CONTROL Y TRANSPARENCIA

Gerald A. Herrmann, *director de Organic Services*
g.herrmann@organic-services.com

Operación OPSON VIII. Control y transparencia

Desde 2011, Interpol y Europol han estado realizando las llamadas operaciones OPSON. Opson es una palabra griega para designar comida valiosa. El nombre no se habría podido elegir más apropiado, ya que las operaciones tienen como objetivo la delincuencia en nuestras cadenas de suministro de alimentos, donde los defraudadores venden productos menos valiosos a precios más elevados, ganando dinero que no merecen.

Al hacer falsas promesas y engañar a los consumidores, los delincuentes perjudican la reputación de la marca orgánica en todo el mundo

Organic Services
syntheses. strategies. solutions.

OPSON VIII revela delitos en el sector orgánico

Las operaciones OPSON se realizan una vez al año, uniendo esfuerzos de policías, aduanas, organismos nacionales de regulación de alimentos y empresas privadas transfronterizas. La última operación que tuvo lugar entre diciembre de 2018 y abril de 2019, la operación OPSON VIII ha investigado, por primera vez, casos de fraude en el sector orgánico, donde la etiqueta orgánica se utiliza mal, cada vez más a menudo. Al hacer falsas promesas y engañar a los consumidores, los delincuentes perjudican la reputación de la marca orgánica en todo el mundo. OPSON VIII se llevó a cabo en 16 estados miembros de la UE y descubrió el uso de sustancias no autorizadas, la comercialización en el mercado orgánico de alimentos producidos convencionalmente y el uso de documentos falsificados para difuminar la trazabilidad de los productos. Las investigaciones aún están en marcha, pero ya han derivado en diversos procedimientos administrativos y penales, sancionando los operadores y requisando productos.

123rf Limited©tashatuvango

El sistema de control orgánico de la UE está desfasado

Sin lugar a dudas, la operación, aunque era necesaria urgentemente, sólo mostró la punta del iceberg. Los escándalos y las sanciones dan grandes titulares, pero el mercado orgánico es demasiado atractivo para acabar

ALIMENTACIÓN

ALIMENTACIÓN

con los defraudadores de forma tan sencilla. Un escándalo con productos mal etiquetados tras otro, y los consumidores pierden la confianza en los sellos y etiquetas que promueven prácticas de producción sostenibles. Nuestros sistemas de control orgánico no tienen mecanismos de prevención efectivos. Esto fue confirmado recientemente por el tribunal de cuentas de la UE en su informe especial nº 4/2019. En lugar de apretar los tornillos a la estructura existente, en lugar de confiar en certificados basados en papel y de reaccionar sólo ante los problemas que ya tenemos, lo que necesitamos es repensar nuestro sistema y llevarlo hacia el mundo moderno actual. La marca orgánica necesita medidas de protección y prevención.

123rf Limited©cylonphoto

TRACES no llega suficientemente lejos

Un paso en el buen camino es la introducción de TRACES, la herramienta de datos multilingüe de la Comisión Europea que tiene como objetivo digitalizar la información de certificación para establecer una supervisión sobre las importaciones orgánicas en la UE. Los exportadores, importadores y certificadores colaboran para proporcionar datos del certificado electrónico de importación. Sin embargo, la herramienta no llega suficientemente lejos, ya que no obliga ni a los organismos de certificación ni a los productores a proporcionar información sobre la superficie certificada sobre la que han sido realmente cultivados los productos orgánicos y sus rendimientos. Sin esta información, nadie puede comparar lo que entra en la cadena de suministro orgánica con lo que se vende etiquetado como orgánico. Por lo tanto, es imposible hacerse una idea de la extensión del fraude que ya se está dando, y combatirlo de manera efectiva. La única solución realista para combatir el fraude alimentario, no sólo dentro del sector orgánico, es un balance de masas que calcula si las cantidades vendidas de un producto que lleva un reclamo de producto (ya sea orgánico, de comercio justo u otros) coinciden con las correspondientes capacidades de producción certificadas.

El enfoque en el balance de masas con datos de certificación y transacción en tiempo real

La plataforma online Check Organic puede calcular fácilmente el balance de masas de las mercancías. Check Organic es una fuente de datos en tiempo real de certificación global y transacción de productos. Utilizando la información que cuelgan las empresas participantes, la plataforma traza el flujo de mercancías y monitoriza los volúmenes de productos orgánicos comercializados a lo largo de la cadena de suministro, comprobando la plausibilidad de las cantidades orgánicas producidas y vendidas. Al mismo tiempo que los productos viajan a la cadena de suministro, Check Organic muestra el estado de certificación de los operadores y el estado de integridad de los productos mediante un sistema de semáforos intuitivo. Esto permite a los procesadores y comerciantes mitigar significativamente los riesgos de fraude y les asegura que venden realmente lo que prometen sus etiquetas. Ya no se requiere un retroceso retrospectivo de suministros con tiempo y dinero, y se reducen sustancialmente los procedimientos de auditoría e inspección. Para acelerar y facilitar el proceso de globalización del sistema, están en marcha conversaciones con la NOP del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) y la Comisión Europea y otros gobiernos. Pero, mientras que ninguna de estas autoridades obligue a los organismos de certificación a proporcionar información sobre la superficie y, por tanto, de la capacidad de producción de productos certificados orgánicamente, este nivel de transparencia sólo será demostrado por las empresas que ya se preocupan de la integridad y reputación de la marca orgánica. Mientras tanto, los defraudadores utilizarán todas las lagunas que puedan encontrar para continuar con sus actividades delictivas y perjudicar la reputación del sector orgánico. En un mercado atractivo como el orgánico, se debe hacer obligatorio un alto nivel de transparencia.■

En un mercado atractivo como el orgánico, se debe hacer obligatorio un alto nivel de transparencia

Para contactar con Organic Services

Gerald A. Herrmann (director)
móvil: +49 177 5521 460
g.herrmann@organic-services.com

Ina Hiester (gestora comunicaciones)
móvil: +49 176 2488 1755
i.hiester@organic-services.com