones para navegar en los mercados de granos orgánicos.

A medida que la demanda de productos orgánicos continúa en aumento, comprender la dinámica única de estos mercados es esencial para los productores que buscan maximizar sus oportunidades y rentabilidad. Tanto si se inicia en la agricultura orgánica como si busca perfeccionar su enfoque, este recurso le servirá de guía en su camino hacia una exitosa exploración del mercado de productos orgánicos y ganaderos.

El Programa Nacional de Asociación para la Transición a la Producción Orgánica (TOPP) apoya a los agricultores orgánicos y en transición con recursos de mercado, incluyendo eventos de descubrimiento de compradores y vendedores para facilitar conexiones significativas entre vendedores y compradores orgánicos, y talleres de desarrollo de mercado. Las conclusiones y recursos clave de esta guía surgieron del Panel sobre el Estado de los Mercados de Granos Orgánicos de la Conferencia de Granos del Atlántico Medio, celebrada en marzo de 2025. Para obtener más información y encontrar eventos cerca de usted, visite: www.organictransition.org/region/national/events.



RESUMEN DEL EVENTO:

RESUMEN DEL EVENTO:

Esta sesión sobre el mercado orgánico contó con un panel de profesionales de la industria que debatieron sobre el estado de los granos orgánicos en la región del Atlántico Medio. Este panel interactivo, moderado por Kyle Pletcher de Tuscarora Grain Company, contó con la participación de Kellee James de Argus Media, Michael Chapman de Fieldcraft y Scott Morgan de Morganics Family Farm. Posteriormente, se realizó una sesión de networking para conectar y forjar relaciones significativas.

¡Escuche la grabación del panel [aquí!](#)

Conclusiones clave/Mejores prácticas

¿NUEVO EN EL MERCADO ORGÁNICO?

- Es importante que los agricultores siempre cuenten con mercados de respaldo, como el de alimentos para animales y la industria de los hongos, donde los granos pueden servir como materia prima tanto para la nutrición del ganado como para el cultivo de micelios de respaldo. Los mercados de alimentos para animales son excelentes alternativas si los granos de grado alimenticio no cumplen con las especificaciones.
- El almacenamiento orgánico dedicado permite al agricultor conservar el producto por más tiempo, lo que le permite esperar para obtener un mejor precio.
- Invertir tiempo en desarrollar relaciones con los compradores vale la pena.
- La infraestructura, la certificación y la narración de historias son componentes clave del éxito en los mercados especializados y orgánicos.
- Los enfoques regionales de menor escala ofrecen resiliencia y flexibilidad a los productores fuera del modelo de granos básicos
- La demanda de granos orgánicos sigue siendo fuerte, pero existe una importante incertidumbre en el mercado (clima, aranceles, costos de insumos) que impulsa a los productores a diversificar sus productos y a construir relaciones sólidas con los compradores.

TENDENCIAS DEL MERCADO

- El mercado estadounidense de alimentos orgánicos asciende a 60 mil millones de dólares y sigue creciendo. Más del 82 % de los hogares estadounidenses tienen alimentos orgánicos en sus cocinas. Es uno de los sectores de mayor crecimiento en la agricultura estadounidense. ([Investigación de Precedence](#)).
- La mitad de la demanda total de alimento orgánico proviene del sector lácteo, lo que resalta la importancia del acceso al alimento. A nivel regional, el costo del alimento orgánico puede ser elevado. Si bien las ventas de proteína animal orgánica están creciendo, este crecimiento se concentra en el pollo. Mientras tanto, los productos lácteos orgánicos están comenzando a recuperarse tras años de ventas deprimidas debido a la pandemia y al auge de la leche vegetal (Presentación de Argus Media).
- Estados Unidos sigue dependiendo en gran medida de las importaciones de soja, lo que representa una oportunidad para los productores nacionales, en particular para

aquellos interesados en la producción orgánica. En cambio, Estados Unidos es prácticamente autosuficiente en maíz. Esta dinámica sugiere que la diversificación de productos, especialmente en soja, podría ser ventajosa para los agricultores estadounidenses que buscan aprovechar la demanda insatisfecha (Presentación de Argus Media).

- Los aranceles son complejos y es difícil, si no imposible, prepararse para su impacto en el mercado. El principal impulsor del mercado es el consumidor, por lo que adaptarse a su demanda es esencial.
- Existe un creciente interés por parte de compradores y fabricantes en alimentos balanceados sin soja ni maíz. Las marcas y fabricantes buscan productores/proveedores de granos alternativos para reducir los costos de transporte y construir cadenas de suministro más directas y resilientes. Esta tendencia refleja un cambio hacia un abastecimiento más resiliente.

CONSEJOS ADICIONALES:

- Fieldcraft ha observado una creciente demanda de sorgo, avena y centeno por parte de destiladores y cerveceros, así como de granos especiales regionales.
- Fieldcraft ha observado que los nuevos compradores B2B exigen cada vez más mayor comodidad y trazabilidad, y animan a los agricultores a compartir mejor sus productos y su historia ([comercio digital](#)).
- Los compradores a menudo prefieren los contratos a futuro (también conocidos como contratos de bushels previos a la siembra o acuerdos de productor) para asegurar las ventas con anticipación, pero aún necesitan un mercado al contado para cubrir la escasez.
- Se anima a los agricultores a considerar el aprovechamiento de todas las partes de un cultivo, como las cáscaras, los residuos cribados y la harina, especialmente en los mercados entre productores orgánicos certificados y ganaderos. Esto se alinea con la necesidad de "vender la finca completa", donde los agricultores deben encontrar valor y un precio justo para todos los productos, similar al desafío del "animal completo" en la producción ganadera.
- Se discutieron certificaciones como Naturally Grown, pero los panelistas compartieron que aún consideran que USDA Certified Organic es el estándar de oro.

LISTAS DE RECURSOS ORGÁNICOS:

- [Fieldcraft](#)
- [Presentación de Fieldcraft](#)
- [Base de datos de integridad orgánica](#)
- [Find.Organic \(Encuentre Orgánico\)](#)
- [Argus Media - Panorama general de los mercados de granos orgánicos](#)
- [Cultivo de cereales para malteado: verdades, mentiras y consideraciones para la diversificación](#)
- [Clase magistral de olfateo y cata 101: Descubriendo los sabores de los granos de Virginia en las bebidas destilados](#)

- [Centro de granos orgánicos](#)
- [Beneficiarios de subvenciones para el desarrollo del mercado orgánico](#)
- [El libro de consulta sobre productos orgánicos y no transgénicos](#)
- [“Comprender las necesidades de granos de los procesadores y los usuarios finales”](#)
[Artisan Grain Collaborative](#)
- [Conexiones de la cadena de granos Artisan Grain Collaborative](#)
- [Recursos adicionales de Artisan Grain Collaborative](#)
- [Manual de cultivo de cereales](#)
- [Recursos adicionales de Common Grain Alliance](#)

*Tenga en cuenta que parte de la información del comprador incluida en estos listados podría estar desactualizada. El Instituto Rodale no administra estas listas y puede brindar asistencia para navegar por estos centros de intercambio, verificar las listas y conectar a los productores directamente con los contactos de los compradores en nuestra red.

CONÉCTESE CON NOSOTROS

Si usted es un productor que busca orientación para acceder a mercados más profundos, apoyo en la rotación de cultivos orgánicos o conectarse con compradores, comuníquese con [Equipo de Consultoría de Mercados del Instituto Rodale](#).

Correo: Markets@RodaleInstitute.org **Telefono:** [\(610\) 683-1416](tel:(610)683-1416)