



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

---

---

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN**

**PERSPECTIVAS DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS  
ORGÁNICOS MEXICANOS DE EXPORTACIÓN  
HACIA EL MERCADO CANADIENSE**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**LIC. EN RELACIONES  
INTERNACIONALES**

**PRESENTA**

**MARÍA FERNANDA SÁNCHEZ VIDALS**



**DIRECTOR DE TESIS  
LIC. ARMANDO RAMÍREZ BECERRA**

**Ciudad Netzahualcóyotl, Estado de México.  
2021**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## **AGRADECIMIENTOS**

Con enorme amor y admiración dedico este trabajo a mis padres, en primera instancia a mi madre Leonor Vázquez quien siempre ha estado a mi lado para apoyarme, por ser una madre ejemplar que siempre ha velado por mi bienestar, por su trabajo y dedicación; a mi padre Fernando Sánchez por siempre estar para mí, por enseñarme y cuidarme y por haberme inculcado el valor de la humildad. Gracias a ambos por su amor, cuidado, paciencia y por los valores inculcados en mí, por las enseñanzas de vida que han formado parte de mi crecimiento personal.

A mi hermano Daniel Sánchez, por su cariño y apoyo. Gracias a mi familia por hacer florecer mi alma.

A Jats-uts por haber sido una luz importante en mi vida, por haber aguantado largas desveladas a mi lado, por enseñarme el significado del amor incondicional. Siempre estarás en mi corazón.

A mi compañero y amigo de vida José Miguel Gallo, por el camino recorrido en estos años, por el apoyo, las vivencias, las risas y amor.

A mi asesor el Lic. Armando Ramírez Becerra, por el tiempo y paciencia que ha dedicado para asesorarme en la realización de este trabajo, así como el apoyo y la confianza. Gracias por escucharme y por compartir.

A mi alma mater, la Universidad Nacional Autónoma de México- Facultad de Estudios Superiores Aragón por haberme brindado las herramientas necesarias para mi aprendizaje, por haber conocido en sus aulas a profesores que dejaron huella en mí y por la oportunidad de haber viajado al extranjero.

*Conocerás la paciencia, el día que te permitas observar el crecimiento de los árboles en la naturaleza. Conocerás la fortaleza, el día que te permitas ver como el río avanza en su recorrido, a pesar de que en su camino encuentre piedras.*

**Arnau de Tera**

*Cualquier cosa es un camino entre cantidades de caminos. Mira cada camino de cerca y con intención. Pruébalo tantas veces como consideres necesario. Luego hazte a ti mismo, y a ti solo, una pregunta: ¿tiene corazón este camino? Todos los caminos son lo mismo: no llevan a ninguna parte (...) pero uno tiene corazón y el otro no. Uno hace gozoso el viaje; mientras lo sigas, eres uno con él...*

**Las enseñanzas de Don Juan.**

**Carlos Castañeda.**

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>I</b>
<b>CAPÍTULO I. EL MERCADO INTERNACIONAL DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS ORGÁNICOS</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Antecedentes del desarrollo de la agricultura orgánica.</b>	<b>2</b>
<b>1.2 Situación de la agricultura orgánica en el mundo.</b>	<b>4</b>
<b>1.3 La demanda de alimentos orgánicos y el comportamiento del consumidor.</b>	<b>9</b>
<b>1.4 Descripción de los principales mercados internacionales de productos orgánicos.</b>	<b>12</b>
1.4.1 Europa.	13
1.4.2 Oceanía.	15
1.4.3 Norte América	20
<b>CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO DEL SECTOR AGRÍCOLA ORGÁNICO EN MÉXICO</b>	<b>25</b>
<b>2.2 Situación del mercado orgánico mexicano.</b>	<b>27</b>
2.2.1 Estados Productores.	32
2.2.2 Tipología de productores.	37
<b>2.3 Características del comercio exterior de México con respecto a los productos orgánicos.</b>	<b>40</b>
2.3.1 Exportaciones.	40
2.3.2 Importaciones.	44
<b>2.4 La certificación de productos orgánicos en México.</b>	<b>47</b>
<b>2.5 Canales de comercialización.</b>	<b>54</b>
<b>CAPITULO III. EVALUACIÓN DEL SECTOR ORGÁNICO EN CANADÁ</b>	<b>58</b>
<b>3.1 Mercado orgánico canadiense.</b>	<b>58</b>
<b>3.2 Características del comercio exterior de Canadá con respecto a los productos orgánicos.</b>	<b>66</b>
3.2.1 Importaciones.	67
3.2.2 Exportaciones.	71

<b>3.3 Perfil del consumidor canadiense y análisis de la demanda.</b>	<b>73</b>
3.3.1 Determinantes del comportamiento de compra.	79
<b>3.4 Acceso de productos agrícolas orgánicos al mercado canadiense.</b>	<b>82</b>
3.4.1 Certificación.	85
3.4.2 Etiquetado y empaque.	92
3.4.3 Requerimientos de importación.	96
<b>CAPÍTULO IV. PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES DE EXPORTACION PARA LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS ORGÁNICOS MEXICANOS HACIA EL MERCADO CANADIENSE</b>	<b>101</b>
<b>4.1. El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) como marco general para los productos agrícolas mexicanos de exportación.</b>	
<b>Caso México – Canadá.</b>	<b>102</b>
4.1.1 Análisis general del sector agrícola mexicano en el marco del TLCAN.	106
4.1.2 Situación del sector agrícola orgánico en el TLCAN y expectativas para el T-MEC/USMCA.	123
<b>4.2 Detección de oportunidades para productos agrícolas orgánicos mexicanos en el mercado canadiense.</b>	<b>129</b>
<b>4.3 Promoción y distribución para productos agrícolas orgánicos en Canadá.</b>	<b>132</b>
4.3.1 Ferias y exposiciones para productos agrícolas orgánicos en Canadá.	132
4.3.2 Canales de comercialización y principales actores de los canales de distribución.	135
<b>4.4 Organismos gubernamentales y privados de apoyo a la exportación para productos orgánicos.</b>	<b>140</b>
<b>4.5 Aspectos a considerar para potencializar el crecimiento y desarrollo del sector orgánico en México con miras a su participación el mercado internacional.</b>	<b>149</b>
<b>4.6 Perspectivas del sector orgánico en México con respecto a la exportación de productos agrícolas orgánicos hacia el mercado canadiense.</b>	<b>152</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>159</b>
<b>ANEXO 1. ÓRGANOS DE CERTIFICACIÓN EN MÉXICO ACREDITADOS POR LA CFIA.</b>	<b>164</b>
<b>ANEXO 2 . REGLAMENTOS DE ETIQUETADO Y EMPAQUETADO PARA PRODUCTOS ORGÁNICOS EN CANADÁ.</b>	<b>166</b>



## INTRODUCCIÓN

A lo largo del tiempo la agricultura se ha convertido en una actividad estratégica de gran importancia con base fundamental para el desarrollo alimentario autosuficiente de los países, sin embargo, como todo sistema socioeconómico o político ha sufrido cambios para mantenerse al día con las oportunidades, requisitos y desafíos del mundo cambiante.

Con el pasar de los siglos el aumento poblacional y la creciente demanda de alimentos llevó a desarrollar sistemas intensivos de explotación industrial de cultivos para elevar la productividad y así abastecer la alta demanda. A medida del avance de esta práctica de explotación de los recursos, las secuelas a determinados ecosistemas han resultado en efectos negativos tanto para el medio ambiente como para comunidades humanas, como la disminución de la productividad del suelo, sobreexplotación y contaminación del agua, pérdida de especies polinizadoras, aumento de emisiones de gases que contribuyen al efecto invernadero, riesgos potenciales para la salud, desplazamiento de comunidades, hambre, malnutrición, entre otros.

Ante la evolución de estos problemas globales, surgieron diversos factores de carácter social, económico, político, cultural y ambiental alrededor del mundo que motivaron el desarrollo y expansión de una agricultura alternativa, más eficiente, socialmente justa, con menor impacto ecológico y con potencial para disminuir los efectos negativos atribuidos a la agricultura convencional, hablamos de la práctica de la agricultura orgánica.

La agricultura orgánica, ecológica o biológica se define como un sistema de producción que utiliza métodos que respetan el medio ambiente, desde las etapas de producción hasta las de manipulación y procesamiento. A nivel internacional, se aplican dos fuentes principales de principios y requisitos generales que rigen la agricultura orgánica. De acuerdo con el *Codex Alimentarius*; que es un conjunto de normas, directrices y códigos aprobados por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO, *Food and Agriculture Organization*) y la



Organización Mundial de la Salud (*World Health Organization*), la *agricultura orgánica* es un sistema de manejo holístico de la producción que promueve y mejora la salud del ecosistema, incluyendo los ciclos biológicos y la actividad biológica del suelo<sup>1</sup>. La agricultura orgánica se basa en el uso mínimo de insumos externos y evita los fertilizantes y plaguicidas sintéticos.

La otra definición es reconocida por la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM, *International Federation of Organic Agriculture Movements*), el único organismo de sector privado que aboga por la agricultura orgánica a nivel internacional. De acuerdo con las normas de la IFOAM, la agricultura orgánica se define como un enfoque integral basado en un conjunto de procesos que resulta en un ecosistema sostenible, alimentos seguros, buena nutrición, bienestar animal y justicia social<sup>2</sup>. En otras palabras, la agricultura orgánica ofrece más beneficios sociales, económicos, culturales, políticos y ambientales a largo plazo que los productos derivados de la agricultura convencional.

En este contexto, las diversas consideraciones que dan valor a los productos orgánicos provocaron un creciente interés y un aumento de popularidad entre la industria agroalimentaria, los gobiernos y los consumidores alrededor del mundo hacia esta práctica sustentable desde los años 90 del siglo pasado. Esta tendencia no muestra signos de retroceso, sobre todo en países que cuentan con altos niveles de ingresos y por ende un mayor poder adquisitivo. Las claves principales de la expansión de la producción de productos orgánicos se le atribuye a diversos factores como; una mayor conciencia entre consumidores con respecto a temas de salud y una elevada preocupación hacia el medio ambiente, el sabor y frescura de estos alimentos, iniciativas gubernamentales dirigidas a la promoción de

---

<sup>1</sup> Food and Agriculture Organization of the United Nations (s.f), *Codex Alimentarius. International Food Standards*, Recuperado el 14 de mayo de 2018, de <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/en/>

<sup>2</sup> International Federation of Organic Agriculture Movements, (s.f), *Definition of Organic Agriculture*, Recuperado el 06 de Junio de 2019, de [https://www.ifoam.bio/sites/default/files/page/files/doa\\_spanish.pdf](https://www.ifoam.bio/sites/default/files/page/files/doa_spanish.pdf)

productos orgánicos, además de las diversas ventajas que obtiene el productor que decide producir este tipo de alimentos.

De acuerdo con datos de la FAO en las últimas décadas el crecimiento de la superficie orgánica a escala mundial pasó de 15 millones de hectáreas en 1999 a más de 60 millones de hectáreas en el 2016, lo que representa un crecimiento anual del 25% al 30%, llegando a estar presente en cerca de 172 países. En relación a cifras, las ventas de alimentos orgánicos ha tomado matices de negocios millonarios, pues de acuerdo a *Ecovia Intelligence* las ventas de alimentos orgánicos y bebidas han aumentado de 15 mil millones de dólares en 1999 a casi 90 mil millones de dólares en el 2016.<sup>3</sup>

En este sentido, México no ha sido ajeno a esta tendencia, la agricultura orgánica en México ha mostrado que a pesar de que es el subsector agrícola más pequeño, es el más dinámico pues ha registrado tasas de crecimiento de más del 30% en los últimos años. De acuerdo a la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) la superficie agrícola de cultivos orgánicos en México pasó de 21,265 hectáreas en 1996 a 1,146, 929 hectáreas en el 2017, haciéndolo acreedor de la cuarta posición como productor de alimentos orgánicos a escala mundial<sup>4</sup>, además es considerado como uno de los países con mayor diversidad de cultivos producidos orgánicamente, con alrededor de 45 cultivos.

La adopción de esta práctica agrícola constituye una actividad económica con gran potencialidad en la generación de empleo, pese que actualmente el sector orgánico en México representa menos del 1% del total de la superficie agrícola sembrada, esta práctica representa una actividad de relevante importancia para los productores más desprotegidos del país, pues son pequeños campesinos e indígenas organizados los que cultivan el 85% de la superficie orgánica y generan

---

<sup>3</sup> Forschungsinstitut für biologischen Landbau and International Federation of Organic Agriculture Movements. FiBL and IFOAM. (2018). *The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trend 2018*, Recuperado el 07 de Junio de 2018, de <https://shop.fibl.org/CHen/mwdownloads/download/link/id/1093/?ref=1>

<sup>4</sup> Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA). "Duplica México superficie de producción de alimentos orgánicos". Recuperado el 29 de enero de 2019, en: <https://www.gob.mx/sagarpa/prensa/duplica-mexico-superficie-de-produccion-de-alimentos-organicos-sagarpa>.

el 69% de las divisas de este sector. Sólo 15% de la superficie orgánica es cultivada por medianos y grandes productores, quienes generan 31% del total de divisas del sector.<sup>5</sup>

La práctica orgánica en México se caracteriza por ser de un carácter dual, por un lado están los pequeños productores, campesinos organizados, quienes trabajan con tecnologías adecuadas en mano de obra y usan insumos de bajo costo producidos por ellos mismos y por otro lado, se encuentra el reducido grupo de productores de tipo empresarial que geográficamente se concentran en el centro-norte del país y que en su mayoría se dedican al cultivo de frutas y hortalizas y trabajan con tecnología importada del extranjero.

En relación al mercado internacional, México está ubicado como productor-exportador orgánico más que como consumidor ya que cerca del 85 % de la producción orgánica nacional es destinada para su exportación, lo que lo ha llevado a posicionarse entre los principales 20 países exportadores a nivel mundial, y solamente un 15 % de toda la producción es destinada para consumo nacional.

El éxito de la actividad orgánica y su espectacular crecimiento se explica por la combinación de distintos factores como la constante demanda y acceso a precios “Premium” en el mercado internacional. Esta actividad es una gran alternativa promisorio para aquellos productores que desean incursionar en este mercado, pues la realidad es que los productos orgánicos son entre un 11% y 100% más elevados de precio frente a los alimentos convencionales<sup>6</sup>, debido a la calidad, disponibilidad y características de los métodos de producción que exigen los productos, lo que permite al productor obtener un mejor ingreso.

A pesar del fuerte dinamismo del comercio orgánico en México , encontramos que existen varios problemas y desafíos que impiden que el sector orgánico en México llegue a un desarrollo sostenible logrando impulsar el mercado de productos

---

<sup>5</sup> González,S.E, (2017), La Agricultura Orgánica en México, Mexicampo, Recuperado el 26 de Mayo de 2018, de <https://www.mexicampo.com.mx/la-agricultura-organica-en-mexico-2/>

<sup>6</sup> Roldán. H., Gracia A., y Horbath J., Los mercados orgánicos en México como escenarios de construcción social de alternativas, Recuperado el 25 de Abril del 2018, de: <https://journals.openedition.org/polis/11768>

orgánicos a nivel nacional e internacional, entre estos problemas podemos encontrar: falta de competitividad y calidad de los productos en el mercado, escaso desarrollo y atención al mismo mercado, falta de un esquema apropiado de financiamiento para los productores, deficiencias en capacitación empresarial, falta de infraestructura, equipo y transporte, obstáculos de certificación a los que se enfrentan los pequeños productores, orientación hacia la producción de los alimentos que son más rentables para su exportación, la concentración de las exportaciones hacia el mercado estadounidense, baja participación de productos orgánicos mexicanos de exportación hacia otros destinos, un limitado desarrollo para su comercialización, faltas de estrategias de promoción, así como ausencia de políticas públicas de apoyo orientadas a promover su crecimiento y desarrollo, insuficiente legislación sobre productos orgánicos en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, menores apoyos políticos y económicos hacia esta práctica sustentable, entre otros.

Dentro de este panorama se debe poner especial atención sobre los puntos críticos que limitan la competitividad de la industria orgánica en México. Hoy en día la competencia impulsada por la demanda del consumidor orientada por criterios de calidad, conveniencia y nutrición está ejerciendo una presión hacia mejores productos, mayormente diferenciados tanto en el mercado internacional como en el nacional.

Para tal efecto, la presente investigación tiene como base la Teoría General de Sistemas, basada en el modelo de Competitividad Sistémica. Dicho modelo fue elaborado en la década de los años 90 por ; Klaus Esser, Wolfgang Hillebrand, Dirk Messner y Jurg Meyer- Stamer, los cuales trabajaron en conjunto bajo la coordinación del Instituto Alemán.

Dichos autores argumentan que dentro del ámbito económico la globalización ha conllevado a generar un cambio radical en el entorno competitivo, donde en este nuevo entorno los países en desarrollo enfrentan el desafío de desarrollar ventajas

competitivas para crear, mantener, ampliar y mejorar de manera continua y sostenida su participación en el mercado, tanto doméstico como extranjero, o en su defecto ser relegado o ineficiente ante los mercados.

Es importante hacer mención que la palabra competitividad ha generado una importante cantidad de referencias bibliográficas, pues el término se asocia a diferentes teorías y modelos económicos que han buscado explicar la realidad económica de Estados y/o regiones, sin embargo para esta investigación se tomara como definición principal el siguiente concepto: la competitividad de un país se mide como el conjunto de instituciones, políticas o factores que determinan la productividad de un país.<sup>7</sup>

Los enfoques recientes de competitividad desplazan al concepto de ventaja comparativa basado en recursos naturales y abundancia de un factor productivo (mano de obra o capital) por el de ventaja competitiva basado en la capacidad de innovar. Se debe tener la capacidad de adquirir y aplicar el conocimiento productivo más rápido que los competidores, lograr ventajas competitivas sustentables basadas en los cambios tecnológicos, productivos y organizacionales.<sup>8</sup>

De esta manera el modelo de competitividad sistémica plantea que para lograr la diferenciación de una industria y/o sector económico y social es necesaria la interacción de cuatro niveles (meta, macro, meso y micro), siendo el nivel meta en donde se ubican las estructuras básicas de organización económica, política y jurídica que facilitan el desarrollo de patrones adecuados de organización social, es decir, en este nivel se examina la capacidad de una sociedad para la integración y estrategia.<sup>9</sup> En el nivel macro se deben de generar condiciones de crecimiento y estabilidad económica a través de políticas monetarias, fiscal, comercial, etc, que

---

<sup>7</sup> Klaus E., Meyer - Stamer Jorg,( 1996), *Competitividad Sistémica: nuevo desafío para las empresas y las Política* , Revista CEPAL, Núm 59, p.72. Recuperado el 25 de de Febrero de 2019, en : <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/12025>

<sup>8</sup> Villarreal, R. y T. Villarreal (2002).*México competitivo 2020. Un modelo de competitividad sistémica para el desarrollo*. México: Océano

<sup>9</sup> Dirk, M.(1998), *Latinoamérica hacia la economía mundial: condiciones para el desarrollo de la competitividad*. México. Fundación Friedrich Ebert.

faciliten la inversión y desarrollo del sector privado.<sup>10</sup> Por su parte, en el nivel meso corresponde al Estado y actores sociales el desarrollo de políticas de apoyo específico en infraestructura, educación, tecnología, relaciones laborales, medio ambiente y el desarrollo regional.<sup>11</sup> Finalmente en el nivel micro se refiere a las acciones que impulsan las empresas en relación a su eficiencia calidad, flexibilidad, velocidad de reacción y comercialización.

De esta forma la noción sistémica presenta la necesidad de un trabajo conjunto bajo un esquema de colaboración mutua relacionado con la interfuncionalidad de los diferentes niveles económicos, considerando desde el nivel de las empresas, los sectores productivos, la economía nacional, el gobierno y de las instituciones. Particularmente en el sector agropecuario la competitividad no solamente está determinada por la producción primaria, sino por las interacciones entre quienes hacen parte del proceso de comercialización, las condiciones de los mercados locales, nacionales e internacionales, el uso eficiente de los recursos disponibles en los territorios, las organizaciones e instituciones del sector, entre otros.

Ante la apertura de la economía y la liberalización de los mercados, la competitividad del sector orgánico mexicano requiere de una gran cantidad de interconexiones en la cadena de valor, por lo que se busca la eficiencia y integración operacional al interior de cada eslabón. Sin duda la integración de estos cuatro niveles en el sector llegaría a mantener, ampliar y mejorar de manera continua y sostenida su participación en el mercado doméstico e internacional.

De esta manera la metodología de investigación de este trabajo se realizó partiendo de un análisis descriptivo de los cuatro niveles. A nivel micro se estudia al sector orgánico mexicano, partiendo desde su producción, canales de comercialización, productores y consumidores, y su interacción con distintos actores. A nivel meta, se estudian los factores socioculturales, así como redes de

---

<sup>10</sup> Esser, K., W. Hillebrand, D. Messner y J. Meyer-Stamer (1994). *Competitividad sistémica. Competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas*. Berlín: Instituto Alemán de Desarrollo.

<sup>11</sup> Gracia, M., (2006), La competitividad sistémica: Elemento fundamental del desarrollo regional y local, Universidad del Mar, Recuperado el 15 Febrero de 2019, de: [https://www.academia.edu/26085684/Divulgaci%C3%B3n\\_La\\_competitividad\\_sist%C3%A9mica\\_Elemento\\_fundamental\\_de\\_desarrollo\\_regional\\_y\\_local](https://www.academia.edu/26085684/Divulgaci%C3%B3n_La_competitividad_sist%C3%A9mica_Elemento_fundamental_de_desarrollo_regional_y_local)

cooperación del sector. A nivel meso las políticas y programas que ha creado el Estado junto con instituciones educativas y sociales para el desarrollo del sector orgánico en México, así como las políticas específicas de comercio exterior para apoyo a la exportación y finalmente con a nivel macro en se estudian las características del mercado orgánico en Canadá.

Hoy en día el campo mexicano requiere una transformación de fondo para ser más competitivo y al mismo tiempo lograr ser sostenible ambientalmente, si estos cuatro niveles se impulsan de manera coordinada y coherente, el campo mexicano orgánico obtendría una mayor competitividad y una mejoría en su productividad, fortaleciendo así la economía del país y por ende mayores condiciones sociales y un sector orgánico empresarial consolidado y competitivo.

Teniendo en cuenta que una gran proporción de la producción orgánica en México es destinada a la exportación, y que Estados Unidos es el principal receptor de los productos orgánicos mexicanos, la cercanía con ese país, además de los acuerdos que existen han hecho que sea el principal socio comercial de México, sin embargo la fortaleza del intercambio con este país no debe ser un obstáculo para ignorar otras oportunidades y poder diversificar las exportaciones.

La diversificación de los mercados destinos obliga a los exportadores mexicanos a ser más competitivos, no solamente en términos de precios sino también en tiempos de entrega, calidad, ventas, canales de comercialización, diferenciación de productos, entre otros.

Canadá por ejemplo, representa un fuerte y potencial mercado para fomentar el crecimiento del volumen de exportaciones mexicanas de productos agrícolas orgánicos mexicanos. En los últimos años la demanda de productos orgánicos en este mercado ha crecido exponencialmente, pues la producción nacional es insuficiente para la vasta demanda interna que el mercado exige. Los consumidores canadienses hoy en día están más educados y informados sobre los productos alimenticios y el cuidado de la salud en general, les preocupa cada vez más la calidad alimenticia de los alimentos y por ende su seguridad, ante ello la popularidad

por consumir productos orgánicos con mayor aporte nutritivo, de mejor sabor y más sensibles al bienestar de los animales y al ambiente ha ocasionado un incremento en la demanda hacia estos alimentos. Tan solo el año 2017 el mercado orgánico canadiense fue valorado en \$5.4 mil millones de dólares canadienses, siendo el quinto más grande del mundo. Ante esto cumplir con los altos estándares que exige el marco regulador canadiense para la exportación de productos orgánicos significa una ventana de oportunidad para los productores agrícolas orgánicos mexicanos de exportación hacia este mercado.

En conformidad con lo expuesto hasta ahora, el objetivo general de esta investigación es; evaluar las principales características del sector agrícola orgánico mexicano con miras a encontrar oportunidades de exportación para los productos agrícolas orgánicos mexicanos en el mercado canadiense. Así mismo lo que esta investigación pretende en forma particular es; *i)* Identificar las características y potencialidades del mercado de productos orgánicos a nivel internacional, *ii)* Describir la contextualización y características del sector orgánico mexicano, *iii)* Examinar las características, tendencias, perfil del consumidor canadiense, y los requerimientos de importación para productos orgánicos en Canadá y *iv)* Revisar los principales factores que determinan la viabilidad de exportación de productos agrícolas orgánicos mexicanos hacia Canadá e identificar los factores que potencialicen el fortalecimiento del sector orgánico en México.

Por lo que partiendo de este objetivo surge la hipótesis central del presente estudio que plantea: Considerando que Canadá posee un sólido ingreso per cápita y que entre sus habitantes existe un alto nivel de vida, la opción por consumir productos orgánicos de buena calidad que les ayude a mantener un estilo de vida saludable y que al mismo tiempo contribuya a conservar el medio ambiente se ha vuelto popular, provocando que la exportación de productos agrícolas orgánicos se convierta en una oportunidad comercial para los productores mexicanos del sector agrícola orgánico.



Con respecto a la delimitación temporal se debe tomar en cuenta que en ciertas partes del estudio se realizan síntesis retrospectivas para entender la evolución del sector orgánico a nivel internacional y nacional, partiendo de esta consideración y a sabiendas que este sector ha tenido un crecimiento exponencial desde los últimos 10 años aproximadamente, en este estudio se analizan los datos más recientes y se enfoca en un periodo de estudio del año 2017 al 2019, mismos que se toman como referencia para la evaluación de las perspectivas de crecimiento y oportunidad de exportación hacia el mercado canadiense.

Para desarrollar la temática anteriormente descrita, la presente investigación se divide en cuatro capítulos:

En el primer capítulo se aborda información relevante sobre el entorno de la producción mundial de alimentos orgánicos, haciendo énfasis en las principales regiones y países con mayores hectáreas sembradas, el valor de la producción, y los cultivos con mayor relevancia. Así mismo se analiza el perfil de los consumidores y la dinámica del mercado mundial con motivo de ubicar la demanda actual de estos productos y poder comprender su auge.

El segundo capítulo se elabora un diagnóstico sobre la potencialidad del sector orgánico en México, a través de la identificación de las principales características del sector (surgimiento, estados productores, dinamismo, importancia económica y social). Además, se examina el papel de México como abastecedor de productos orgánicos en el mercado mundial, y de igual manera se presenta información relevante sobre la obligatoria certificación para la comercialización de dichos productos en el mercado mexicano.

De manera subsecuente, en el tercer capítulo se sistematizan las principales características del mercado orgánico en Canadá como mercado destino para los productos agrícolas orgánicos mexicanos, disponiendo información sobre la superficie orgánica en Canadá, el tipo y comportamiento del consumidor canadiense, los factores determinantes de compra y los existentes canales de comercialización. Además, se describen las normas nacionales que rigen los

estándares de producción orgánica en Canadá, con el motivo del conocimiento para aquellos exportadores que deseen incursionar en este mercado.

En el último capítulo se describe de manera detallada las oportunidades de exportación de los productos agrícolas orgánicos, en donde se determinan los principales alimentos con mayores expectativas para su exportación, basándose en primera estancia en un análisis sobre los efectos del TLCAN (*Tratado de Libre Comercio de América del Norte*) en la agricultura, haciendo énfasis en el sector orgánico, considerando el desarrollo de su producción, el grado de dependencia alimentaria, el intercambio comercial, entre otros, donde se constata si este instrumento regulador sirvió como herramienta para fomentar y lograr un incremento en las exportaciones de productos orgánicos mexicanos hacia Canadá. De igual forma, se expone información relevante sobre organismos gubernamentales y privados de apoyo hacia la exportación, así como una descripción sobre las principales ferias y exposiciones en Canadá. En último lugar se plantean una serie de propuestas para lograr un mayor desarrollo y crecimiento al sector orgánico en México, así como las perspectivas que presentan los productos agrícolas orgánicos de exportación hacia Canadá.

Finalmente se presentan las conclusiones, con la finalidad de identificar de manera detallada las partes sobresalientes de este trabajo de investigación.

## **CAPÍTULO I**

### **EL MERCADO INTERNACIONAL DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS ORGÁNICOS**

El movimiento orgánico surgió como respuesta al crecimiento industrialización de la producción orgánica y el uso masivo de fertilizantes minerales y plaguicidas sintéticos para incrementar el rendimiento agrícola, desde ese momento la producción, comercialización y popularidad que han alcanzado los productos orgánicos han experimentado un crecimiento y desarrollo de forma constante a lo largo de las últimas décadas alrededor del mundo.

Este capítulo aborda una visión del estado de la agricultura orgánica a nivel internacional, partiendo en un principio de los antecedentes que llevaron al cambio hacia el nacimiento de la agricultura sustentable. Posteriormente a través de la presentación de datos solidos mostrados a través de la elaboración de gráficas se interpreta la evolución y desarrollo que ha tenido la agricultura orgánica en diversos países desde diferentes puntos de enfoque, como la participación orgánica sobre las tierras convencionales, el crecimiento en ventas, niveles de consumo en su población, entre otros. Así mismo se analizan los factores que impulsan a los consumidores a adquirir este tipo de productos logrando potencializar esta práctica y por ende un mayor conocimiento entre su población. Finalmente se hace una descripción de los principales mercados de productos orgánicos, en donde se muestran indicadores económicos de regiones como Europa, Oceanía y Norte América. La información contenida plantea los antecedentes y el panorama global con el fin de contribuir a identificar las tendencias presentes y los productos comercializados.

## 1.1 Antecedentes del desarrollo de la agricultura orgánica.

La agricultura orgánica actual es el resultado de la evolución de distintas corrientes de pensamiento acontecidas en diferentes países europeos a partir de la década de 1920, cabe destacar que de las diversas corrientes ideológicas fueron cuatro las que influyeron principalmente en mayor medida.

En la Alemania de los años 20 el filósofo austriaco Rudolf Steiner desarrolló las bases de la agricultura biodinámica la cual abogaba por el restablecimiento de la calidad del suelo, la armonía de los ecosistemas y de la biodiversidad. Posteriormente fue Ehrenfried Pfeiffer quien divulgó este tipo de agricultura por Alemania, Suiza, Inglaterra, Países Bajos y Estados Unidos. De igual forma en el año 1930 Hans Müller impulsó la agricultura orgánica en Suiza a través del incentivo de la autarquía del agricultor y una conexión menos desordenada y más directa entre la fase de producción y consumo. Tiempo después Hans Müller y Hans Peter Rush adoptan estas ideas y las incorporan a un método basado en la utilización máxima de los recursos renovables generando los fundamentos teóricos de la agricultura biológica.<sup>12</sup>

En 1935 en Japón Mokichi Okada establece la agricultura natural la cual no usa agro tóxicos como fertilizantes, plaguicidas o pesticidas sino que se fundamenta en la armonía entre las energías de los elementos (fuego, tierra y agua) con el fin de alcanzar el equilibrio natural del ecosistema.<sup>13</sup>

Hacia 1940 Albert Howard funda un sistema de cultivo llamado el “método orgánico”, el cual plantea que la fertilidad del suelo debe estar apoyada en un gran suministro de materia orgánica y humus, tal y como se produce en los sistemas naturales.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup>Schwentenius R., (2007), *México orgánico: experiencias, reflexiones, propuestas*. México. Universidad Autónoma Chapingo, Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y Agricultura Mundial.

<sup>13</sup> International Federation of Organic Agriculture Movements. IFOAM. (2005). *Los principios de la agricultura orgánica*. Recuperado el 10 de Enero de 2019, de [https://www.ifoam.bio/sites/default/files/poa\\_spanish\\_web.pdf](https://www.ifoam.bio/sites/default/files/poa_spanish_web.pdf)

<sup>14</sup> Paredes, Z. J. (2014). *Fortalecimiento del sector orgánico de México: aprendiendo de la experiencia de la unión europea*. México. Universidad Michoacana de San Nicolás Hidalgo.

Entre 1970 y 1980 la agricultura orgánica comienza a ganar presencia y aceptación en la mayor parte de los países europeos y en otros países como Estados Unidos, Canadá, Australia y Japón. Debido al incremento en la demanda de productos orgánicos se pudieron establecer los símbolos y esquemas del movimiento orgánico, y hacer crecer los adeptos a los movimientos ecologistas. En 1972 se constituyó en Francia la IFOAM (*Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica, International Federation of Organic Agriculture Movements*) organización no gubernamental cuya misión es poner en evidencia los efectos desastrosos de la agricultura química y de subrayar el interés de la agricultura biológica, como un medio para resolver este problema estableciendo directrices para la producción y elaboración orgánicas que se han adoptado de manera generalizada.<sup>15</sup>

Finalmente durante los años 90 la agricultura orgánica experimento un fuerte crecimiento a nivel mundial gracias a diversas series integrales de manejo en los sistemas de cultivo que involucran elementos técnicos, sociales, económicos y agrológicos que buscaron reducir los impactos ambientales proporcionando alimentos saludables a mercados altamente competitivos.

Hoy en día la agricultura orgánica es conocida con diferentes nombres en distintos países, esto con motivo a razones lingüísticas; se le puede llamar agricultura biológica, ecológica, biodinámica, entre otro, aunque de cualquier manera que se le mencione gracias a la popularidad que ha alcanzado en diversos países la hace reconocida.

Por su origen la agricultura orgánica surge desde una concepción holística, donde se involucran procesos técnicos, sociales, económicos y agroecológicos, no se trata de sustituir el modelo productivo o el de insumos de síntesis artificial por los de insumos naturales. Actualmente la agricultura orgánica es una opción de desarrollo capaz de consolidar la producción de alimentos saludables en el mercado altamente competitivo y creciente.

---

<sup>15</sup> Ibidem

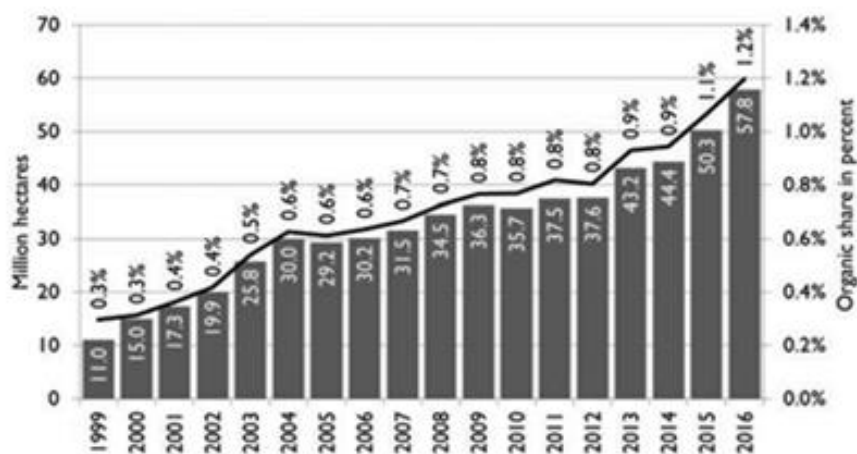
## 1.2 Situación de la agricultura orgánica en el mundo.

La actividad agrícola más sustentable que ha existido fue consolidándose y extendiéndose por todo el mundo, primordialmente desde los inicios de la última década del siglo XX hasta su actualidad. Como consecuencia de su crecimiento acelerado, hoy en día 178 países practican actividades relacionadas a la agricultura orgánica, esto de acuerdo con información del Centro de Comercio Internacional (ITC), del Instituto de Investigación para la Agricultura Orgánica y del Instituto Internacional para el Desarrollo Sustentable.

La cantidad de tierras agrícolas orgánicas internacionales ha ido en creciente aumento; claro ejemplo es que en el año 1999 aproximadamente 15 millones de hectáreas se estaban explotando bajo agricultura orgánica en todo el mundo, pasando para el año 2010 a 36.3 millones de hectáreas y para finales del año 2016 se registraron 57.8 millones de hectáreas destinadas a la agricultura orgánica. (Gráfica 1).

GRÁFICA 1

### CRECIMIENTO DE LA TIERRA AGRÍCOLA ORGÁNICA Y SU PARTICIPACIÓN ORGÁNICA 1999-2016



Fuente: Research Institute of Organic Agriculture FIBL and IFOAM, 2018, en: <https://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2018/pdf.html>

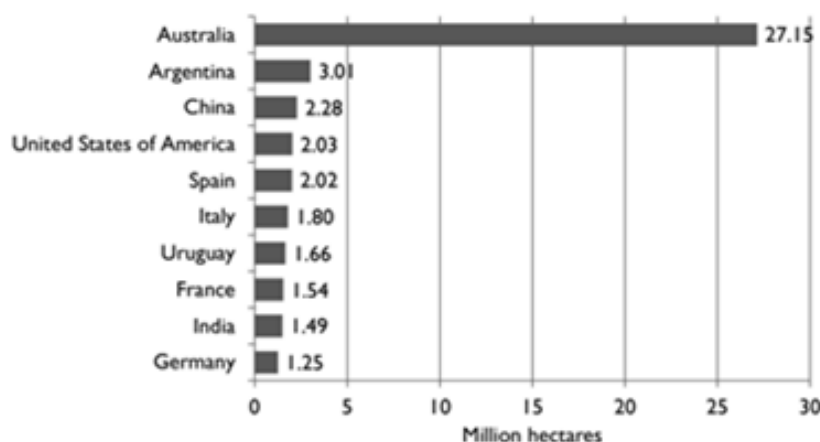
En la anterior gráfica se puede interpretar que este tipo de agricultura ha mostrado un crecimiento acelerado en las últimas décadas, con un crecimiento promedio anual del 25% al 30%.

De acuerdo a datos obtenidos del último informe de la IFOAM en el año 2016 las regiones con mayor área destinada al cultivo de tierras agrícolas orgánicas fueron; Oceanía, con una superficie de 27,3 millones de hectáreas, lo que representa cerca de la mitad del total de todas las tierras agrícolas orgánicas del mundo (47%) , seguido de Europa con 13,5 millones de hectáreas (13%), América Latina con 7,1 millones de hectáreas (12%), Asia con 4,9 millones de hectáreas (9%), América del Norte , con 3,1 millones de hectáreas (6%) y por último África con, 1,8 millones de hectáreas (3%).

En cuanto a los países con mayor superficie orgánica, destaca en primer lugar Australia con 27,4 millones de hectáreas, segundo lugar Argentina con 3 millones de hectáreas y tercer lugar China con 2,3 millones de hectáreas, el cuarto lugar lo ocupa Estados Unidos con 2,03 millones de hectáreas y en quinto lugar España con 2.02 millones. (Ver Gráfica 2)

## GRÁFICA 2

### LOS 10 PAISES CON MAYOR EXTENSIÓN DE TIERRAS AGRÍCOLAS ORGÁNICAS, 2016



Fuente: Research Institute of Organic Agriculture FIBL and IFOAM, 2018, en: <https://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2018/pdf.html>

A partir de esta gráfica se puede interpretar que entre los principales 10 países con las áreas orgánicas más grandes hay un total combinado de 44.2 millones de hectáreas, lo que constituye las tres cuartas partes de las tierras agrícolas orgánicas del mundo. Cabe destacar que de estos millones de hectáreas la mayor superficie corresponde a los cultivos agrícolas, aunque de igual manera existen superficies dedicadas a la recolección silvestre y a su vez bosques orgánicos. Un dato importante por saber es que de toda la superficie orgánica mundial cultivada sólo el 1.2% ha sido certificada<sup>16</sup>.

En la Unión Europea el porcentaje que ocupa la superficie orgánica sobre el total de la tierra agrícola convencional, es de un 6.7%, lo que lo convierte en la región con la superficie de cultivo más elevada, puesto que en otras regiones del mundo la superficie agrícola bajo manejo orgánico ocupa menos del 1%.

La mayoría de los países que cuentan con una mayor participación orgánica sobre sus tierras convencionales se encuentran principalmente en Europa. De ahí que el país con la mayor proporción orgánica sobre sus tierras agrícolas es Liechtenstein, con casi el 38% de su tierra agrícola bajo el manejo orgánico, seguido de la Polinesia Francesa con el 31.3% y Samoa con el 22.4% (Ver Gráfica 3)

---

<sup>16</sup> ODEPA, Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, (junio, 2018), Agricultura Orgánica: oportunidades y desafíos. Gobierno de Chile.



**GRÁFICA 3**  
**PAÍSES CON PARTICIPACIÓN ORGÁNICA DE AL MENOS**  
**10 POR CIENTO, 2016**



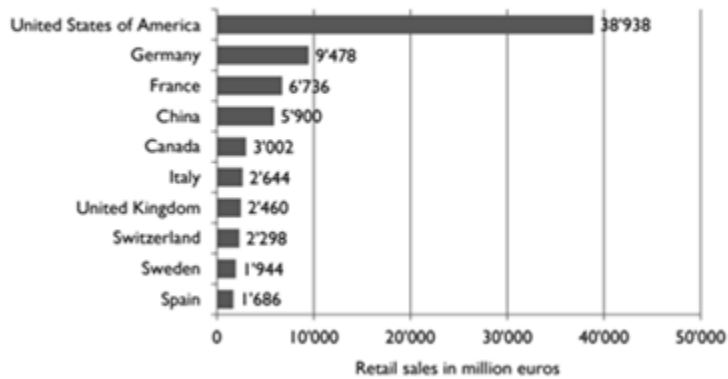
Fuente: Research Institute of Organic Agriculture FIBL and IFOAM, 2018, en: <https://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2018/pdf.html>

El acelerado crecimiento que ha tenido este sistema de cultivo ha posibilitado el incremento de las ventas a nivel mundial, llegando a tomar matices de negocio millonario en diversos países. De acuerdo a datos obtenidos de *Ecovia Intelligence* las ventas de alimentos orgánicos y bebidas aumentaron de 15 mil millones de dólares en 1999 a casi 90 mil millones de dólares para 2016, su crecimiento sin duda es difícil de comparar frente al de la agricultura convencional, pues el crecimiento promedio anual de este sector ha sido de un 25% durante la última década. Sin embargo esta cifra aún es reducida si es comparada con las ventas totales de productos alimentarios convencionales, y es que hoy en día en la mayoría de los países las ventas de los productos orgánicos representan alrededor del 1% del total de las ventas de alimentos.

En el año 2016, los países con el mercado orgánico más grande fueron Estados Unidos con un total de 38.9 mil millones de euros en ventas, seguido de Alemania con 9.7 millones de euros, Francia con 6.7 millones de euros, China con 5.9 millones de euros y Canadá se posicionó en la quinta posición con un total de ventas por 3.0 millones de euros. (Ver Gráfica 4)

GRÁFICA 4.

LOS DIEZ PAÍSES CON LOS MERCADOS MÁS GRANDES DE ALIMENTOS ORGÁNICOS, 2016



Fuente: FiBL, The World of Organic Agriculture 2017, en: <https://www.ifoam.bio/sites/default/files/press-release-world-2017-english.pdf>

Como se puede apreciar en la anterior gráfica, la mayor concentración de la demanda mundial proviene de Estados Unidos con un 47% de las ventas totales del mercado global, seguido de la Unión Europea con 30.7% y China.

La popularidad y los beneficios de consumir orgánico ha llevado a miles de consumidores alrededor del mundo a adoptar un estilo de vida más saludable, esto ha traído como resultado un incremento en el consumo per cápita de varios países. Por región, Norte América es el líder en ventas de *retail* de productos orgánicos, en el 2016 se registraron 41.9 millones de euros en ventas, seguido de Europa con 33.5 millones de euros, Asia con 7,342 millones de euros, Oceanía con 1,065 millones, América Latina con 810 millones de euros y África con 16 millones. Por su parte, los países que tuvieron mayor crecimiento en el mercado fueron Francia y Irlanda con un incremento del 22%, Dinamarca y Noruega con un 20% cada uno<sup>17</sup>.

<sup>17</sup> Forschungsinstitut für biologischen Landbau and International Federation of Organic Agriculture Movements. FiBL and IFOAM. (2018). *The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trend 2018*, Recuperado el 07 de Junio de 2018, de <https://shop.fibl.org/CHen/mwdownloads/download/link/id/1093/?ref=1>

Los países que concentraron el mayor consumo per cápita en el 2016 se encuentran mayormente en la zona de la Unión Europea siendo Suiza el principal país con 274 euros, seguido de Dinamarca con 227 euros y Suecia con 194 euros, así mismo continúan países como Luxemburgo y Austria<sup>18</sup>. Debemos tener en cuenta que no se puede considerar a la UE como un mercado homogéneo ya que coexisten diferencias estructurales, culturales y de ingresos entre los países que se ven reflejadas en la estructura, crecimiento y consumo del sector. Así mismo en esta lista entran países como Estados Unidos con 121 euros y Canadá con 83 euros

El dinámico mercado de alimentos orgánicos ha motivado a muchos agricultores en todo el mundo hacia la reconversión y adopción de este método productivo , pues acorde con la IFOAM hasta el año 2016 existían 2.7 millones de productores en el mundo, de esta cantidad cerca del 80% se encuentran en Asia (40%), África (27%) y América Latina (27%), y por país India concentra el mayor número de productores con cerca de 825,000, seguido de Uganda (210,000), México (210,000), Etiopía (203,602) y Filipinas (165,000). Cabe destacar que las políticas de apoyo impulsadas por los diferentes gobiernos juegan un papel importante para la reconversión hacia este tipo de producción orgánica, para un mejor desarrollo y un próspero crecimiento del sector.

### **1.3 La demanda de alimentos orgánicos y el comportamiento del consumidor.**

La agricultura orgánica en el mundo a través del tiempo ha mostrado una tendencia acelerada de crecimiento en cuanto a superficie cultivada y consumo se refiere, este cultivo alternativo ha traído rendimientos tanto para los consumidores por el beneficio que conlleva el alimentarse con productos saludables, así como para los productores, pues es un negocio rentable. De la misma manera es positivo para la

---

<sup>18</sup> Organización Internacional Agropecuaria, (2018), *El sector orgánico mundial en auge*, Recuperado el 02 de Junio de 2018, de: <https://www.oia.com.ar/novedades/detalle/437/el-sector-organico-mundial-en-auge>

sociedad por su efecto en el cuidado medioambiental y para los países porque brinda un mayor crecimiento económico. A diferencia de otros productos o movimientos que han surgido de la tecnología y que son impuestos como necesidades a la sociedad, la demanda de los productos orgánicos nace del propio consumidor, lo que ocasiona una gran demanda en su producción ante la potencialidad de actividades empresariales en todo el mundo.

El incremento en la demanda de productos orgánicos surge de una asociación de necesidades del consumidor que principalmente se debe en respuesta a dos razones<sup>19</sup>:

1) El temor de falta de sanidad de los alimentos, debido a la presencia de residuos químicos, hormonas, antibióticos, bacterias coliformes, contaminación por radiación y materiales transgénicos.

2) A una preocupación social creciente por el medio ambiente, ya que cada vez más gente está consciente de que los cambios climáticos globales son, en parte, debido a la alteración drástica del ambiente local y global y se concibe a la agricultura orgánica como un instrumento que puede contribuir gradualmente a revertir el impacto ambiental ocasionado por diversas acciones antropocéntricas.

Adicionalmente, existen otros motivos por los que se opta por consumir orgánico como ; una mayor preocupación por cuidar la salud no solamente de la persona sino de toda la familia, el apoyo hacia los agricultores, el sabor y la frescura que caracteriza a estos alimentos y la facilidad que conlleva la preparación de los mismos , aunque se debe considerar que el orden de importancia que el consumidor le otorga varía por país e incluso por región ya que son las diferencias estructurales, culturales y de ingresos que reflejan la estructura, demanda y comportamiento de compra.

---

<sup>19</sup> Aguirre ,F., Lang-Ovalle ,P., Peralta ,I., Pérez ,A., (Diciembre, 2012) Percepción del consumidor y productor de orgánicos: El mercado Ocelotl de Xalapa, Ver. México, *Revista Mexicana de Agronegocios*, Vol.31, p.29, Recuperado el 23 de Junio de 2018, de: <http://www.redalyc.org/html/141/14123108006/>

Del mismo modo es importante considerar que la creciente preocupación por la degradación del ambiente ha conllevado a un segmento de consumidores a manifestar su preocupación a través de su proceso de compra. Es decir, su comportamiento de compra va estrechamente ligado con la búsqueda de productos que sean percibidos de menor impacto para el mismo. Así podemos hablar de que la toma de decisión hacia un consumo sustentable incide en la compra de alimentos y productos orgánicos como conciencia ecológica.

Otro factor fundamental en la selección de los productos es el nivel de ingreso, pues en países desarrollados se ha demostrado que los consumidores están dispuestos a pagar sobrepagos que van desde un 10% hasta un 40% por consumir orgánico, de esta manera se infiere que este tipo de alimentos parece estar destinado a un grupo de consumidores de ingreso privilegiado debido a que en los estratos de menores ingresos el consumidor elige los alimentos de acuerdo con sus necesidades inmediatas y su nivel de ingreso, mientras que cuando el ingreso es más elevado el consumo es dominado por los gustos y preferencias. No obstante, es importante aclarar que la diferencia de precios varía según los países, el grado de desarrollo de los mercados y de los productos y sobretodo de la oferta y demanda.

Finalmente los alimentos orgánicos que presentan una mayor demanda a escala internacional en orden de importancia son: verduras o hortalizas, frutas, cereales, carnes y lácteos. No obstante, existen diferencias entre países asociados a los hábitos de consumo, facilidad de su cultivo y la posibilidad de adquirirlos. En los mercados consumidores más grandes del mundo como por ejemplo en Europa se registra un mayor consumo de verduras y frutas, cereales, productos lácteos, mientras que en Estados Unidos el consumo de vegetales y las frutas frescas es preponderante.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Gómez ,M., Gómez, L., Schwentesius, R. , ( Abril,2012) , Dinámica del mercado internacional de productos orgánicos y las perspectivas para México, *Momento Económico*, (núm 12) , PP. 54-68. Recuperado el 06 de Junio de 2018, de: <http://www.ejournal.unam.mx/moe/no120/MOE12005.pdf>

En este contexto, los consumidores marcan a través de la exigencia las tendencias que arrastran al resto de las cadenas alimentarias (industrias, mayoristas y distribución). Una de estas nuevas exigencias es la sensibilización con el medio ambiente y con la no utilización de productos químicos, como se mencionó anteriormente, esto demuestra y comprueba un creciente interés de los consumidores hacia productos provenientes de la producción orgánica. Así, aquel productor o empresa que satisfaga las necesidades personalizadas de los consumidores, ya sea respecto a la calidad del producto, distribución, disponibilidad u servicio obtendrá una mayor ventaja competitiva frente a sus competidores y por ende mayor posicionamiento en el mercado. Es la era de la diferenciación.

En un mercado altamente competitivo, una manera de lograr una ventaja competitiva es crear relaciones con los clientes a través de una excelente calidad de servicio y/o producto, el cual supere sus expectativas y le genere un estado emocional positivo, dando como resultado la formación de relaciones a largo plazo.

El rol que juegan los consumidores en el desarrollo y establecimiento de la agricultura orgánica en los mercados debe ser resaltado, dado que, por primera vez, los consumidores reconocen que a través de la selección de sus productos, ellos pueden tener un efecto sobre la salud del planeta y el bienestar de los pequeños productores.

#### **1.4 Descripción de los principales mercados internacionales de productos orgánicos.**

Pese a que en diversas partes del mundo se produce de manera orgánica desde hace muchos años, el interés y desarrollo de esta práctica ha mostrado mayor crecimiento y avances en ciertas regiones del mundo, determinando que la demanda potencial supere la oferta. Para comprender adecuadamente la dinámica del mercado internacional de alimentos orgánicos, es conveniente entender las características de los mercados más grandes del mundo localizados principalmente en Europa, Oceanía y Norteamérica.

### 1.4.1 Europa.

El éxito de la agricultura orgánica en Europa se debe a que presenta una solución integral a los problemas del sector agropecuario: protección al ambiente, conservación de los recursos renovables y no renovables, mejora la calidad de alimentación y reorientación de la producción a áreas de mayor demanda del mercado. Por esta razón, los gobiernos europeos desde finales de la década de los años ochenta establecieron los incentivos económicos para la producción orgánica, fue así como los incentivos más la respuesta de los consumidores fueron los dos principales factores del éxito de la producción orgánica en Europa.

Esta región es considerada el segundo mercado orgánico más grande del mundo después de Estados Unidos. En el año 2016, de acuerdo a datos obtenidos de *Agra Europe* la superficie bajo producción orgánica en el mercado europeo registró 13.5 millones de hectáreas de tierras orgánicas, de las cuales cerca de 12.1 millones de hectáreas se concentraron en países de la Unión Europea (UE) , estas cifras representan que un 23% del total de la superficie mundial destinada al cultivo orgánico se encuentra en este continente.

La mitad del total de la superficie de tierras orgánicas en Europa se concentra en países como España con el 15%, Italia con el 13%, Francia con un 11% y Alemania con el 9%.<sup>21</sup> Aproximadamente el 30% de las tierras orgánicas son utilizadas principalmente para el cultivo orgánico de cereales, verduras, forraje verde específicamente para aceitunas, uvas, frutos secos y frutas de clima templado.

En términos relativos Liechtenstein es el país donde la participación de las extensiones ecológicas sobre el total de tierras agrícolas convencionales es más elevado, con un 37.7% seguido de Austria con 21.9 % y Estonia con el 18.9% . Es

---

<sup>21</sup>Observatorio del Derecho a la Alimentación de España, (2017), España destaca entre los países en los que se ha incrementado el consumo de productos orgánicos, casi un 25% entre 2014 y 2015, Recuperado el 10 de Enero de 2020 de:<https://derechoalimentacion.org/noticias/espa-destaca-entre-los-pa-ses-en-los-que-m-s-se-ha-incrementado-el-consumo-de-productos-org>

importante destacar que Liechtenstein es el primer país en el mundo con la mayor participación de extensión ecológica en relación a las tierras agrícolas totales.

Los factores que afectan la demanda de los productos orgánicos en el mercado europeo están ligados al crecimiento en los ingresos, los precios relativos, la conciencia ambiental y los choques exógenos (por ejemplo, escándalos por los alimentos), en este aspecto las ventas de productos orgánicos en esta región ascendieron a los 33.5 millones de euros en el año 2016, sin embargo el 90% (30.7 millones de euros) del total de las ventas corresponde a países de la Unión Europea. Se espera que para el 2022 el mercado alcance ventas por 86 millones de euros, de igual manera se pronostica tener un crecimiento en la cuota del mercado de carne orgánica, avícola y láctea, pan orgánico y productos horneados.<sup>22</sup>

Los cuatro mayores mercados de orgánicos fueron Alemania con 9.5 mil millones de euros, lo que hace posicionarse como el segundo mercado más grande del mundo, Francia con 6.7 mil millones de euros, Italia con 2,644 mil millones de euros y Reino Unido con 2,460 mil millones de euros. Estos cuatro países comprenden las tres cuartas partes del total de las ventas en Europa.

El continuo crecimiento por el interés hacia productos orgánicos en el consumidor europeo se ha visto reflejado en el incremento del consumo per cápita, pues este ha aumentado a poco más de 40 euros por año por cada ciudadano europeo y a más de 60 euros en países de la Unión Europea. En este sentido el mayor consumo per cápita de alimentos orgánicos en 2016 se dio en Suiza con 274 euros, seguido de Dinamarca con 227 euros, Suecia con 197 euros y Luxemburgo con 188 euros<sup>23</sup>. Vale destacar que los países europeos tienen las más altas tasas clasificaciones de cuota de mercado y de consumo per cápita en todo el mundo

---

<sup>22</sup> Department of Agriculture, Food and the Marine of Ireland, (2019), *Review of organic food sector and strategy for its development 2019-2025*, Recuperado el 16 de Agosto de 2018, de : <https://www.agriculture.gov.ie/media/migration/farmingsectors/organicfarming/organicsscheme/ReviewofOrganicFoodSector290119.pdf>

<sup>23</sup> International Federation of Organic Agriculture Movements , IFOAM, (2016), *Organic in Europe. Prospects and developments 2016*, Recuperado el 14 de Julio de 2018, de : [https://www.ifoam-eu.org/sites/default/files/ifoameu\\_organic\\_in\\_europe\\_2016.pdf](https://www.ifoam-eu.org/sites/default/files/ifoameu_organic_in_europe_2016.pdf)



Durante los años 2007-2016, el número de productores europeos registró un crecimiento de cerca de 76% en comparación frente a Estados Unidos que registró un crecimiento del 58%. A saber, cerca del 14% del total de productores orgánicos en el mundo se encuentran en Europa, el número de productores orgánicos es de 37,000 en Europa y casi 300,000 en la Unión Europea. Por ejemplo, dentro la Unión Europea el país con el mayor número de productores es Italia con 64,000, seguido de Alemania y Francia. Respecto a nivel continente, en Europa el país que registró más productores orgánicos fue Turquía con 68,000.<sup>24</sup>

En cuanto a canales de comercialización pese a que la disponibilidad de alimentos varía de acuerdo a cada país, en la mayoría de los países europeos las cadenas de supermercados son el primer actor de comercialización, aunque de igual manera existen tiendas especializadas y ventas directas a través de granjas, clubs y mercados locales.

#### 1.4.2 Oceanía.

Dentro de este continente podemos encontrar países como Australia y Nueva Zelanda, así como países más pequeños como Fiji, Papúa Nueva Guinea, Tonga y Vanuatu, sin embargo debido a que Australia y Nueva Zelanda son los principales mercados de alimentos orgánicos de la región, el siguiente análisis se enfocará primordialmente en países.

Australia es el país con la mayor área de agricultura orgánica certificada en la región. De acuerdo a datos obtenidos del *Australian Organic Market Report* se estima que en el año 2017 el área de tierra bajo gestión orgánica certificada alcanzó más de 35 millones de hectáreas. Cabe mencionar que el área total de la producción agrícola en Australia es de 343,629 millones de hectáreas, esto significa que aproximadamente un 10% de tierras agrícolas australianas están bajo una administración orgánica certificada. Por su parte Nueva Zelanda obtuvo un registro

---

<sup>24</sup> íbidem

de 88, 871 hectáreas bajo gestión orgánica certificada, esto conforme a datos obtenidos de *New Zealand Organic Sector Market Report 2018*.

De acuerdo al último anuario de *World of Organic Agriculture 2018* del IFOAM se estima que el área global bajo manejo orgánico es de aproximadamente 57.8 millones de hectáreas, es así que con los datos anteriormente mencionados se puede hacer una estimación de que Australia posee aproximadamente el 62% del total de las tierras agrícolas orgánicas en el mundo.

Pese a que cerca del 99% de la tierra orgánica del continente oceánico se encuentra en Australia, es importante aludir que gran parte de las tierras bajo gestión orgánica está destinada al pastoreo extensivo, es decir, a la producción ganadera en pastizales y amplios espacios, es por eso que en este país es muy común tener grandes sistemas de ganado extensivo ya que así aprovechan las grandes extensiones territoriales. Así mismo se pueden encontrar cultivos de fruta orgánica, vegetales, nueces, granos como cereales, leguminosas y proteaginosas, y , en su caso todo tipo de su carne. Por otro lado en Nueva Zelanda los cultivos hortícolas como las uvas, manzanas y kiwis ocupan un mayor porcentaje sobre el total de tierras agrícolas orgánicas cultivadas.

En el 2017 el número de productores, manipuladores y procesadores certificados en Australia ascendió un 7%, pasando de 3,751 en 2016 a 4,028 hacia el 2017. Es importante hacer mención que el grupo de productores continúa siendo en Australia el más grande dentro de la categoría de operadores certificados, seguidos de los procesadores y manipuladores. De la misma manera, Nueva Zelanda registró en 2017, una cifra de 1,118 productores y cuenta con 1, 672 empresas certificadas en productos orgánicos.<sup>25</sup>

En lo que se refiere al valor del mercado, de acuerdo a *Australian Bureau of Statistics (ABS)* en el año 2017 el valor del mercado orgánico australiano se estimó en \$ 2.4 billones de AU (dólar australiano) , incluyendo el mercado local y las

---

<sup>25</sup> Australian Organic, (2018) , *Australian Organic Market Report 2018*, Recuperado el 07 de julio de 2018, de: [www.austororganic.com](http://www.austororganic.com)

exportaciones. Australia ocupa el decimosexto lugar en el mundo respecto al consumo per cápita con un promedio de US \$ 20.40 por persona y entre los productos que más consumen se encuentran, las frutas y verduras, huevos, productos lácteos, carnes rojas y aves de corral.

De la misma manera, el valor del mercado orgánico en Nueva Zelanda en el año 2017 alcanzó los US \$600 millones, y por su parte el consumo orgánico anual que presentan sus habitantes ronda entre los € 27.00 por persona.

Es importante mencionar que en Nueva Zelanda cerca del 80% de la población consume productos orgánicos al menos cada quince días, cerca del 51% consume frutas y verduras orgánicas, un 35% opta por artículos empacados, 20% artículos de cuidado personal y un 15% artículos para bebé certificados.<sup>26</sup>

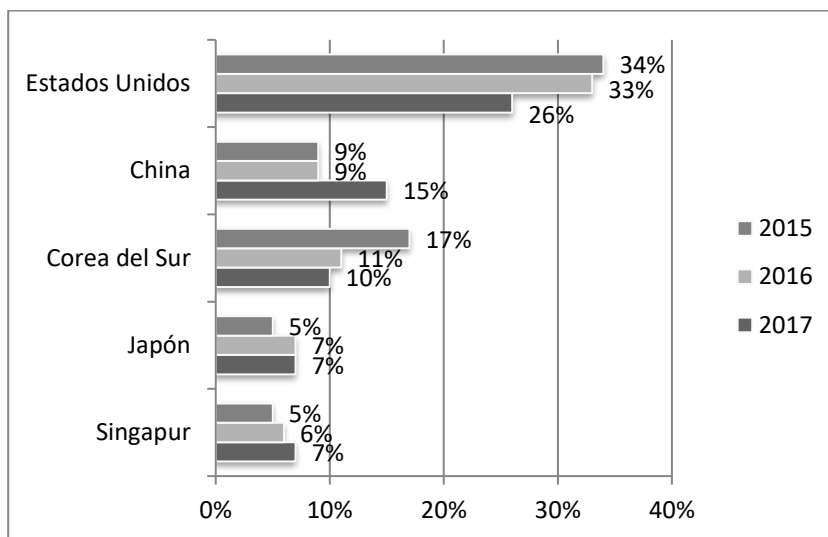
En referencia al mercado de exportación, gran parte de la producción orgánica de Australia tiene una fuerte orientación a la exportación. Más de un tercio de las exportaciones orgánicas certificadas son destinadas a los mercados de Asia Oriental como; China, Corea del Sur, Japón, y Taiwán, sin embargo Estados Unidos continúa siendo el destino de exportación más importante en términos de participación sobre tonelaje total, seguido de China y Corea del Sur. (Ver Gráfica 5)

---

<sup>26</sup> Organic Aotearoa New Zealand, (2018), *New Zealand Organic Sector Market Report*, Recuperado el 03 de Julio de 2018 , de: [www.oanz.org/publications/reports.html](http://www.oanz.org/publications/reports.html)

**GRÁFICA 5**

**PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS CERTIFICADOS DE AUSTRALIA, 2015-2017**



Fuente: Elaboración propia con datos del *Australian Organic Market Report* , 2018, en : [www.austororganic.com](http://www.austororganic.com)

Los principales productos orgánicos que exporta Australia hacia Estados Unidos en su mayoría son las frutas y verduras, y por su parte los principales productos que importa son en orden; productos derivados de granos, productos alimentarios transformados, vino y bebidas, cultivos oleaginosos, cosméticos y aceites esenciales e insumos para la agricultura ecológica.<sup>27</sup>

En el caso de Nueva Zelanda los principales productos de exportación orgánica son; frutas y verduras, lácteos , carne y lana, vino , alimentos procesados , bebidas (jugos frutales, refrescos orgánicos, vinagre), y miel. Europa, Norte América y Australia son los principales destinos de exportación, juntos comprenden el 69% de

<sup>27</sup> Australian Government Department of Agriculture and Water Resources. (2017). *Accessing Premium Markets: Australian Organics*. Recuperado el 13 de Agosto del 2018, de : <http://www.agriculture.gov.au/SiteCollectionDocuments/organics-discussion-paper.pdf>

todas las exportaciones. De acuerdo a datos del Programa Oficial de Garantía de los Alimentos Orgánicos (*Official Organic Assurance Programme*) de Nueva Zelanda, las exportaciones en el año 2017 tuvieron un valor de 360 millones de dólares.

El siguiente cuadro muestra el crecimiento del mercado de exportación de productos orgánicos en Nueva Zelanda , el cual se ha ido desarrollando de forma constante de 1997 hasta el 2017. (Ver Cuadro 1)

**CUADRO 1**  
**VALOR DEL MERCADO ORGÁNICO DE EXPORTACIÓN. NUEVA ZELANDA, 1997-2017**

AÑO	VALOR DEL MERCADO DE EXPORTACION. US \$ MILLON
1997	32
2002	70
2007	120-130
2009	170-180
2012	215-225
2015	240-250
2017	350- 360

Fuente: Elaboración propia con datos del *New Zealand Organic Sector Market Report, 2018*, en : <http://www.oanz.org/publications/reports.html>

Por su parte, los principales productos de importación hacia Nueva Zelanda son; el vino de uvas frescas, los productos de grano, la carne y los cosméticos orgánicos.

Finalmente, en ambos países los supermercados son el canal dominante de compra de productos orgánicos. En Australia, por ejemplo el 80% de las compras

son realizadas en supermercados y el resto a través de tiendas especializadas. Simultáneamente en Nueva Zelanda las tiendas ecológicas especializadas han sido un canal tradicional para la venta de productos orgánicos y con el paso del tiempo este canal de distribución se ha ido fortaleciendo en el país llegando a tener tasas de crecimiento similares a las ventas generadas en supermercados.

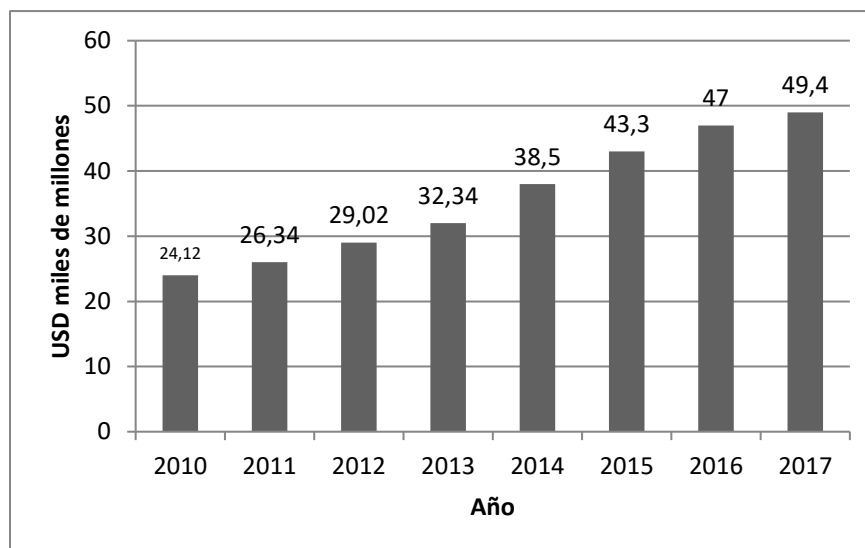
### **1.4.3 Norte América**

Estados Unidos es el mercado orgánico mundial más grande del mundo y representa más de la mitad de todas las ventas de productos orgánicos a nivel mundial. La creciente demanda de alimentos y bebidas orgánicas en Estados Unidos se ha ido acrecentando a través de los años , siendo impulsado mayormente por el desarrollo de su población hacia un consumo responsable, en donde la preocupación por la salud y la nutrición, el sabor superior, el cuidado hacia el medio ambiente, la seguridad alimentaria, el interés en el bienestar animal, el soporte de la economía local, se han vuelto factores en la elección de consumir orgánico.

De acuerdo al último estudio realizado por la OTA (*Asociación de Comercio Orgánico, Organic Trade Association*) las ventas de productos orgánicos se estimaron en 49.4 mil millones de dólares en el 2017, un aumento del 6.4% en comparación al 2016 con 47 mil millones de dólares, teniendo un crecimiento promedio anual de 17%. En la siguiente gráfica se describe el crecimiento por años del 2010 a 2017 en ventas que ha tenido este país durante 17 años. (Ver Gráfica 6)

**GRÁFICA 6**

**VENTAS DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN ESTADOS UNIDOS, 2010-2017.  
USD, MILES DE MILLONES**



Fuente: Elaboración propia con datos del *U.S Department of Agriculture (USDA)*, archivos de *Certified Organic Survey*, 2017, [https://www.nass.usda.gov/Publications/Todays\\_Reports/reports/census17.pdf](https://www.nass.usda.gov/Publications/Todays_Reports/reports/census17.pdf)

Con respecto a la superficie de tierra bajo gestión orgánica certificada, de acuerdo a datos obtenidos por el USDA (*Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, United States Department of Agriculture*) por sus siglas en inglés, en el año 2017 se tuvo un registro de 5 millones de hectáreas de tierra orgánica certificada. Cabe destacar que el crecimiento de la superficie orgánica se concentra en las tierras que producen principalmente cereales y semillas oleaginosas, sin embargo los pastos y pastizales ocupan cerca del 60% de la tierra orgánica y esta es usada para la crianza de aves y ganado orgánico y el 40% es atribuida para la cosecha de cereales, frutas y verduras.

Los productos con mayor tendencia dentro del mercado estadounidense son en primer lugar las frutas y hortalizas, seguido de jugos, bebidas individuales, leche, aves, cereales y bocadillos. El tercer grupo corresponde a alimentos congelados,

panes y salsas tanto naturales como en tarro y el cuarto grupo corresponde a productos enlatados y al por mayor.

Hoy en día los mayores consumidores de productos orgánicos en Estados Unidos son los *Millenials*<sup>28</sup>, esta generación le da mucha importancia al cuidado de la salud y calidad de los alimentos que eligen para sus familias, han crecido comiendo orgánicos y viendo esa etiqueta orgánica. No es sorprendente que tengan un mayor conocimiento de lo que significa ser orgánico y, en consecuencia, una mayor confianza en la etiqueta orgánica. Esta misma cultura de consumo ha conllevado a la población estadounidense a gastar un promedio per cápita anual de 121 dólares.

El elevado crecimiento observado en el mercado orgánico de los EE.UU. está marcado principalmente por la creciente sensibilidad de los consumidores al nexo existente entre la salud y un comer saludable. En adición a este hecho, cabe considerar otros factores entre los que destacan; el incremento de la atención por parte de los medios acerca del impacto en la salud de los pesticidas, hormonas, transgénicos, preservantes y otros productos potencialmente presentes en los alimentos y el envejecimiento de la población estadounidense y el interés de ésta de disminuir la velocidad de estos procesos.

Debido al acelerado aumento en la demanda de productos orgánicos se excedió la capacidad de la oferta local, lo que conllevó a la necesidad de importar productos de otros países. En el año 2016, EE.UU importó productos orgánicos por un valor de más de 1,700 mil millones de dólares en donde los productos de importación fueron café, soja, plátanos, aceite de oliva y maíz, estos productos constituyeron el 68% de las importaciones orgánicas totales en 2016. México es el principal proveedor de productos orgánicos importados y lo que más importa son productos tropicales (manzana, mango, piña, guayaba, aguacate, etc), aunque de igual forma este país llega a importar productos de cerca de 111 países, en donde los principales incluyen a Turquía, India, Ecuador e Italia.

---

<sup>28</sup> Generación del milenio o Generación Y, son personas nacidas entre 1981 y 1999. Son considerados una generación que creció con la tecnología y la cultura popular desarrollada entre los años 80 y 2000, por lo tanto, son personas familiarizadas con la tecnología.



En términos de exportación, las tasas de crecimiento se mantuvieron estables del 2013 al 2016. En el año 2016 la exportación de productos orgánicos se evaluó en 547.7 millones de dólares y el total de las exportaciones orgánicas en proporción con las exportaciones totales aumentaron del 7,1% al 8,3% entre 2011 y 2016.<sup>29</sup> Entre las principales exportaciones orgánicas de este país se encuentran las manzanas, pomelos, fresas, espinacas y cereales y van dirigidas en su mayoría hacia Canadá y México, aunque Oriente Medio y el este de Asia son cada vez más importantes como socios comerciales orgánicos.

Con respecto a la descripción del sector orgánico en Canadá, debido a que en el capítulo 3 se realiza un análisis completo del mercado orgánico canadiense, en este subcapítulo solo se mencionarán datos básicos a saber de este mercado en expansión:

- En Canadá existen 3.15 millones de tierras orgánicas certificadas, lo que representa un estimado del 2% sobre el total de tierras agrícolas convencionales canadienses. La mayoría de las hectáreas orgánicas canadienses son destinadas al pastoreo, forraje y espacios naturales.
- Las áreas agrícolas orgánicas certificadas representan aproximadamente el 1.5% del total de la superficie de tierras agrícolas en Canadá, esto equivale 2.43 millones de hectáreas.
- El pastoreo y el forraje ocupa la mayor parte de toda la superficie de cultivo orgánico, seguido de cultivos de campo como vegetales y raíces así como de frutas y nueces.
- En el año 2017 el mercado orgánico canadiense fue valorado en \$5.4 mil millones de dólares canadienses, siendo el quinto más grande del mundo.
- El número de productores certificados en 2017 aumentó a 4,800 productores en todo Canadá.
- Las importaciones de productos orgánicos en el año 2017 equivalieron 672 millones de CAD. Los principales productos de exportación son el café,

---

<sup>29</sup> Organic Trade Association, (OTA) . (2016), *U.S Organic Trade Data:2011 to 2016*, Recuperado el 14 de Agosto de 2018, de [https://ota.com/sites/default/files/indexed\\_files/OTATradeReport.pdf](https://ota.com/sites/default/files/indexed_files/OTATradeReport.pdf)

plátanos y aceite de oliva y provienen principalmente de Estados Unidos, México y Colombia. En total existen 172 países que han suministrado productos orgánicos hacia el país canadiense entre 2012 y 2015.

- Respecto a las exportaciones, en el año 2017 se registraron 142 millones de CAD. Entre los productos más importados se encuentran; las lentejas verdes, jarabe de maple y lenteja roja y principalmente se exporta a Estados Unidos, India y Argelia.
- Poco más del 70% de los canadienses que perciben un nivel de ingresos de cerca de CA \$100,000 anuales, compra semanalmente productos orgánicos y un 67% de canadienses con ingresos que rondan los CA \$60-100K anuales compra productos orgánicos semanalmente.
- Los consumidores Millennials entre 18 y 34 años es la generación de consumidores más grandes que actualmente existe en Canadá.
- Los principales medios de comercialización en el país son; supermercados, tiendas naturistas, mercados locales y tiendas online.

Los datos mostrados anteriormente son muy básicos, ya que serán retomados más a fondo en el capítulo 3, además dentro de ese capítulo se puede encontrar información más extensa; sin embargo con estos datos se deduce que el mercado orgánico en Canadá ha logrado tener un constante desarrollo y una buena aceptación por parte de los consumidores.

## **CAPÍTULO II**

### **DIAGNÓSTICO DEL SECTOR AGRÍCOLA ORGÁNICO EN MÉXICO**

Con altas tasas de crecimiento los productos orgánicos conquistan cada vez las estructuras de mercado de alimentos en el ámbito mundial y en México no ha sido la excepción. El desarrollo de la agricultura ecológica en México ha ido en crecimiento desde la década de los 80's llegando a posicionarse y practicarse en diferentes partes de la república logrando constituirse en una opción económicamente viable para productores campesinos e indígenas, así como un gran negocio para empresas del ramo agrícola.

Aun cuando en los años recientes en México, los temas relacionados con la pobreza, la soberanía y la seguridad alimentaria, el deterioro ambiental y el cambio climático, y en general diversos factores de carácter ambiental, social, y político, han venido cobrando importancia y han impulsado el crecimiento de la agricultura orgánica, el interés de promover y apoyar una producción orgánica de exportación ha sido principalmente motivado por la demanda externa de la producción orgánica, influyendo de manera más significativa sobre la estructura y composición del sector.

El presente capítulo tiene como propósito describir la contextualización y características del sector orgánico mexicano, en él se expone información respecto al surgimiento de este tipo de agricultura en México, su dinamismo a través de los años, la importancia económica y social que implica, la tipología y geografía de la producción así como de los productores. Además en un apartado se examina la participación de México como abastecedor de alimentos orgánicos a nivel mundial y con ello las ventajas que presenta México respecto a la producción de alimentos en los que es competitivo.

## 2.1 Antecedentes del movimiento orgánico en México.

A finales de la década de los 80's la demanda por los productos orgánicos comenzó a expandirse drásticamente en países desarrollados, los altos consumos registrados eran imposibles de satisfacer únicamente con la producción interna de los mismos países consumidores, mucho menos cuando se trataba de productos tropicales y de invierno, pues su producción en ciertas temporadas del año era y sigue siendo mermada por el clima. Ante tal demanda diversos países en vías de desarrollo comenzaron a diseñar y ejecutar distintas acciones para fortalecer y acrecentar su producción orgánica y con ello adquirir ventajas competitivas que los llevaran a la exportación de sus productos.

El desarrollo de la agricultura orgánica en México tuvo una primera fase de inicio a través de las diversas plantaciones en regiones indígenas y áreas de agricultura tradicional de bajos recursos, donde las condiciones de pobreza en varios poblados fueron factores para que las plantaciones estuvieran en un estado "cuasi-natural", sin haber aplicado en varios ciclos agrícolas ninguna clase de agroquímicos.

La introducción de la agricultura orgánica certificada en México se dio a inicios de los años 90 como respuesta a una tendencia post materialista y el resultado de influencias externas como comercializadoras y Organizaciones No Gubernamentales (ONG), que fomentaron la apropiación de esta nueva forma de producir para complementar y diversificar la demanda creada en los países desarrollados. Fue así como estas naciones comenzaron a solicitar diversos operadores mexicanos para la producción de determinados productos orgánicos, la cual comenzó en áreas donde no se usaban productos de síntesis química como en las regiones indígenas y áreas de agricultura tradicional; ejemplo Chiapas y Oaxaca. Más tarde, compañías comercializadoras extranjeras influyeron en el cambio hacia la producción orgánica en la zona norte del país, ofreciendo a empresas y

productores privados financiamiento y comercialización, a cambio de productos orgánicos.<sup>30</sup>

Fue así como la agricultura orgánica, a partir del siglo XXI, se ha ido posicionando como uno de los subsectores más exitosos del sector agrícola mexicano y aunque se encuentre posicionado como el sector más reducido de la agricultura en México, es el más dinámico, pues durante la última década ha presentado tasas de crecimiento que doblan los dígitos .

## **2.2 Situación del mercado orgánico mexicano.**

En México como en otros tantos países del mundo, el dinámico y atractivo mercado de los alimentos orgánicos ha ocasionado una fuerte reconversión de la agricultura convencional hacia la agricultura orgánica. Hasta ahora la producción orgánica ha respondido a los cambios en el mercado, y parte de su éxito está constantemente vinculado con la demanda externa del mercado internacional. Así México se encuentra ubicado en el ámbito internacional como productor- exportador orgánico, más que como un país consumidor.

Actualmente el mercado orgánico en México es el subsector agrícola más activo, su constante crecimiento se puede apreciar en las siguientes cifras. La superficie orgánica cultivada pasó de tener 102,802 hectáreas en el año 2000 a 378 mil, 693 hectáreas en 2008 , sin embargo su crecimiento no quedó ahí, pues para el 2012 ya se cultivaba en 512,246 hectáreas , y hacia finales del 2016 se tuvo un registro de cerca de 1 millón de hectáreas cultivadas. Además a consecuencia de este crecimiento de hectáreas utilizadas el número de productores orgánicos comenzó al alza, esto en parte al incremento demográfico y por el crecimiento que tuvo el

---

<sup>30</sup> Gómez, C.M., Schwentesius, R., Ortigoza, R.J y Gómez, T.L (2010). Situación y desafíos del sector orgánico de México. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*. México, Vol 1 Núm 4. 1 de Octubre-31 de Diciembre 2010, pp.593-608.

empleo de mano de obra agrícola, pues pasaron de ser 33 mil 587 productores en el año 2000 a 372 mil para 2016. (Ver Cuadro 2)

**CUADRO 2**

**CRECIMIENTO DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA EN MÉXICO, 2000-2016**

	2000	2008	2012	2016
Superficie ha	102,802	378,693	512,246	1,000,000
Número de productores	33,587	128,862	169,570	372,000

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados de CEDRSSA, *Productos orgánicos en México*, 2016, en: <http://www.cedrssa.gob.mx/files/10/97Productos%20org%C3%A1nicos%20en%20M%C3%A9xico.pdf> y CIESTAAM, *Agricultura orgánica en México. Datos básicos*, 2009, [http://ciestaam.edu.mx/material\\_de\\_divulgacion/agricultura-organica-mexico-datos-basicos/](http://ciestaam.edu.mx/material_de_divulgacion/agricultura-organica-mexico-datos-basicos/)

La tendencia hacia la creciente demanda de estos productos ha ocasionado que este mercado en expansión haya tenido un crecimiento anual de cerca del 10% entre diversos lapsos de periodos y se estima que para los próximos 5 años tenga un crecimiento de hasta el 73%.

De acuerdo a datos obtenidos por la consultora *Euromonitor International* muestran que de 2012 a 2017 el valor del mercado orgánico en México creció 50 por ciento, al cerrar en el 2017 en 43.9 millones de dólares<sup>31</sup>. Estos datos son indicadores del rápido crecimiento y valoración que este mercado ha generado a través de los años en este territorio, así mismo también nos indica que existe un alto valor potencial en el cultivo y comercialización de estos productos.

A decir verdad, el sector orgánico en México representa menos del 1% del sector agroalimentario en términos de superficie, empero México es el país con mayor

<sup>31</sup> Alcántara Angélica, (2018), México, terreno fértil para el mercado orgánico, *Reporte Índigo*. Recuperado el 26 de Agosto de 2018, de: <https://www.reporteindigo.com/indigonomics/mexico-terreno-fertil-mercado-organico-consumidores-concientes-salud/>

diversidad de cultivos orgánicos. En el año 1996 se cultivaban de manera orgánica alrededor de 30 cultivos o grupos de cultivos en México, hoy en día se cultivan alrededor de poco más de 45 cultivos orgánicos. Estos datos respaldan a México como el país con mayor diversidad de productos orgánicos a nivel mundial, lo que en parte lo ha llevado a obtener fama internacional como país productor.

Por otro lado, conforme a datos obtenidos en los informes anuales del 2016 de los principales organismos de certificación orgánica, en ese año en México existían 29,997 hectáreas en conversión, (es decir aquellas que se encuentran en un proceso de transformación para el sembrado de cultivos orgánicos) , además del total de hectáreas orgánicas tan solo 164,974 fueron hectáreas certificadas y cerca de 951,957 hectáreas fueron de recolección silvestre, lo que lo llevó a convertirse en el 6to país en recolección silvestre de productos orgánicos<sup>32</sup>, y hoy en día ocupa el 1er lugar a nivel mundial por superficie destinada a frutas tropicales y subtropicales.

Con respecto al producto orgánico más importante por superficie orgánica cultivada en México; el café es el que ocupa el primer lugar. La cafecultura se lleva a cabo en 12 estados de la República Mexicana, de los cuales Chiapas, Veracruz, Oaxaca y Puebla aportan más del 80% de la producción nacional. A saber, el cultivo de café orgánico representa un 32.5% sobre el total de hectáreas sembradas, es decir aproximadamente 30,000 hectáreas. México se encuentra entre los primeros países que comenzaron a producirlo hace más de 20 años y actualmente es el mayor exportador a nivel mundial pues envía más de 28 mil toneladas anualmente a Europa y es el segundo productor a nivel mundial ya que los principales estados cafeteros producen cerca de un volumen de 474 mil sacos de 60 kilogramos anualmente<sup>33</sup>.

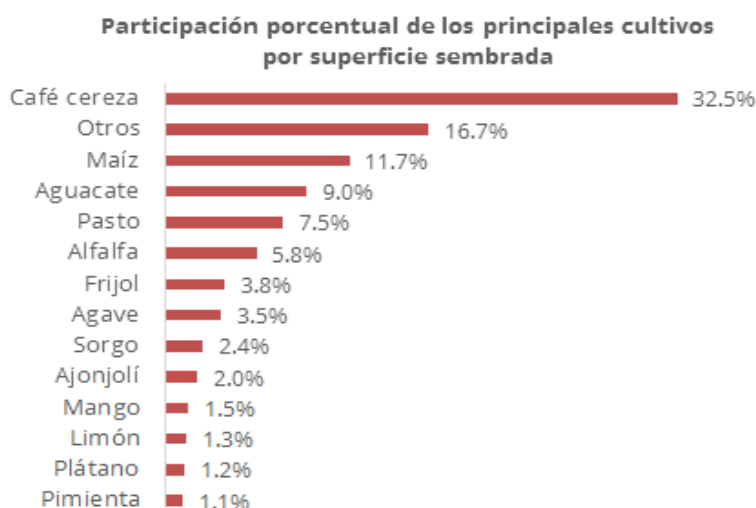
---

<sup>32</sup> Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, SAGARPA. (2017), *Información de productos orgánicos certificados*, Recuperado el 16 de Agosto de 2018, de: [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/314107/SIAPSENASICA\\_Inf\\_produccion\\_org\\_nica\\_2016.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/314107/SIAPSENASICA_Inf_produccion_org_nica_2016.pdf)

<sup>33</sup> Silvestre Adriana, (2017, Agosto 03), El café mexicano, todo un orgullo a nivel mundial, Periódico El Universal. Recuperado el 19 de Junio de 2018, de: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/menu/2017/08/3/el-cafe-mexicano-todo-un-orgullo-nivel-mundial>

Detrás del cultivo orgánico de café con respecto a superficie orgánica cultivada, le siguen productos que en su mayoría están relacionados con las hortalizas como; zanahoria, brócoli, lechuga, jitomate, aguacate y espinaca, con la ocupación de un 16,7% sobre el total de superficie sembrada, y en tercer lugar se ubican los maíces azul y blanco con el 11,7% de la superficie, a estos cultivos les siguen en importancia el aguacate, el pasto, la alfalfa, el frijol, el agave, el sorgo, ajonjolí, mango, limón, plátano y pimienta. (Ver Gráfica 7)

**GRÁFICA 7**  
**PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DE LOS PRINCIPALES CULTIVOS DE SUPERFICIE SEMBRADA**



Fuente: SAGARPA y Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, SIAP, 2016, *Atlas Agroalimentario 2016*, en: <http://online.pubhtml5.com/vfmg/ymiz/>

En México se producen otros tipos de alimentos orgánicos como; miel, guayaba, mango, toronja, naranja, limón, mandarina, vainilla, jamaica, hierbabuena, macadamia, chile habanero, así como 30 tipos de hortalizas, hierbas aromáticas, arroz, sábila, ajonjolí, frijol, trigo, centeno, alfalfa, tomate, pimiento morrón, pepino, cacao, plátano, aguacate, pimienta, amaranto, blueberry, jugos de soya, cacahuete, maíz, nopal, tuna, xoconostle, toronja, mandarina; mezcal, ron, aguardiente, miel de agave, inulina, chía, plantas medicinales, maracuyá, frambuesa, fresa, litchi, piña,



caña de azúcar, garbanzo , carne de res, cabra, cerdo, pollo, guajolote o pavo, conejo, codorniz, leche de vaca y leche de cabra, quesos, yogurt, cajeta, compostas, lombricomposta, sustancias húmicas, insumos a base de pescado, biofermentos, miel de agave con sabores, ostiones, moringa, manzana, cereza, albahaca, coco, limón, jugo de manzana y ropa de algodón.<sup>34</sup>

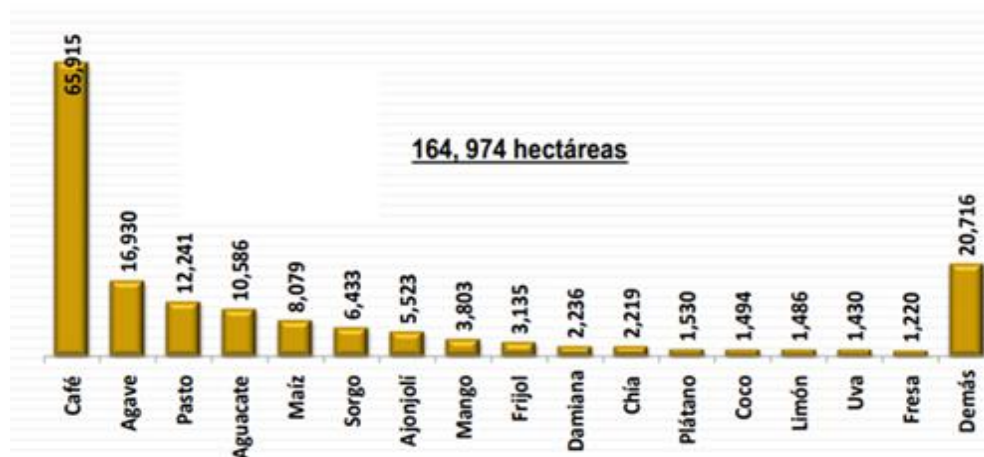
En la lista anteriormente mencionada se aprecian productos de origen animal, los cuales también entran en la categoría de orgánicos; sin embargo estos para ser considerados de origen natural deben ser de animales alimentados solamente con productos orgánicos, que hayan pastado al aire libre y no hayan consumido hormonas o antibióticos. Cabe recalcar que en este punto México destaca en la producción de leche, huevo y carne.

Por su parte dentro de las 164,974 hectáreas de superficie orgánica certificada podemos encontrar que el café sigue manteniendo un mayor porcentaje de cultivo orgánico con 65, 915 hectáreas, en segundo lugar se encuentra el agave con 16, 930 hectáreas, y en tercero los pastos, los cuales contienen fertilizante orgánico , con 12,241 hectáreas. (Ver Gráfica 8)

---

<sup>34</sup> Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, SAGARPA. (2017), *Promueve SAGARPA desarrollo del sector agroalimentario a través de productos orgánicos*, Recuperado el 21 de Junio de 2018, de: <https://www.gob.mx/agricultura/prensa/promueve-sagarpa-desarrollo-del-sector-agroalimentario-a-traves-de-productos-organicos>

**GRÁFICA 8**  
**SUPERFICIE CERTIFICADA POR PRINCIPALES PRODUCTOS**  
**(HECTAREAS)**



Fuente: SAGARPA, SIAP, 2017, *Información de Producción Orgánica Certificada*, en: [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/314107/SIAPSENASICA\\_Inf\\_produccion\\_organica\\_2016.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/314107/SIAPSENASICA_Inf_produccion_organica_2016.pdf).

Por último, la alta demanda de frutas tropicales como el plátano, mango, piña, aguacate, papaya, etc. y de productos no tradicionales como la frambuesa, zarzamora, vainilla, yuca, maracuyá, rambután y litchi, ha sido un motor importante para la conversión de la producción orgánica y para su diversificación; ello también explica el crecimiento significativo de la superficie de determinados cultivos.

### 2.2.1 Estados Productores.

Los productos orgánicos conquistan cada vez más las estructuras del mercado de cada Estado de la República Mexicana. Los principales Estados líderes en superficie destinada a la producción de alimentos orgánicos en el país son Chiapas, Oaxaca, Michoacán, Chihuahua y Guerrero, siendo estos en conjunto donde se concentran el 82% de la superficie orgánica total, según información de la SAGARPA.

El estímulo para los productores orgánicos proviene principalmente del hecho que son generadores de divisas, además de que se paga un sobreprecio por estos productos. Las diversas ventajas de tener cultivos de productos orgánicos se han ido difundiendo entre productores, lo que ha llevado a que en diversas regiones del país la producción orgánica se vuelva más popular.

A continuación, se muestra un listado de los Estados productores y los cultivos que producen en cada uno.

**CUADRO 3**  
**PRINCIPALES PRODUCTOS AGRÍCOLAS ORGÁNICOS CULTIVADOS EN LOS DIFERENTES ESTADOS DE MÉXICO**

ESTADO	CULTIVO
<b>Baja California</b>	Ajo, Albahaca, Apio, Brócoli, Calabacita, Cebollín, Chicharro, Chile Verde, Cilantro, Ejote, Frambuesa, Fresa, Lechuga, Pepino, Tomate cherry, Tomate Rojo, verde, Zanahoria, Arándano, Blueberry, Perejil, Espinaca China, Lechuga Romana,
<b>Baja California Sur</b>	Ajo, Albaca, Betabel, Brócoli, Calabacita, Calabaza, Cártamo, Chay, Chicharro, Chilve Verde, Cilantro, Ejote, Fresa, Hortalizas, Lechuga, Menta, Orégano, Pepino, Romero, Tomate cherry, Tomate rojo, Zanahoria, Berenjena, Perejil, Melón, Chile verde morron, Tomate roja bola,
<b>Campeche</b>	Soya, Arroz.
<b>Coahuila</b>	Brócoli, Calabacita, Lechuga, Zanahoria, Tomate Uva
<b>Colima</b>	Café cereza, Papaya, Platano enano gigante, Limón agrio, Limón persa, Mango haden
<b>Chiapas</b>	Café cereza, Limón, Mango, Marañon , Rambutan , Café cereza arábiga, Limón agrio, Mango ataulfo
<b>Chihuahua</b>	Tomate rojo, Tomate rojo bola
<b>Ciudad de México</b>	Nopalitos, Pera, Ciruela, Manzana golden delicious, Tomate rojo saladette,
<b>Durango</b>	Perejil
<b>Guanajuato</b>	Ajo, Apio, Brócoli, Chile verde, Lechuga, Pepino, Tomate verde, Uva, Espinaca China , Col, Ajo blanco, Chile verde morrón, Lechuga romana, Pepino
<b>Guerrero</b>	Calabacita, Pepino, Copra,

<b>Jalisco</b>	Cártamo, Frambuesa, Blueberry, Berenjena, Rabanito, Zorzamora
<b>Estado de México</b>	Calabacita, Nopales, Hongos setas
<b>Michoacán</b>	Blueberry, Aguacate, Mango, Zorzamora, Pepino, Tomate rojo saladette
<b>Nayarit</b>	Café cereza, Calabaza, Litchi, Plátano, Aguacate, Chile habanero, Limón, Mango, Calabaza
<b>Nuevo León</b>	Nopalitos
<b>Oaxaca</b>	Café cereza, Oregano, Tomate , Moringa, Té Limón , Caña de azúcar, Mango
<b>Puebla</b>	Café cereza, Calabaza, Jamaica, Tomillo, Calabacita italiana
<b>San Luis Potosí</b>	Betabel, Tomillo,
<b>Sinaloa</b>	Calabaza, Cártamo, Chile verde, Ejote, Tomate Rojo, Berenjena, Ajonjolí, Mango,
<b>Sonora</b>	Ajo, Calabaza, Chicharo, Ejote, Pepino, Melón, Tomate verde
<b>Tamaulipas</b>	Ajo, Cilantro, Soya, Limón, Pepino
<b>Tlaxcala</b>	Betabel, Chicharo, Frijol , Lechuga, Tomate Verde.
<b>Veracruz</b>	Limón persa, Café

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, SEMARNAT, en: [http://dgeiawf.semarnat.gob.mx:8080/approot/dgeia\\_mce/html/02\\_economica/agricultura.html](http://dgeiawf.semarnat.gob.mx:8080/approot/dgeia_mce/html/02_economica/agricultura.html) Y Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. 2018, México. *Lider productor agropecuario*, en : [http://infosiap.siap.gob.mx/opt/publicaciones/mexico\\_%20web\\_%20octubre.pdf](http://infosiap.siap.gob.mx/opt/publicaciones/mexico_%20web_%20octubre.pdf)

La producción orgánica en cada uno de los Estados ha ido aumentando con el paso del tiempo. En el siguiente cuadro podemos observar como la superficie sembrada y cosechada ha ido al alza, por ejemplo Chiapas pasó de cosechar 6,858 hectáreas en el 2003 a 10,588 hectáreas en 2009 y para finales del 2017 alcanzó las 11,647 hectáreas, y en cuanto al valor de su producción pasó de \$ 57,421,820 pesos MXN en el 2003 a \$ 251,148,180 pesos MXN. En otro orden, Oaxaca pasó de cosechar 4,007 hectáreas en 2006 a 6,725 hectáreas en 2017 y en cuanto al valor de su producción pasó de \$ 5,511,924 pesos MXN en el 2006 a \$ 21,333,850 pesos MXN (Ver cuadro 4)

**CUADRO 4**  
**SUPERFICIE SEMBRADA, COSECHADA Y VALOR DE LA**  
**PRODUCCIÓN DE CULTIVOS ORGÁNICOS**

ENTIDAD FEDERATIVA	AÑO	SEMBRADA (HE)	COSECHADA (HE)	VALOR DE LA PRODUCCIÓN
				TOTAL (PESOS)
Baja California	2014	93	93	141,629,040
	2015	93	93	201,652,600
	2016	126	126	273,991,130
	2017	126	126	276,580,150
Baja California Sur	2001	6	6	394,630
Campeche	2016	2.5	0	-
	2017	100	-	-
Colima	2014	258	258	1,671,840
	2015	258.83	258.83	632,400
	2016	11,402.02	11,372.02	150,563,460
	2017	11,674.77	11,641.77	251,148,180
Chiapas	2003	6,858.00	6,858.00	57,421,820
	2006	8,217.49	8,029.49	83,635,163
	2009	10,588.19	10,588.19	105,583,896
	2012	11,161.78	11,161.78	250,179,414
	2014	11,061.53	10,986.28	121,341,750
	2015	11,381.53	10,980.28	173,256,810
	2016	11,402.02	11,372.02	150,563,460

*CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO DEL SECTOR AGRÍCOLA ORGÁNICO EN MÉXICO*

	2017	11,674.77	11,641.77	251,148,180
Ciudad de México	2016	4,000.00	4,000.00	1,280,000
	2017	5,800.00	5,800.00	2,852,890
Guanajuato	2016	14	14	1,016,030
Guerrero	2016	223.3	223.3	8,041,210
	2017	223.3	223.3	8,884,960
Hidalgo	2004	27	-	-
	2005	23	-	-
Jalisco	2016	2.1	2.1	379,830
	2017	155	155	51,105,420
México	2006	35	35	504,000
Michoacan	2015	5,602.20	5,138.50	719,072,490
	2016	10,652.70	10,480.70	2,629,422,740
	2017	4,818.89	4,747.89	37,676,470
Nuevo León	2017	4.2	4.2	896,130
Oaxaca	2003	7,365.00	7,365.00	18,659,600
	2006	4,007.00	4,007.00	5,511,924
	2009	3,229.00	3,221.00	10,324,404
	2012	4,941.00	4,935.00	21,925,598
	2014	5,299.25	5,283.25	23,013,336
	2015	5,272.25	4,459.25	18,358,610
	2016	5,231.00	4,061.25	11,432,770
	2017	6,725.50	5,016.00	21,333,850
Puebla	2014	5,299.25	5,283.25	23,013,336
	2015	5,272.25	4,459.25	18,358,610

	2016	5,231.00	4,061.25	11,432,770
	2017	6,725.50	5,016.00	21,333,850
Sinaloa	2014	747	747.37	6,138,590
	2015	774.87	744.37	5,453,130
Sonora	2017	422	246	91,512,000
Tamaulipas	2016	340	190	10,792,000
	2017	343	190	11,432,930
Veracruz	2017	150	150	14,570,010
Yucatán	2006	4	2	8,400
	2007	2	2	15,000

Fuente: Elaboración propia en base de datos proporcionados por la Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta , SIACON,2018, Superficie sembrada, cosechada y valor de la producción de cultivos orgánicos, en: [https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/compendio\\_2018/archivos/02\\_agrigan/D2\\_AGRIGAN03\\_08.pdf](https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/compendio_2018/archivos/02_agrigan/D2_AGRIGAN03_08.pdf)

En los últimos 10 años el sector orgánico ha tenido un crecimiento de cerca de 504 %, estos datos pueden ser verificados con el incremento de la superficie orgánica de cada estado, así mismo se puede hacer una comparativa de cómo ha ido creciendo el valor de la producción a lo largo del tiempo en cada Estado. El estímulo que han tenido los productores ha sido, en gran medida, una parte importante para el crecimiento de esta forma de producción.

### 2.2.2 Tipología de productores.

En México, tanto el número de productores como de hectáreas dedicadas a la misma tuvieron un crecimiento acelerado en los últimos años dando oportunidad a los pequeños productores de eliminar parte de la exclusión generada por la agricultura convencional y permitiéndoles ingresar al mercado. El número total de

productores que se dedican a la agricultura orgánica creció de 13,176 en 1996 a 169,570 en el 2012 y para el 2016 aumentó a 372 mil. (Ver Cuadro 5)

**CUADRO 5**  
**CRECIMIENTO DE PRODUCTORES ORGÁNICOS EN MÉXICO,**  
**1996-2016**

AÑO	1996	2000	2008	2012	2016
PRODUCTORES	13,176	83,174	169,570	128,862	372,000

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, SAGARPA y documento Schewentesius R., *Agricultura Orgánica en México, 2016*, en : [https://www.researchgate.net/publication/307578567\\_Agricultura\\_Organica\\_en\\_Mexico\\_2016](https://www.researchgate.net/publication/307578567_Agricultura_Organica_en_Mexico_2016)

En la actualidad, la agricultura orgánica, así como la convencional se consideran sistemas de producción con una alta utilización de mano de obra, por lo que en los últimos años en México se ha vuelto una oportunidad para reducir el desempleo en el sector agropecuario. En la agricultura orgánica se requiere de un 30% más de mano de obra por hectárea, esto sin duda ha favorecido a la creación de cientos de empleos directos. En 2008 esta práctica contribuyó a la creación de 172 mil empleos directos y gracias a su desarrollo para mediados de 2017 se tuvo un aumento de 877 mil empleos directos.<sup>35</sup>

La importancia socioeconómica del sector orgánico radica en que se encuentra vinculada con los sectores más pobres del ámbito rural. Los indígenas representan más del 50% de los productores orgánicos del país, siendo los siguientes grupos étnicos con mayor participación; mixtecos, cuicatecos , chatinos, chinantecos, zapotecos, tlapanecos, tojolabales, chontales, totonacos, amusgos, mayas,

<sup>35</sup> Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, SAGARPA,(2018), *Promueve SAGARPA productos orgánicos mexicanos en mercados internacionales*, Recuperado el 10 de julio de 2018, de: <https://www.gob.mx/sagarpa/es/prensa/promueve-sagarpa-productos-organicos-mexicanos-en-mercados-internacionales>



tepehuas, tzotziles, nahuas, otomíes y tzeltales, ubicados principalmente en los estados de Chiapas, Oaxaca y Guerrero.<sup>36</sup>

En el país existen cuatro tipologías de productores; los pequeños productores de tipo campesino e indígenas organizados, los grandes productores de tipo empresarial los cuales cada vez adquieren mayor participación por superficie cultivada, los agricultores profesionales quienes también han ido ganando grandes superficies de hectáreas cultivadas, aunque combinan la producción orgánica y convencional y por último los agricultores de tiempo parcial, estos últimos orientan a mayor medida la comercialización directa de sus productos a sus consumidores mediante asociaciones de consumidores, internet o venta directa. (Ver Cuadro 6)

**CUADRO 6**  
**TIPOLOGÍA DE PRODUCTORES ORGÁNICOS EN MÉXICO**

TIPOLOGÍA	CARACTERÍSTICAS
<b>Pequeños productores</b>	Agrupados en organizaciones y caracterizados por su estado de pobreza y de marginación, pertenecen a algún grupo indígena y con creciente incursión de mujeres.
<b>Grandes productores</b>	Se ha priorizado su fomento a través de cultivos con potencial de exportación, por los beneficios económicos más altos cuando se conecta a los mercados mundiales.
<b>Agricultores profesionales</b>	Formados por explotaciones de gran dimensión productiva (superficie y producción), agricultores de alto nivel de profesionalización que combinan la producción convencional y orgánica. Porcentaje elevado de producción dirigida a los mercados externos, fundamentalmente a través de comercializadoras.
<b>Agricultores de tiempo parcial</b>	Dedicación a tiempo parcial de la actividad, pero orientado exclusivamente a la producción de alimentos orgánicos. Tienen mayores niveles de formación (v.gr. universitaria) que los productores profesionales, trabajan un reducido tamaño de superficie.

Fuente: Gómez, C., Schwentesius, R., Ortigoza, R. y Gómez, T.,(2010), Agricultura, apicultura y ganadería orgánica 2009. UACH-CONACYT

<sup>36</sup> Gómez, M., Gómez, L., Lobato, A., Shwentesius, R., Meráz, M. R.,( 2003), *Producción, Comercialización y certificación de la agricultura orgánica en América Latina*, México, Universidad Autónoma de Chapingo.

Afortunadamente, hasta ahora a la agricultura orgánica mexicana se le reconoce como una nueva opción para los grupos más desprotegidos del país, los indígenas. Es necesario que las instituciones gubernamentales, educativas y de investigación continúen impulsando el desarrollo de los procesos de la producción orgánica, para que esta agricultura siga contribuyendo a los intereses de los pequeños productores, principalmente.

### **2.3 Características del comercio exterior de México con respecto a los productos orgánicos.**

En una economía rural crecientemente articulada al mercado mundial, el futuro de la competitividad de las exportaciones agrícolas de México dependen del potencial de exportación de los pocos productos para los cuales nuevas tecnologías de cultivo puedan ser rápidamente adoptadas , de que las barreras fitosanitarias puedan ser eliminadas y que las estrategias de mercadeo a implementar puedan ser desarrolladas para aprovechar las tendencias mundiales en las preferencias del consumidor , he ahí la importancia de tomar medidas para revertir el lento proceso de deterioro de la competitividad de las exportaciones de productos en los cuales México ha gozado de una ventaja. La pérdida de la competitividad en las exportaciones puede tener serias implicaciones económicas y sociales para México.

#### **2.3.1 Exportaciones.**

La creciente demanda internacional de productos orgánicos con el paso de los años ha significado una fuente importante de ingresos para los productores mexicanos. La calidad y variedad que ofrece el mercado orgánico mexicano lo ha llevado a posicionarse en el mercado mundial de productos orgánicos como país productor/exportador más que consumidor, ya que de acuerdo con datos de la

SAGARPA, el 85% de la producción nacional total de productos orgánicos se destina al mercado exterior y tan solo un 15% se destina al mercado local, además, es importante aclarar que de este porcentaje el 5% de dicha producción realmente se comercializa como producto orgánico, lo demás se comercializa como producción agrícola convencional.

Actualmente México se encuentra posicionado entre los principales 20 países exportadores a nivel mundial, así mismo ocupa el 4° lugar como productor de alimentos orgánicos y en América Latina es el principal productor orgánico.

En el mercado internacional, México tiene la función de suministrar productos orgánicos hacia países desarrollados complementando su producción en tres tipos de clases:

- Productos tropicales que no se cultivan en los países desarrollados (café, cacao, mango, plátano, vainilla, etcétera).
- Hortalizas de invierno. Abastecen a los países de clima templado que por cuestiones climáticas tienen un faltante temporal.
- Productos que requieren mucha mano de obra (como el ajonjolí).<sup>37</sup>

La exportación de estos productos va también dirigida a aquellos países que tienen los mercados más desarrollados y que han experimentado las mayores tasas de crecimiento respecto a superficie y producción orgánica.

Debido a que la agricultura orgánica ha sido principalmente impulsada por agentes externos, se puede decir que México maneja una agricultura de exportación, de ahí que uno de los mayores aspectos de importancia, desde el punto de vista económico, es la generación de divisas. De acuerdo con los últimos datos

---

<sup>37</sup> Gómez, M., Gómez, L., Schwentesius, R. (2003). México como abastecedor de productos orgánicos. *Revista Comercio Exterior*. Recuperado el 01 de Septiembre de 2018, de : <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/15/4/RCE.pdf>

recientes de la SAGARPA, en la gestión del Presidente Enrique Peña Nieto (2012-2018) se consiguió exportar más de mil 800 millones de dólares de estos insumos<sup>38</sup>. Estas cifras son un reflejo que indican la potencialidad del mercado de alimentos orgánicos ya que es un dinámico y atractivo sector para aquellos agricultores mexicanos que deseen comenzar a comercializar sus productos en el mercado internacional.

Los principales mercados de exportación son; Estados Unidos, Alemania, Francia, Reino Unido, Canadá, Italia, Suiza y Japón. Cabe decir que México se ha consolidado como el primer exportador de alimentos orgánicos a Europa. En el cuadro siguiente se exponen los principales cultivos orgánicos más importantes, así como el destino de sus exportaciones. (Ver Cuadro 7)

**CUADRO 7**  
**DESTINO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS MEXICANOS PARA EXPORTACIÓN**

Producto	Destino de la exportación
Café	Alemania, Holanda, Suiza, Inglaterra, Estados Unidos, Suecia, Austria, Italia, Japón, Francia, Dinamarca, Noruega, Bélgica y Canadá.
Hortalizas	Alemania, Italia, Estados Unidos, Canadá, Japón e Inglaterra.
Miel	Alemania, Inglaterra, Estados Unidos e Italia.
Ajonjolí	Europa y Estados Unidos
Plátano	Estados Unidos y Japón
Jamaica	Alemania
Vainilla	Estados Unidos y Japón, Canadá, Inglaterra y Alemania
Mango	Estados Unidos, Japón, Canadá, Inglaterra y Alemania
Aguacate	Suiza, Inglaterra, Japón, Canadá y Estados Unidos.
Litchi	Estados Unidos
Manzana	Estados Unidos
Piña	Estados Unidos
Cacao	Alemania y Estados Unidos
Maiz azul	Estados Unidos
Cardamomo	Alemania

Fuente: Gómez, C. M. A.; Schwentesius, R. R.; Ortigoza, R. J. y Gómez, T. L. 2010. Agricultura, apicultura y ganadería orgánica 2009. UACH-CONACYT.

<sup>38</sup> Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios,(2018). México. *Promueve SAGARPA productos orgánicos mexicanos en mercados internacionales*. Recuperado el 26 de Agosto de 2018, de: <https://www.gob.mx/aserca/prensa/promueve-sagarpa-productos-organicos-mexicanos-en-mercados-internacionales-148896?idiom=es>

El anterior cuadro nos muestra que México tiene mayores oportunidades de exportación en los alimentos tropicales hacia países desarrollados, pues por factores climáticos y de suelo el cultivo anual de ciertos alimentos es bajo o nulo en ciertos países. Esta situación es sin duda una oportunidad para los productores mexicanos quienes deberán aprovechar la experiencia y el conocimiento en los métodos orgánicos de dichos cultivos a fin de ser competitivo frente a los demás países subdesarrollados que al igual son exportadores de productos tropicales como: Brasil, Colombia, Costa Rica, Perú quienes por igual buscan oportunidades de exportación en este atractivo sector.

Un elemento clave que explica la actual situación de la producción orgánica es la enorme concentración de la producción comercial, en particular para la exportación en manos de un pequeño grupo de empresas.

Las grandes empresas del sector agrícola destacan por una característica; sus intereses económicos no se limitan únicamente al ámbito nacional, sino que se vinculan estrechamente al capital agroindustrial y financiero internacional, en específico hacia el mercado norteamericano, su lógica empresarial rebasa ampliamente el marco de las fronteras nacionales para ubicarse en el nivel internacional.

Después de atravesar por sexenios de apertura comercial, existen datos nacionales que muestran que existe una enorme polarización en la estructura agraria mexicana (dichos datos pueden ser obtenidos de estadísticas realizadas por SAGARPA, SIAP, INEGI, entre otros), dominada por las grandes empresas agroexportadoras. La agricultura moderna tiene un elevado nivel tecnológico que le permite un proceso de trabajo ordenado, reporta buenos niveles de financiamiento y productividad, así como fácil disponibilidad de fuerza de trabajo en cada fase de la producción, por su parte los campesinos desarrollan un proceso productivo que les permita tener un cierto volumen de bienes, destinados parcialmente a la autosuficiencia y parcialmente para su comercialización.

Si contemplamos la ubicación de las empresas agroexportadoras que existen en el país se puede hablar de que se ubican claramente en dos tipos de regiones: la integrada por los estados productores de café (Chiapas, Veracruz, Puebla, Guerrero y Oaxaca) y la definida por los estados productores de hortalizas (la franja del Pacífico, el Bajío y Jalisco).<sup>39</sup> Si se considera que la enorme mayoría de los productores de café son pequeños productores, muchos de ellos de origen indígena, que no exportan directamente su producción, sino que malbaratan su producto con los dueños de los beneficios, se puede constatar que las únicas empresas agrícolas con capacidad y una mayor oportunidad de ubicarse en el mercado internacional son aquellas que exportan productos hortofrutícolas.

En México, solo algunos cientos de grandes empresas tienen las condiciones de competitividad suficientes para exportar y así aprovechar la apertura comercial.

Si el lector desea conocer el listado de las empresas agroexportadoras en México se puede acceder a la siguiente página: <https://www.mexbest.com/directorio.html>

### **2.3.2 Importaciones.**

En términos generales es importante recalcar que México se ha posicionado principalmente como país exportador de productos agrícolas orgánicos, no tanto como país importador, sin embargo a lo largo de los años han existido ocasiones en que la oferta de producción local ha sido insuficiente y como consecuencia se ha tenido que asistir a la importación de ciertos productos.

Es difícil contar con cifras verídicas, debido a que los productos orgánicos de importación entran a México como productos tradicionales, y desafortunadamente son muy pocos los datos estadísticos comerciales que se pueden proporcionar respecto a este tema; sin embargo, de acuerdo a datos obtenidos de *Global Organic Trade*, los principales productos orgánicos de importación en México son los

---

<sup>39</sup> Grammont H., Gómez M., Gonzáles H., Schwentesius R., (1999), *Agricultura de exportación en tiempos de globalización. El caso de las hortalizas, frutas y flores*, México, Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura mundial (CIESTAAM).

alimentos orgánicos procesados, pues el panorama poco competitivo en los alimentos y bebidas envasadas, ha ocasionado un aumento en la importación de dichos productos.

El principal importador de orgánicos en México es el Grupo Herdez S.A de C.V, (a través de la empresa comercializadora Aires del Campo), el cual controla cerca del 35% del mercado, seguido por Nestlé con solo el 5%<sup>40</sup>. Aires de Campo maneja cerca de 600 productos orgánicos, tanto mexicanos como extranjeros, e importa principalmente de Estados Unidos. De igual manera existen otros grupos empresariales que generan importaciones importantes como Distribuidora Promesa en Mexicali, y Smart Holding México en Guadalajara.

Estados Unidos es el principal país exportador de productos orgánicos en México, tan solo en el 2017 exportó cerca de USD \$113 millones de dólares de alimentos orgánicos, y entre los principales alimentos que se importaron se encuentran las manzanas orgánicas, seguido de uvas, fresas, espinacas y naranjas orgánicas.<sup>41</sup>

Por otro lado, pese a que el sector pecuario nacional cuenta con un gran potencial, la importación de estos alimentos orgánicos ha ido al alza. La SADER (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural), ha hecho diversos hincapiés en aumentos registrados los últimos años en la importación de productos orgánicos de origen animal como la miel, el huevo, la leche, la carne de res y el pollo orgánico.<sup>42</sup> Pese a que el sector pecuario nacional cuenta con un gran potencial, la importación de estos alimentos orgánicos ha ido en constante crecimiento.

---

<sup>40</sup>Global Organic Trade Guide, (s.f), *Qualitative Analysis. Organic Mexico*, Recuperado el 24 de Julio de 2018 de: <https://globalorganictrade.com/country/mexico>

<sup>41</sup> Demko I., Dinterman R., Marez M., Jaenicke E., (2017), *U.S Organic Trade Data: 2011 to 2016*, Recuperado el 27 de Julio de 2018, de: [https://ota.com/sites/default/files/indexed\\_files/OTATradeReport\\_10-30-2017.pdf](https://ota.com/sites/default/files/indexed_files/OTATradeReport_10-30-2017.pdf)

<sup>42</sup> Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural, (2019), *Impulsa SADER mejora regulatoria en producción animal orgánica*, Recuperado de 30 de agosto de 2018, de: <https://www.gob.mx/sader/prensa/impulsa-sader-mejora-regulatoria-en-produccion-animal-organica>

Por último, la importación de alimentos orgánicos para bebés ha sido la categoría de más rápido crecimiento, con un aumento de 28% anualmente<sup>43</sup>. Esto nos habla de que un número creciente de padres mexicanos está cambiando el modo de alimentación de sus bebés, no solo por razones de salud personal, sino también por razones medioambientales.

De manera particular pese a que México es altamente competitivo en la producción de productos agrícolas orgánicos, en especial en el ramo hortofrutícola existe un pequeño porcentaje de productos orgánicos importados. A pesar de esto, como ya se mencionó anteriormente, una amenaza para México es el crecimiento exponencial de la producción orgánica en los países de América Latina como Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Bolivia, Ecuador, Colombia, Uruguay y Paraguay los cuales han tomado cada vez mayor participación en el mercado orgánico internacional y la entrada de estos países al mercado de exportación podría limitar las oportunidades de participación de México en los mercados internacionales como productor orgánico de alimentos hortofrutícola.

Un dato importante a saber es que México al no contar con una normatividad técnica específica para la producción orgánica es muy fácil que productos orgánicos certificados de otros países sean importados, en donde sí cuentan con una normatividad técnica, lo que repercute en costos y por lo tanto representa una mayor competencia.

En específico los productos orgánicos procesados son los que tienen una mayor desventaja, ya que como se había mencionado anteriormente, México no es competitivo en ese tipo de productos, además existen otros productos que ingresan al mercado mexicano como producto tradicional. Así, se puede hablar de que en el mercado nacional existe una fuerte competencia frente a los productos orgánicos

---

<sup>43</sup>Wisconsin Economic Development Corporation, (2018), *Rising demand for organic food in México*, Recuperado el 05 de Septiembre de 2, de: <https://wedc.org/export/market-intelligence/posts/rising-demand-organic-foods-mexico/>



procesados y convencionales de importación y de que existe una desigualdad de oportunidades para los productores mexicanos puesto que hay productos de importación que se benefician por el sobreprecio que estos pueden llegar a alcanzar en el mercado mexicano.

Para poder sobrevivir las empresas y agricultores deberán de tener como meta una producción apta para conseguir el sello de calidad en ciertos países, además de lograr conseguir y mantener estándares de eficiencia internacional. Ante esta situación la competitividad es una de las reglas del juego a las que se encuentran sometidos los países en las relaciones comerciales, técnicas, organizativas e institucionales.

#### **2.4 La certificación de productos orgánicos en México.**

Cada vez más los productos orgánicos se vuelven mayormente populares entre los consumidores interesados en su salud o los que se encuentran comprometidos con el medio ambiente, pues buscan mayor calidad e inocuidad en lo que consumen.

Con el fin de asegurar al consumidor que el producto que adquiere es producido bajo una normativa de control orgánico, es necesario una inspección de control de calidad. Este sistema de control en la agricultura ecológica debe de ser basado bajo cumplimiento de normas, inspecciones, certificaciones y acreditación de los productos.

Los productores orgánicos deben ofrecer una buena garantía en los alimentos hacia sus consumidores, cabe recordar que un precio elevado es posible si hay confianza mutua entre productores y consumidores. El consumidor debe asegurarse que el producto que compra ha sido verdaderamente producido de forma ecológica y del mismo modo el agricultor necesita estar protegido de la competencia desleal de otros agricultores que se jactan del término "ecológico " para vender sus productos.

De acuerdo con la FAO, los productos orgánicos certificados son aquellos que se producen, almacenan, elaboran, manipulan y comercializan conforme a especificaciones técnicas precisas (normas), y cuya certificación de productos “orgánicos” corre a cargo de un organismo especializado.<sup>44</sup> Una vez que una entidad de este tipo ha verificado el cumplimiento de las normas que rigen el ámbito de los productos orgánicos se concede una etiqueta al producto, este sello de calidad se aplica al proceso de producción, y garantiza que el alimento es de origen orgánico.

El productor que decide certificar sus cultivos adquiere una serie de ventajas competitivas frente aquellos productores que comercializan sus productos de forma convencional. Entre ellas podemos encontrar:

- **Reconocimiento Internacional:** Gracias a la obtención de este tipo de certificado, los productos cuentan con mayor valor agregado y tendrán reconocimiento en distintos países de todo el mundo. De esta forma, se facilita el acceso a dichos artículos dentro de los diferentes mercados internacionales.
- **Confianza ante los clientes:** La visualización por parte de los clientes hacia la etiqueta que certifica al producto se convierte en un elemento diferenciador que influye de manera positiva en la decisión de compra del cliente. Le brinda al consumidor una mayor fiabilidad hacia el producto y por su parte el productor tiene una mayor ventaja comparativa frente a otros.
- **Reducción del riesgo de ofrecer un producto defectuoso:** Al someterse a una certificación acreditada, el peligro de que un producto se encuentre en mal estado es menor.
- **Obtención de mayores precios en los productos:** Debido a que el costo de venta de productos orgánicos se eleva de un 20% hasta un 100% el productor percibe mayores ganancias.

---

<sup>44</sup> Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, (2018), Agricultura Orgánica. Recuperado el 27 de julio del 2018 en: <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq2/es/#:~:text=Los%20productos%20org%C3%A1nicos%20certificados%20son,cargo%20de%20un%20organismo%20especializado.>

En México, la certificación orgánica se lleva a cabo mediante organismos de certificación orgánica aprobadas por el SENASICA ( Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria) que prestan el servicio siguiendo los lineamientos del Estándar Orgánico Mexicano.

En el 2006 en México se creó la primera Ley de Productos Orgánicos, cuyo objetivo primordial es promover y regular los criterios y/o requisitos para la conversión, producción, procesamiento, elaboración, preparación, acondicionamiento, almacenamiento, identificación, empaque, etiquetado, distribución, transporte, comercialización, verificación y certificación de productos producidos orgánicamente; así como para establecer los requerimientos mínimos de verificación y certificación orgánica<sup>45</sup>, posteriormente se elaboró el Reglamento de la Ley de Productos Orgánicos en 2010, en el mismo año con el apoyo de SAGARPA, la SENASICA y la REDAC (Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos) se elaboró un manual sobre los procesos del sistema de certificación orgánica participativa así como talleres sobre su funcionamiento en diversas localidades del país y en 2013 se publicaron los Lineamientos Técnicos para la Producción Orgánica Agropecuaria.<sup>46</sup>

Es importante mencionar que las anteriores normas ecológicas en México han seguido la línea de las normas básicas establecidas por la IFOAM donde se establecen los controles básicos necesarios para obtener un adecuado proceso de certificación.

En un sentido más general, de acuerdo a datos obtenidos por la SAGARPA en el año 2017 se certificaron a 13.5 mil productores orgánicos en el país lo que corresponde a una superficie de 92 mil 933 hectáreas con diversos cultivos

---

<sup>45</sup> Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, (2006), Ley de Productos Orgánicos, Recuperada el 09 de Marzo de 2019 en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LPO.pdf>

<sup>46</sup> Jarquín G, R., Rosina, B., Flores, G., (2015), *Diagnóstico y capacitación en certificación orgánica participativa*. Recuperado de 15 de septiembre de 2018 , de: <http://tianguisorganicos.org.mx/wp-content/uploads/ReporteCP2015.pdf>.

principalmente café, maíz y aguacate, y complementan las lista alfalfa, frijol, agave, sorgo, ajonjolí, mango, limón, plátano y pimienta, entre otros.<sup>47</sup>

A nivel nacional, las entidades con mayor número de superficie certificada como orgánica son Oaxaca con 19 mil 500 hectáreas, principalmente maíz y café; Chiapas con 13 mil 455 hectáreas, de mango y café primordialmente; Michoacán con ocho mil 668 hectáreas; Chihuahua con siete mil 471, sobre todo de maíz y manzana, además de Nuevo León con seis mil 49 hectáreas de cultivos como lechuga.<sup>48</sup>

Para darle transparencia a la producción orgánica la SENASICA es la encargada de la certificación de orgánicos y la vigilancia del cumplimiento de la regulación (Ley de Orgánicos y Reglamento de la Ley de Orgánicos), asimismo avala a los organismos nacionales e internacionales quienes se encargan de certificar la producción orgánica en México, a través de la calificación de los sistemas de producción, la calidad del suelo, del agua, las prácticas agrícolas, los insumos que se aplican, la cosecha, el proceso de empaque y embalaje de los productores para poder obtener el sello de certificación. Toda la cadena de producción debe contar con los mayores controles estrictos de calidad orgánica.

A continuación, se presentan los catorce organismos nacionales e internacionales de certificación orgánica aprobados en el 2017 por la SENASICA.




---

<sup>47</sup> Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria, (2017), Certificación que da confianza . Recuperado el 14 de Marzo de 2018 en : <https://www.gob.mx/senasica/articulos/certificacion-que-da-confianza>.

<sup>48</sup> Industria Alimentaria, (2018), *Certifica México a 13,500 productores orgánicos nacionales*, Recuperado el 28 de Octubre de 2018, de : <http://www.industria-alimentaria.com.mx/certifica-mexico-a-13500-productores-organicos-nacionales/>

**CUADRO 8**  
**ORGANISMOS DE CERTIFICACIÓN ORGÁNICA EN MÉXICO**

LOGOTIPO	ORGANISMO
CERTIFICADORA MEXICANA DE PRODUCTOS Y PROCESOS ECOLÓGICOS, S.C. (CERTIMEX, S.C.)	
MAYACERT MÉXICO, S.C	
METROCERT, S.C	
INSTITUTO PARA EL MERCADO ECOLÓGICO, S.A. DE C.V.	
AGRICERT MEXICO, S.A. DE C.V.	
MÉXICO CERTIFICADORA ORGÁNICA, A.C.	
TRANSCANADA ORGANIC CERTIFICATION SERVICES MÉXICO, S.C.	
ORGANIC CROP IMPROVEMENT ASSOCIATION INTERNATIONAL, A.C.	
CCOF SERVICIOS DE CERTIFICACIÓN, S. DE R.L. DE C.V.	
OREGON TILTH INC.	
KIWA BCS OKO-GARANTIE, S. DE R.L. DE C.V.	
NSF DE MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.	

VERIFICACIÓN Y CERTIFICACIÓN PAMFA, A.C.	
CERTIFICATION OF ENVIRONMENTAL STANDARDS DE MÉXICO, S.A. DE C.V. (CERES)	
COMPAÑÍA DE SERVICIOS CONTROL UNION DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	

Fuente: Elaboración propia en base a SAGARPA., 2019, *Padrón de organismos de certificación aprobados para la certificación de productos orgánicos*, en: <https://www.gob.mx/senasica/documentos/organismos-de-certificacion-organica>.

Un dato importante a mencionar dentro de este aspecto es que los principales organismos de certificación que existen en México son Bioagricert, Certimex y OCIA, con aproximadamente el 34%, 22% y 14% respectivamente de participación en los proyectos de orgánicos certificados en México, según cifras del CIESTAAM (Centro de Investigaciones Económicas Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial). Así mismo certifican en las normas del NOP (*National Organic Program*) del Departamento de Agricultura de Estados Unidos, JAS (*Estándares Agrícolas Japoneses*), para Japón, y en los estándares de la CEE (Comunidad Económica Europea), que principal y básicamente se basan en el reglamento EEC 2092/91, que es directamente aplicable a las prácticas agrícolas, y establece los requisitos mínimos que acepta la Comunidad Europea para sistemas de producción de alimentos orgánicos.<sup>49</sup>

Cabe mencionar que las normas NOP, JAS, y los Estándares de la Comunidad Europea, son las principales en las que se certifican la mayoría de los productores en el mundo. Son similares y equivalentes porque se basan todas ellas en los estándares internacionales de ISO65 y EN45011, los cuales a su vez también son similares y equivalentes.

<sup>49</sup> Alcalá Ximena,(s.f) *La producción de orgánicos como alternativa de desarrollo del campo mexicano*, INNOAGRO, Recuperado el 05 de Noviembre 2018, de : <http://www.redinnovagro.in/documentosinnov/laproduccion.pdf>

Por su parte con el fin de mostrar a los consumidores, a los mercados y tiendas que un producto es verídicamente orgánico, se requiere de la existencia de un sello que rectifique que la producción es ecológica, con el objetivo de que los consumidores puedan reconocer el origen y la calidad del producto. Este sello simboliza e identifica la credibilidad del producto y únicamente es entregado a aquellos productores que cumplen con las normas internas de producción y con la normativa del uso del sello.

Para el caso mexicano, en Marzo del 2014 entró en vigor el uso del distintivo “ORGÁNICO SAGARPA MÉXICO”, el cual avala la veracidad de que los alimentos y productos que se comercializan son 100% orgánicos y que son producidos bajo la regulación nacional vigente.

### IMAGEN 1. SELLO ORGÁNICO EN MÉXICO



Podemos decir que todo aquel producto que se comercialice con el sello de orgánico, tanto en el mercado nacional como internacional debe estar avalado por una agencia certificadora del gobierno mexicano. De igual manera, aquellos productos orgánicos que vayan destinados hacia el mercado de exportación deberán de contar con el respaldo de alguna agencia certificadora.

El hecho de que un producto orgánico cuente con un certificado de calidad, le otorga un valor agregado y asegura que la calidad y el beneficio hacia el medio ambiente está respaldada al momento de su consumo.

## 2.5 Canales de comercialización.

El producir de manera ecológica, como en cualquier otro sistema de producción, implica que parte de esta producción debe llegar a los consumidores. La accesibilidad de los productos orgánicos para los consumidores a través de diversos canales de distribución es un factor determinante para que estos productos logren el éxito, y lleguen a representar la conexión entre consumidores y productores.

Hoy en día cerca del 15% de la producción orgánica de México, que no se exporta, se queda en el mercado interno; sin embargo, esta cifra continua estando en su fase inicial, dado que sólo 5% se vende como orgánica (a la clase media) y solo el 10% restante se comercializa, incluso como convencional.<sup>50</sup>

Actualmente en el mercado mexicano las principales formas de adquirir productos orgánicos se dan a través de dos canales; el primero es a través de establecimientos comerciales como; tiendas especializadas, tiendas naturistas y supermercados, su comercialización se lleva a cabo mediante grandes distribuidoras de productos orgánicos que proveen principalmente a cadenas de supermercados y tiendas especializadas, las cuales ofrecen productos orgánicos mexicanos y extranjeros en fresco y/o procesados, estos mismos con el sello que avala su certificación como producto orgánico.

Hoy en día la difusión de estos productos en los supermercados se da a través de estrategias de mercadotecnia moderna. El segmento de consumidores hacia los cuales se dirigen estas estrategias comerciales va dirigido principalmente para aquellos de ingresos medios y altos, ya que en su mayoría los consumidores de este sector socioeconómico son los que primordialmente cuentan con un poder adquisitivo para pagar la diferenciación de un producto agrícola convencional frente a un producto agrícola orgánico.

De acuerdo con el CIIDRI (Centro de Investigaciones Interdisciplinarias para el Desarrollo Rural Integral) de la Universidad Autónoma de Chapingo, el *boom* del

---

<sup>50</sup> Zamilpa J., Ayala., R., (2015), *Desafíos y Prioridades de la Agricultura Orgánica en México. Mirando a la Unión Europea*, México, CEDRSSA.



mercado orgánico ha provocado un crecimiento anual del 15%, trayendo como resultado que varias empresas estén apostando por la comercialización de estos productos. Hoy, varias cadenas de supermercado como Superama, Wal-mart, Chedraui Selecto y tiendas Premium de Soriana apuestan por el desarrollo del sector “Premium” que incluye la comercialización de productos orgánicos.

La firma Kantar Worldpanel señala que en 2015 los hogares incrementaron su gasto en productos *premium* por lo menos 3.3% respecto a 2014 y a inicios de 2016 se dio un incremento en la fuerte tendencia a consumir productos dedicados al cuidado personal, bebidas energetizantes y cervezas artesanales así como productos de origen orgánico.<sup>51</sup>

El segundo canal principal de distribución se trata de grupos de consumo y/o producción, como lo son los tianguis y mercados. Estos tipos de canal son una forma mediante la cual un gran número de pequeños y medianos productores tienen la oportunidad de darse a conocer y comercializar sus productos. Esta forma de venta contribuye en poca medida a desarrollar los mercados orgánicos, sin embargo ha resultado eficaz a aquellos productores que no pueden acceder a otros canales comerciales para dar salida a su producción.

Un gran ejemplo de ello es la REDAC creada en el 2004 y constituida legalmente como Asociación Civil en 2008. Su origen se debió al creciente número de tianguis y mercados orgánicos a lo largo de la república mexicana, especialmente en el centro y sur del país, su meta específica es la promoción y comercialización de la producción orgánica, incluyendo además el Sistema de Certificación Orgánica Participativa (SCOP) para garantizar el origen y la calidad orgánica de los productos, la divulgación y concientización para impulsar la producción y consumo de productos locales y orgánicos, la vinculación entre mercados y, el fortalecimiento del comercio local y justo, aunado a la conservación de la biodiversidad y la cultura.

---

<sup>51</sup> Rodríguez D., (2016), *Supermercados de lujo: una apuesta “gourmet” de alto riesgo, Alto Nivel*. Recuperado el 1 de Septiembre 2018, de : <https://www.altonivel.com.mx/empresas/supermercados-de-lujo-una-apuesta-gourmet-de-alto-riesgo-57126/>

Actualmente la red cuenta con un total de 21 tianguis y mercados orgánicos en 15 estados a lo largo de la república mexicana. (Ver Cuadro 9)

**CUADRO 9**  
**TIANGUIS Y MERCADOS ORGÁNICOS QUE INTEGRAN LA REDAC**

<b>Estado</b>	<b>Lugar</b>	<b>Nombre del tianguis/mercado</b>
Baja California	San José del Cabo	Mercado Orgánico San José del Cabo
Chiapas	Tapachula	<i>Tianguis</i> de Productos Naturales y Orgánicos -El Huacalero
Ciudad de México	Ciudad de México	<i>Tianguis</i> Alternativo Bosque de Agua
Estado de México	Chapingo	<i>Tianguis</i> Orgánico Chapingo
	Metepiec	<i>Tianguis</i> Orgánico Bosque de Agua
Guanajuato	San Miguel de Allende	<i>Tianguis</i> Orgánico, Natural y Artesanal de San Miguel de Allende
Guerrero	Cocoyuca	<i>Tianguis</i> Campesino de Cocoyuca de Benítez y Atoyac
Jalisco	Guadalajara	Círculo de Producción y Consumo Responsable
Morelos	Tepoztlán	Mercado Orgánico de Tepoztlán Ameyalli Tlacualli
Oaxaca	Ixtlán de Juárez	<i>Tianguis</i> Orgánico Yuu Vaan de la Sierra de Juárez
	Oaxaca	<i>Tianguis</i> Alternativo Pochote Xochimilco
	Oaxaca	El Pochote Productos Orgánicos
Puebla	Puebla	<i>Tianguis</i> Alternativo de Puebla
Querétaro	Querétaro	<i>Tianguis</i> Orgánico Bosque de Agua
Quintana Roo	Playa del Carmen	Universidad del Caribe La Miscelánea Orgánica
San Luis Potosí	San Luis Potosí	Mercado Orgánico Macuilli Teotzin
Tlaxcala	Tlaxcala	Mercado Alternativo de Tlaxcala
	Apizaco	Mercado Alternativo Tlaxcala Apizaco

Veracruz	Coatepec	Mercado Bioregional Coatl
	Xalapa	Mercado Agroecológico de Xalapa

Fuente: Elaboración propia con datos del documento Schwentesius R., Gómez M.,(2015), *La Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos Renovando sistemas de abasto de bienes de primera necesidad para pequeños productores y muchos consumidores*, en: <https://www.researchgate.net/publication/281112974> *La Red Mexicana de Tianguis y Mercados Organicos Renovando sistemas de abasto de bienes de primera necesidad para pequenos productores y muchos consumidores*

La importancia de ser miembro de alguno de los tianguis y mercados orgánicos de la REDAC brinda a los pequeños productores la oportunidad de volverse sostenibles, pues tienen un espacio destinado para la comercialización de sus productos de manera directa, además que les brinda un buen reconocimiento ya que para integrarse en estos mercados deben obtener una certificación orgánica, lo cual les permite competir localmente en éste ámbito a la vez que permite a los consumidores sentirse más seguros sobre la procedencia orgánica de los productos que adquieren.

El crecimiento de la REDAC es un claro ejemplo de que los mercados orgánicos van ganando mayor terreno en México y que existe mayor interés por parte de productores y consumidores orgánicos sobre el desarrollo de un sistema agroalimentario que contribuya al despegue de la sostenibilidad medioambiental y social. Estos tianguis no solo estimulan la compra y venta sino también incorporan diversas formas de convivencia generando un espacio de intercambio, aprendizaje y participación local, además de que posibilitan el consumo hacia todos los mexicanos y no solo de aquellos que pueden pagar altos precios por estos productos, además en cuanto al aspecto monetario este canal de comercialización contribuye a estimular las economías locales haciendo que el dinero circule.

Es fundamental continuar desarrollando los canales idóneos de comercialización en México pues ayudan a generar un mayor conocimiento y participación entre la población mexicana además de fomentar la cultura de consumo saludable. La integración y el desarrollo de nuevos canales potenciales de comercialización, como el caso de los tianguis y mercados de la REDAC, son una gran oportunidad para seguir impulsando esta alternativa de alimentación.

## CAPITULO III

### EVALUACIÓN DEL SECTOR ORGÁNICO EN CANADÁ

En los últimos años han existido cambios importantes en la demanda mundial de alimentos orgánicos principalmente en países desarrollados, lo que ha impulsado y generado atractivas oportunidades en los países productores en desarrollo para el abastecimiento de esta alta demanda. Canadá es considerado como un país de economía abierta, uno que depende de manera importante de las importaciones para soportar sus altos estándares de vida, y en el caso de los productos orgánicos este mercado se caracteriza por la alta demanda y por consecuente basta importación de alimentos, volviéndolo atractivo para la exportación de productos agrícolas orgánicos mexicanos.

El presente capítulo tiene por objetivo examinar las características del sector orgánico canadiense, en relación a ello se revisan datos respecto al crecimiento de superficie orgánica, ventas, número de productores, oferta, etc, seguido de las características del comercio exterior de este país, así mismo se examina el consumo de alimentos orgánicos, el perfil del consumidor y su demanda y finalmente se presentan los requisitos de acceso de productos agrícolas hacia este mercado, esto con el propósito de conocer a fondo las particularidades de este mercado, y determinar la viabilidad de exportación de los productos agrícolas orgánicos mexicanos.

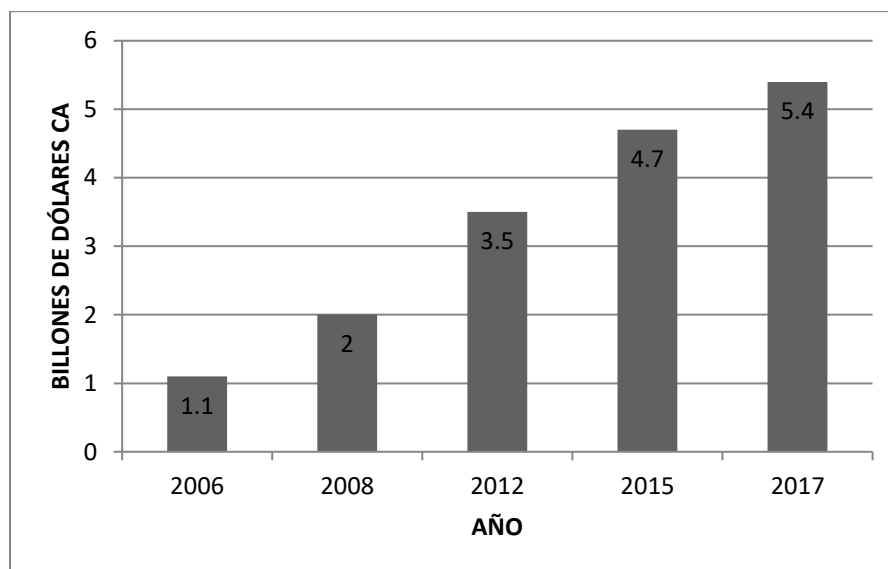
#### **3.1 Mercado orgánico canadiense.**

En los últimos años, la demanda por consumir alimentos saludables entre la población canadiense ha crecido a pasos agigantados, las tendencias de los alimentos orgánicos en Canadá han sido impulsadas por las actitudes cambiantes de los consumidores, los estilos de vida y la demografía, así como por el cambio en el enfoque del distribuidor y las estrategias de venta minorista. Los consumidores canadienses hoy están más y mejor educados respecto a la noción de los efectos potencialmente nocivos de los productos cultivados con fertilizantes, pesticidas y

hormonas, es por eso que la creciente demanda por consumir alimentos naturales se ha disparado a lo largo de los años.

La tendencia expansionista de este sector lo ha llevado a generar tasas de crecimiento del 8.7% anual, claro ejemplo es que en el 2012 el mercado fue valorado en \$3.5 mil millones de dólares canadienses mostrando un triple crecimiento desde 2006 y superando a otros sectores del mercado agrícola; esto debido a la creciente popularidad en los productos orgánicos y por el destacado impacto de la industria a nivel mundial, fue tanta la expansión de esta práctica que para el año 2017 el mercado fue valorado en \$5.4 mil millones de dólares canadienses, convirtiéndose en el quinto más grande del mundo. (Ver Gráfica 9)

**GRÁFICA 9**  
**CRECIMIENTO DEL MERCADO ORGÁNICO EN CANADÁ**



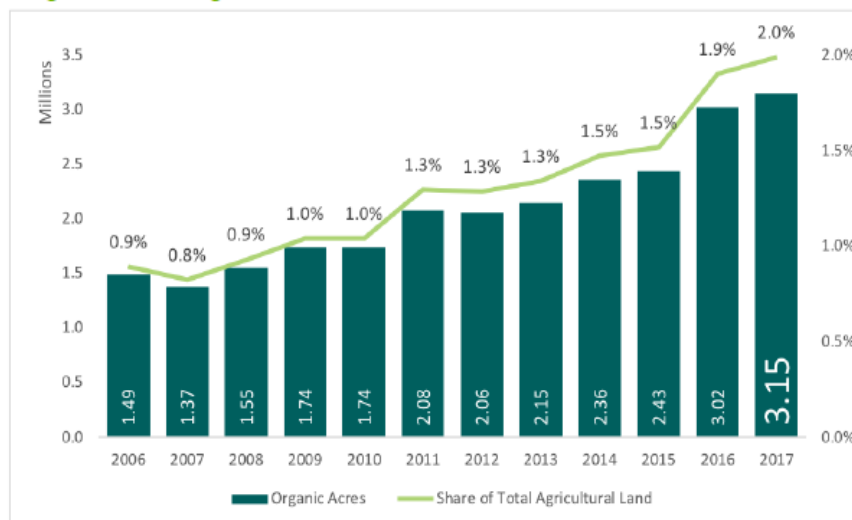
Fuente: Elaboración propia con datos de Agriculture and Agrifood Canada, AAFC en: <http://www.agr.gc.ca/eng/international-trade-of-agri-food-products/?id=1432136045585>

Respecto al total de la superficie de tierra de cultivo orgánico, esta misma ha mostrado un aumento desde que comenzó a ser rastreada a partir del 2006. De acuerdo al último estudio de *The Canadian Organic Market 2017* realizado por la COTA (Asociación de Comercio Orgánico en Canadá, *Canada Organic Trade*

Association) en Canadá existen 3.15 millones de tierras orgánicas certificadas, lo que representa un estimado del 2% sobre el total de tierras agrícolas convencionales canadienses. (Ver gráfica 10)

**GRÁFICA 10**  
**SUPERFICIE ORGÁNICA, TOTAL Y COMPARTIDA, 2006-2017**

Organic Acreage, Total & Share, 2006-2017



Fuente: Canadian Organic Trade Association COTA, (2017), Organic agriculture in Canada: by the numbers , en: [https://www.ota.com/sites/default/files/Org\\_Ag\\_Canada\\_overview\\_17.03.03-FINAL.pdf](https://www.ota.com/sites/default/files/Org_Ag_Canada_overview_17.03.03-FINAL.pdf)

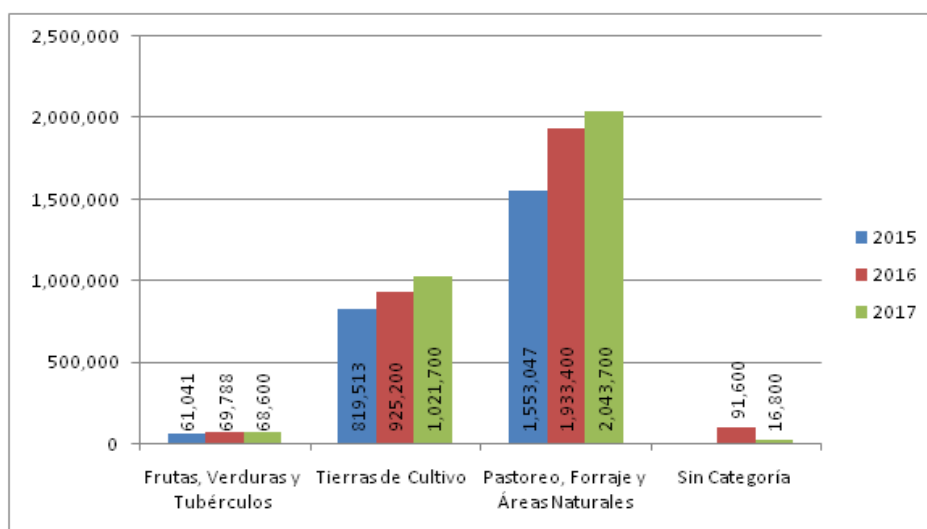
Los datos muestran un considerable incremento de hectáreas dedicadas al cultivo orgánico a lo largo de 12 años en Canadá, del 2006 hacia el 2017 se tuvo un incremento de cerca de un millón de hectáreas gracias a la introducción de grandes áreas para el pastoreo de ganado y a que existe un mayor interés por parte de los agricultores de adoptar prácticas ecológicas.

Un dato importante a resaltar es que durante el mismo periodo de tiempo, el total de las tierras agrícolas en Canadá ha tenido un decremento de cerca de un 1%, esto en gran medida como consecuencia del desarrollo urbano de las grandes

ciudades, pasando de 167 millones de hectáreas a 159 millones de hectáreas para el 2016, de acuerdo con datos obtenidos del *Census of Agriculture 2016* <sup>52</sup>.

Por su parte, la mayoría de hectáreas orgánicas canadienses son destinadas al pastoreo, forraje y espacios naturales, lo cual en el 2017 representó un total de 65%, un incremento de 1.7% con respecto al 2016, es decir se tuvo una adición de más de 30,000 hectáreas. En segundo lugar se encuentran las tierras de cultivo con una representación del 32% y en tercer lugar encontramos las frutas, verduras y tubérculos con un 2%, cabe señalar que esta categoría es un pilar fundamental en el mercado orgánico ya que es altamente valorada y es la categoría de alimentos orgánicos más comúnmente comprada por los canadienses; sin embargo la superficie de este cultivo no ha tenido un aumento en varios años . (Ver gráfica 11 )

**GRÁFICA 11**  
**SUPERFICIE DE HECTÁREAS POR CATEGORÍAS**



Fuente: Elaboración propia con datos de Canadian Organic Trade Association COTA, (2017), Organic agriculture in Canada: by the numbers , en: [https://www.ota.com/sites/default/files/Org\\_Ag\\_Canada\\_overview\\_17.03.03-FINAL.pdf](https://www.ota.com/sites/default/files/Org_Ag_Canada_overview_17.03.03-FINAL.pdf)

<sup>52</sup> Statistics Canada,(2017), *2016 Census of Agriculture*, Canadá. Recuperado el 07 de Septiembre de 2018, de : <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/170510/dq170510a-eng.pdf>

Habría que decir también, si se analiza el porcentaje de superficie orgánica por categoría de acuerdo a las regiones de Canadá, encontramos que la mayor parte de la superficie orgánica se concentra en las provincias occidentales.

Para que el lector tenga una mejor ubicación de las 13 provincias canadienses a continuación se mostrará un mapa con las regiones de Canadá. (Ver Imagen 2)

**IMAGEN 2. PROVINCIAS DE CANADÁ**



Fuente: Maps-canada-ca.com

De acuerdo a datos obtenidos por la COTA, Saskatchewan (SK) es la provincia que alberca más de un tercio de la superficie orgánica con cerca de 1,162,300 hectáreas registradas en el 2017, siendo en su mayoría para pastoreo, forraje y áreas naturales (607,900 he).

La segunda provincia con mayor superficie orgánica es Columbia Británica (BC) con un total de 794,800 he en el 2017. Un dato importante a saber es que todas las



regiones reportaron incrementos en su superficie orgánica; sin embargo Columbia Británica reportó una leve caída, pasando de un total de 843,200 he en el 2016 a 794,800 he en el 2017. La categoría de frutas, verduras y tubérculos en dicha provincia presentó una disminución de cerca de 1,500 hectáreas, pasando de 9,800 he en 2016 a 8,300 he para 2017. Las estimaciones de superficie cultivada para la provincia han sido menos estables en los últimos años, probablemente debido a cambios en la certificación de las tierras de pastoreo.<sup>53</sup>

La provincia con mayor superficie orgánica dedicada al cultivo de frutas, verduras y tubérculos es Quebec (QC) con un total de 44,500 hectáreas en el 2017, de igual manera este territorio es la principal provincia con el mayor número de productores certificados que se reportan en la categoría de frutas y verduras orgánicas.

Para un mayor análisis, en seguida se muestra un cuadro con los datos referentes al crecimiento de la superficie orgánica por región y categoría. (Ver Cuadro 10)

**CUADRO 10**  
**HECTÁREAS ORGÁNICAS POR REGIÓN Y CATEGORÍA EN CANADÁ, 2016-2017**

	Field Crops		Pasture, Forage, Green Manure & Natural Areas		Fruits, Vegetables & Root Crops		Uncategorized		Total	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
BC	8,700	14,100	738,100	762,700	9,800	8,300	86,700	9,700	843,200	794,800
AB	184,000	233,600	305,900	306,300	2,000	2,100	4,700	1,700	496,600	543,700
SK	526,900	549,900	556,600	607,900	1,900	1,900	-	2,600	1,085,500	1,162,300
MB	51,300	56,200	58,800	59,100	1,600	2,400	-	200	111,700	117,900
ON	78,000	83,100	69,400	69,500	5,300	7,200	-	1,000	152,800	160,700
QC	69,000	77,600	182,100	217,900	42,500	44,500	-	1,400	293,500	341,500
Atlantic	6,900	7,200	22,000	19,800	1,900	2,200	-	-	22,000	29,200
YT/NWT	400	100	500	400	300	100	200	-	1,400	600
Canada	925,200	1,021,700	1,933,400	2,043,700	65,300	68,600	91,600	16,800	3,015,500	3,150,800

BC : Columbia Británica, AB: Alberta, SK: Saskatchewan, MB: Manitoba, ON: Ontario, QC: Quebec, YK/ NWT : Yukón / Territorios del Noroeste

<sup>53</sup> Canada Organic Trade Association. (2017). *Organic in Canada by the numbers 2017*. Canadá . Recuperado el 13 de Septiembre de 2018, de: <https://canada-organic.myshopify.com/collections/organic-agriculture-by-the-numbers/products/organic-agriculture-by-the-numbers-2017-data>

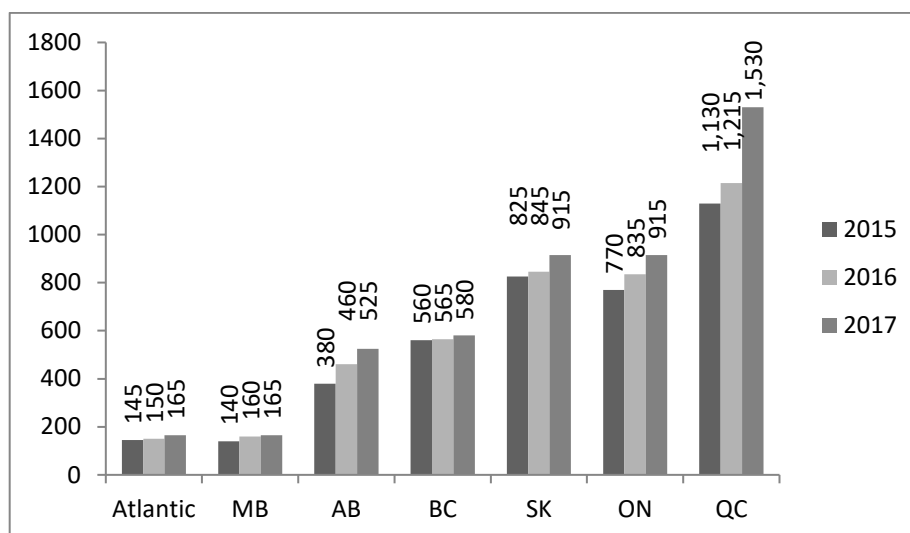
Fuente: Canadian Organic Trade Association, (2017), The State of Organics: Federal-Provincial-Territorial Performance Report 2017, en: [https://www.ota.com/sites/default/files/StateofOrganics\\_2017-FINAL2.pdf](https://www.ota.com/sites/default/files/StateofOrganics_2017-FINAL2.pdf)

Adicionalmente, por lo que se refiere al registro de productores orgánicos en Canadá de acuerdo a datos obtenidos de COG (Productores Orgánicos Canadienses, *Canadian Organic Growers*) muestran que el número de estos ha tenido un incremento a lo largo de los años debido al crecimiento que ha reportado esta gran industria, el número de productores certificados paso de 4,156 en 2016 a ser 4,800 productores en todo Canadá para el 2017.

Quebec es la región que durante varios años se ha posicionado como la primera región con el mayor número de productores, en el año 2017 se reportaron 1,500 productores, un aumento de 370 tomando como referencia el 2015, Ontario es la segunda región con un aumento de 145 desde el 2015, seguido de Saskatchewan con un aumento de 90 desde el 2015 i. (Ver Gráfica 12)

## GRÁFICA 12

## PRODUCTORES DE CANADÁ POR REGIONES, 2015-2017



\* MB: Manitoba

\* ON: Ontario

\* AB: Alberta

\* QC: Quebec

\* BC : Columbia Británica

\* SK: Saskatchewan

Fuente: elaboración propia de acuerdo a datos obtenidos en: Canadian Organic Trade Association COTA, (2017), Organic agriculture in Canada: by the numbers , en: [https://www.ota.com/sites/default/files/Org\\_Ag\\_Canada\\_overview\\_17.03.03-FINAL.pdf](https://www.ota.com/sites/default/files/Org_Ag_Canada_overview_17.03.03-FINAL.pdf)

Pese a que Quebec y Ontario tienen un alto número de productores, la superficie destinada al cultivo orgánico es pequeña. En estas regiones podemos encontrar un mayor número de productores, debido a que en su mayoría se dedican al cultivo de frutas y verduras y aquellos que son productores de granos operan en áreas de tierra más pequeñas que en las praderas. En contraste, Saskatchewan es la tercera región con mayor número de productores y cuenta con mayor superficie destinada al cultivo orgánico.

Finalmente, habría que decir también que gracias al desarrollo que ha tenido este sector en Canadá debido a la gran demanda que hoy en el país existe, el número

de procesadores, fabricantes, distribuidores y minoristas ha ido en aumento, en el 2017 la cifra se reportó con 1865 procesadores.<sup>54</sup>

Quebec es la región con el mayor número de procesadores, fabricantes, distribuidores y minoristas, aunque en el 2016 tuvo un pequeño decremento en sus cifras, pues pasó de tener 725 personas dedicadas a este sector y para 2016 se tuvo un registro de 705 procesadores, la segunda región con mayor número de procesadores es Ontario con 510 personas.

Los gobiernos federales y provinciales en Canadá financian la investigación agrícola, tanto en sus propios centros de investigación, como a través de subvenciones a las universidades, centros de investigación y otras organizaciones. La tendencia reciente en las provincias es organizar la extensión en forma de programas específicos diseñados para proporcionar capacitación, educación y planificación de la gestión agrícola.

### **3.2 Características del comercio exterior de Canadá con respecto a los productos orgánicos.**

Tanto en el campo comercial, como en el económico, financiero, político y social, el Comercio Internacional ha alcanzado un nivel de desarrollo tan alto, que se ha vuelto parte fundamental e indispensable de la carta de presentación de cada uno de los países partícipes en el comercio mundial.

Los principales datos de comercio exterior son indicadores ampliamente conocidos, y que definen en gran medida el nivel de internacionalización de una economía o país. En esta sección se exponen indicadores básicos del comercio

---

<sup>54</sup> Procesadores: En general son empresas pequeñas y medianas que han sido pioneros en el procesamiento y la fabricación de los productos orgánicos y están ubicadas cerca de la comunidad agrícola.

respecto al crecimiento y desarrollo que han tenido las importaciones y exportaciones de productos agrícolas orgánicos en Canadá.

### 3.2.1 Importaciones.

Las condiciones climáticas que enfrenta Canadá y sobre todo el prolongado invierno, son las principales causas respecto a las limitaciones en el abastecimiento de producción agrícola durante el año, es por eso que depende de las importaciones para poder subsistir. Pese a que ocupa el 11vo lugar respecto al área de cultivo orgánico más grande es un país altamente dependiente de productos de origen tropical, además el cultivo de otros productos es limitado pues la producción local finaliza cuando la temperatura cae bajo 0 grados centígrado, esto puede ocurrir en noviembre o diciembre y se extiende hasta abril. Debido a la baja producción de cultivo orgánico se estima que las importaciones representan el 80% de las ventas de alimentos y bebidas orgánicas en el país.

Con objeto de presentar los datos referentes a las importaciones de productos orgánicos a Canadá es de suma importancia tener presente que son los Códigos de Sistema Armonizado (SA). Las compañías que exportan sus productos a mercados extranjeros necesitan tener un Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. El Sistema Armonizado es un sistema normalizado de codificación de términos y números que se emplea en el comercio internacional para clasificar las mercancías, más de 200 países que participan en alrededor del 98 % del comercio mundial emplean el SA para establecer sus tarifas aduanales y la recopilación de datos y estadísticas sobre el comercio internacional.<sup>55</sup>

La clasificación de mercancías del Arancel Aduanero de Canadá emplea el Sistema Armonizado, el cual consiste en alrededor de 10,000 números de

---

<sup>55</sup> TFO Canadá, (2012), Exportando a Canadá, Recuperado el 04 de octubre de 2018, de: <http://www.tfocanada.ca/global/File/APR%20-%20JUNE%202012%20SPANISH%20FINAL.pdf>

codificación; sin embargo, actualmente existen solamente 68 partidas arancelarias legalmente reconocidas con certificación orgánica por el gobierno canadiense.

Lo señalado anteriormente implica que los datos obtenidos de las importaciones canadienses están limitados a un reducido grupo de productos orgánicos certificados. Cabe señalar que existen productos que declaran tener contenido orgánico, empero son importados sin distinción orgánica puesto que no tienen partidas arancelarias asignadas. Un claro ejemplo son los textiles orgánicos (uso del algodón orgánico cultivado en tierras certificadas libres de sustancias tóxicas) o productos orgánicos para el cuidado personal (cremas, shampoo, pasta, etc.) los cuales no tienen una regulación en Canadá.

De acuerdo a las consideraciones anteriores, información obtenida de *Statistics Canada* muestra un registro de importaciones por un valor total de CA \$672 millones en el 2017, esto con respecto a los 68 productos orgánicos codificados. En comparación con el año 2016 Canadá importó CA \$637 millones, aunque en este año se tuvo una disminución de cerca de 15 millones de dólares con respecto al 2015 (CA\$652 millones). Pese a que hubo un retroceso en valor del año 2012 al 2015 hubo un aumento de cerca de un 37%, pasando de CA\$472 millones a CA\$652 millones. (Ver Cuadro 11 )

### CUADRO 11

#### VALOR Y VOLÚMEN DE LAS IMPORTACIONES DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN CANADÁ

	2012	2013	2014	2015
Value (million Canadian dollars)	476.8	505.0	576.6	652.4
Volume* (millions metric tons)	181.1	194.0	194.1	197.9

\* Excluding milk

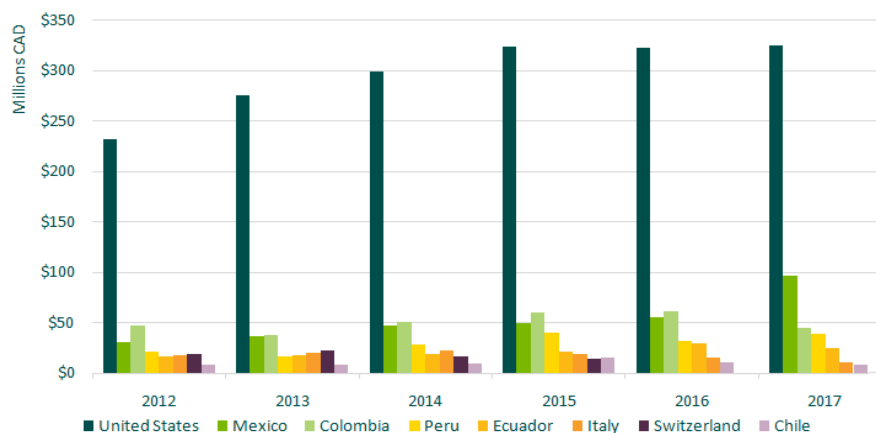
Fuente: Canadian Organic Trade Association COTA, (2017), Organic agriculture in Canada: by the numbers , en: [https://www.ota.com/sites/default/files/Org\\_Ag\\_Canada\\_overview\\_17.03.03-FINAL.pdf](https://www.ota.com/sites/default/files/Org_Ag_Canada_overview_17.03.03-FINAL.pdf)

Las importaciones de comida orgánica certificada fueron abastecidas por 127 países entre el 2012 y el 2016 , entre ellos se encuentran Estados Unidos, Colombia, México, Perú, Ecuador, Italia y Suiza quien desde el 2012 han sido los principales países proveedores.

De acuerdo a datos de COTA, *Statistics Canada and CATSNET Analytics*, Canadá importó en el 2012 CA \$30.79 millones en productos orgánicos mexicanos, para el 2015 la cifra pasó a CA \$49.33 millones y hacia el 2017 CA \$96.22 millones, es decir en un lapso de 2 años las importaciones mexicanas pasaron a crecer cerca de un 50 %. (Ver Gráfica 13)

GRÁFICA 13

### VALOR DE LAS IMPORTACIONES DE PRODUCTOS ORGÁNICOS POR PAÍS DE ORIGEN EN CANADÁ, 2012-2017



Fuente: *Statistics Canadá, CATSNET Analytics & COTA, (2018), The Canadian Organic Landscape, en: <https://www.certifiedorganic.bc.ca/infonews/conference2018/presentations/GettingToKnowYourCanadianOrganicMarket.pdf>*

Desde otro punto, Canadá goza de un superávit comercial sustancial con los EE.UU, este país ha mantenido durante muchos años el papel como líder exportador de productos orgánicos hacia Canadá, pues abastece más de la mitad (51 %) de las importaciones orgánicas hacia este país.<sup>56</sup>

<sup>56</sup> Willer, H., Lernoud, J., (2017), *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2017*, Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and IFOAM. , Recuperado el 11 de Marzo de 2019, de : <https://shop.fibl.org/CHde/mwdownloads/download/link/id/785/?ref=1>

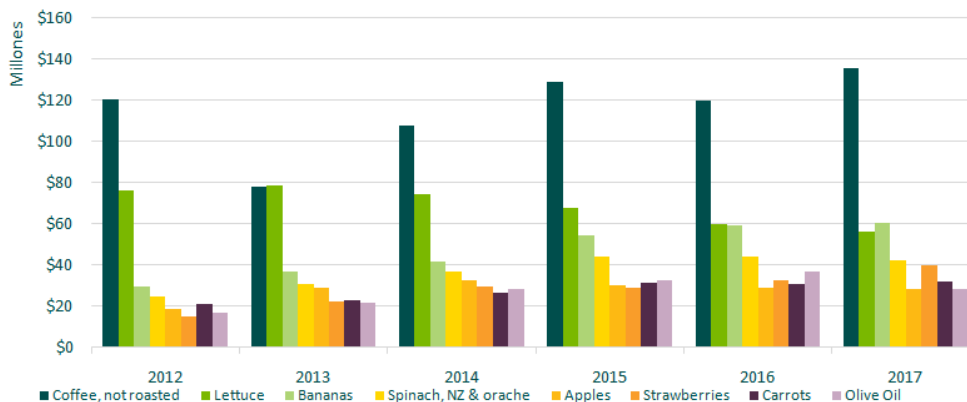
Como se mencionó anteriormente, las importaciones de productos orgánicos en Canadá se identifican en 68 partidas arancelarias. Ahora bien, los principales productos importados corresponden 3 categorías de partidas arancelarias:

1. Frutas frescas orgánicas
2. Vegetales orgánicos
3. Café y té orgánico

Para 2017, las principales importaciones orgánicas rastreadas por COTA, por valor fueron; el café no tostado con CA \$135 millones, la lechuga con CA \$ 56 millones y bananas con CA \$60 millones. El café no tostado ha sido el mayor producto importado desde el 2012, en la siguiente gráfica se puede observar que las importaciones han sobrepasado durante 5 años los CA \$100 millones de dólares, a excepción del 2013. ( Ver Gráfica 14)

GRÁFICA 14

### VALOR DE LAS PRINCIPALES IMPORTACIONES DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN CANADÁ, 2012-2017



Fuente: : *Statistics Canadá, CATSNET Analytics & COTA, (2018), The Canadian Organic Landscape, en: <https://www.certifiedorganic.bc.ca/infonews/conference2018/presentations/GettingToKnowYourCanadianOrganicMarket.pdf>*



Otros productos mayoritariamente importados son las espinacas, manzanas, fresas, zanahorias y aceite de oliva, sin embargo existen otros productos dentro de las 68 partidas arancelarias importadas como; arándanos, uvas, frambuesas y moras , limón, papaya, piña, peras, zanahorias , broccoli, pimiento, espinaca, rábano, jitomate, aguacate, berenjena, tomate cherry, café orgánico tostado y molido, té, entre otros.

En términos de las importaciones de productos orgánicos por provincia, Ontario, British Columbia, Quebec y Alberta concentran el 98 % del total de las importaciones certificadas, lo que representó por valor US \$501,5 millones en 2015. Las provincias restantes representan solamente el 2% de las importaciones - Manitoba, New Brunswick, Saskatchewan, Nova Scotia y Yukon. Ontario se caracteriza por ser la principal provincia importadora con compras por US \$234,57 millones (45,8%); seguida por British Columbia que importa US \$162,42 millones (31,7%), Quebec que compra US \$59,56 millones (11,6%) y Alberta con importaciones por US \$44,95 (8,8%).<sup>57</sup>

En definitiva Canadá es una muy buena oportunidad para aquellos productores, procesadores, fabricantes o comercializadores que deseen penetrar el mercado, pues los datos anteriormente mostrados comprueban que el mercado canadiense sigue en constante crecimiento y que existen diversos productos que son muy bien aceptados con un buen potencial de suministro hacia el mercado.

### **3.2.2 Exportaciones.**

La prosperidad del sector depende de su capacidad de ser productivo y competitivo, aunque Canadá se ha vuelto más competitivo en la exportación neta de varios productos agrícolas convencionales y orgánicos, continúa manteniendo una balanza comercial negativa.

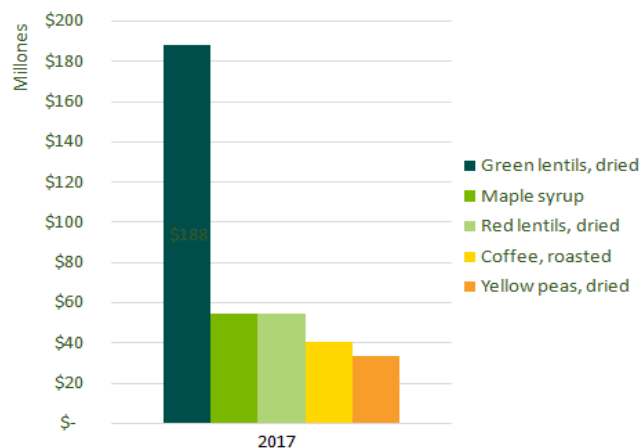
---

<sup>57</sup> TFO Canadá, (2015), *El mercado canadiense. Oportunidades para Colombia*. Recuperado el 05 de Noviembre de 2018, de:<http://www.fedeorganicos.com/wp-content/uploads/2016/08/EXPORTE%20ORGANICOS%20A%20CANADA-ROBERTO%20MOSSERES.pdf>

Según cifras reportadas por el último análisis de la COTA en el año 2017 Canadá exportó 17 productos orgánicos por un valor de CA \$402 millones los cuales pertenecen a las partidas arancelarias legalmente reconocidas con certificación orgánica por el gobierno de Canadá. Entre los productos exportados más importantes por valor se encuentran; las lentejas verdes, por un total de CA \$188 millones, seguidos del jarabe de maple (CA \$54 millones), lenteja roja (CA \$54 millones), café tostado (CA \$40 millones) y las arvejas amarillas (CA \$34 millones) (Ver Gráfica 15 )

### GRÁFICA 15

#### VALOR DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS ORGÁNICOS DE EXPORTACIÓN, 2017



Fuente: : *Statistics Canadá, CATSNET Analytics & COTA, (2018), The Canadian Organic Landscape, en: <https://www.certifiedorganic.bc.ca/infonews/conference2018/presentations/GettingToKnowYourCanadianOrganicMarket.pdf>*

Canadá produce y exporta una gama completa de alimentos orgánicos frescos, congelados y procesados, desde fruta y jugos de fruta (en una mínima cantidad)

hasta leguminosas, también trigo, avena, guisantes y cereales, licuados de fruta, mantequillas de nueces, hierbas y especias, entre otros.<sup>58</sup>

La mayor parte de la producción orgánica canadiense se exporta al mercado de Estados Unidos, en promedio del 2013 al 2016 las exportaciones canadienses de productos orgánicos al mercado estadounidense tuvieron un valor de US\$ 50 millones, y entre los productos más destacados de exportación se encontraron las lentejas, cereales, maple y la soya.<sup>59</sup> Para el año 2017 el valor de las exportaciones hacia Estados Unidos creció hasta llegar a los CA \$177 millones.

En este mismo contexto, las demás exportaciones de este país van dirigidas hacia India (CA\$107 millones), Argelia (CA\$59 millones), Alemania (CA\$ 51 millones), China (CA \$49 millones) y Marruecos (CA \$41 millones) , los cuales son países que representan en su mayoría los principales mercados a los que exporta Canadá.

### **3.3 Perfil del consumidor canadiense y análisis de la demanda.**

La demanda del mercado orgánico canadiense se encuentra determinada por tendencias entre factores demográficos propios de la sociedad canadiense y por factores que definen la compra de alimentos orgánicos como el estilo de vida, las actitudes, percepciones, la situación económica, la frecuencia de compras, etc. los cuales delimitan principalmente el comportamiento del comprador canadiense.

Dentro de los factores demográficos encontramos que los compradores canadienses se caracterizan por tener una mayor diversidad étnica, es decir en su mayoría son compradores no caucásicos, cuentan con educación superior , viven

---

<sup>58</sup> Agriculture and Agri-Food Canada, (s.f), *Los alimentos orgánicos Canadienses*. Recuperado el 06 de Noviembre de 2018, de : <http://www.agr.gc.ca/resources/prod/Internet-Internet/MISB-DGSIM/ATS-SEA/PDF/4704-spa.pdf>

<sup>59</sup> Organic Trade Association, The Ohio State University, (2017), *U.S Organic Trade Data:2011-2016*, Recuperado el 18 de Noviembre de 2018, de: [https://ota.com/sites/default/files/indexed\\_files/OTATradeReport\\_10-30-2017.pdf](https://ota.com/sites/default/files/indexed_files/OTATradeReport_10-30-2017.pdf)

principalmente en áreas urbanas, ciudades grandes o medianas, y se encuentran en todos los estratos socioeconómicos, en zonas de ingresos medios y altos, y abarcan todos los grupos de edades.

Acorde con la OFC (*Federación Orgánica de Canadá, Organic Federation of Canada*) en el 2017 un 66% de consumidores compró alimentos orgánicos una vez por semana, un aumento del 10% si se compara al 2016 con una tasa de frecuencia de compra del 56%. Esto representa que cada día un mayor porcentaje de personas dedican una parte de su ingreso a la compra de productos orgánicos.

Poco más del 70 % de los canadienses que perciben un nivel de ingresos de cerca de CA \$100,000 anuales, compra semanalmente productos orgánicos y un 67% de canadienses con ingresos que rondan los CA \$60-100K anuales compra productos orgánicos semanalmente, de acuerdo al siguiente cuadro. (Ver Cuadro 12 )

**CUADRO 12**  
**PORCENTAJE DE CANADIENSES QUE COMPRAN PRODUCTOS ORGÁNICOS SEMANALES POR INGRESOS**

<b>NIVEL DE INGRESOS</b>	<b>2017</b>
\$100K	70%
\$60K - \$100K	67%
\$40K-\$60K	61%
<\$40 k	64%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Organic Federation of Canada OFC & Canada Organic Trade Association, COTA*, en: [https://www.canada-organic.ca/sites/default/files/digital\\_2017\\_cota\\_annual\\_report.pdf](https://www.canada-organic.ca/sites/default/files/digital_2017_cota_annual_report.pdf)

En Canadá así como en diversos países existe una relación directa entre la educación y las compras de orgánicos. En el año 2017 la COTA registró que cerca de un 78 % de compradores orgánicos cuentan con título universitario, esto indica claramente que quienes consumen productos agroecológicos pertenecen a los

segmentos con mayor nivel educativo y por lo tanto cuentan con una mejor remuneración en comparación con el resto de la población.

Existen estudios que demuestran que las ventas de orgánicos son más altas en las ciudades donde la tasa per cápita de educación universitaria tiende a ser más alta, por el contrario en los suburbios se presentan menores niveles de ventas de orgánicos debido a que tienen niveles de educación más bajos, menores ingresos económicos y por lo tanto un menor nivel de gasto doméstico.

En este mismo sentido, las mayores compras orgánicas se dan, como se había mencionado anteriormente, en ciudades grandes o medianas. Ejemplo claro es la provincia de Alberta, la cual en el año 2017 tuvo un mayor consumo de productos con el 74%, seguido de Columbia Británica con 69%, Quebec con 65 %, Terranova y Labrador con 64%, Ontario con 63% y Manitoba con 62%.<sup>60</sup>

Dentro de las provincias anteriormente mencionadas podemos encontrar a los compradores no caucásicos los cuales se destacan por ser más propensos a adquirir estos productos, estos compradores destinan una elevada suma en compras de comestibles orgánicos semanalmente, generalmente cuentan con una educación de nivel superior lo que hace posible destinar una parte de su salario al gasto en adquirir productos saludables y orgánicos.

Las compras de productos orgánicos por grupos de edades muestran que todos los segmentos adquieren comestibles orgánicos en Canadá, en cuanto a las estadísticas por género, en Canadá el 71% de la población femenina compra regularmente más orgánicos que los hombres con un 69%, sin embargo este último grupo a lo largo del tiempo ha mostrado interés en la compra de dichos productos y por lo tanto ha presentado variaciones en su crecimiento.

En este aspecto, es importante mencionar que el grupo que ha incrementado su nivel de compras orgánicas durante los últimos años ha sido el de personas que

---

<sup>60</sup> Loftsgard, T. , (2018), *The Canadian Organic Landscape* . Recuperado el 18 de Noviembre de 2018 , de : <https://www.certifiedorganic.bc.ca/infonews/conference2018/presentations/GettingToKnowYourCanadianOrganicMarket.pdf>

rondan de los 18 a los 34 años de edad, los llamados “*Millennials*”, seguido del grupo entre los 35 y 44 años de edad, aunque de igual manera el grupo de personas conformadas de los 65 años en adelante ha ido incrementado su nivel de compras. Hay que recordar que la población canadiense está envejeciendo rápidamente y este grupo de consumidores es considerado como un grupo relativamente adinerado, bien educado y con disposición a gastar dinero en alimentos que consideran más saludables y con ingredientes de calidad.

Los consumidores *Millennials* entre 18 y 34 años es la generación de consumidores más grandes que actualmente existe en Canadá, diversas investigaciones han demostrado que los jóvenes están cambiando la tendencia del consumo alimenticio, hoy en día los consumidores se están orientando a productos naturales, más sostenibles y menos tóxicos. El grupo de los *millennials* son muy criticados por su necesidad de crear vínculos con la tecnología y los teléfonos inteligentes; sin embargo, una de sus mayores cualidades se basa en el deseo de transformar el mundo en un sitio donde no existan divergencias, al mejorar el medio ambiente con el fin de lograr una vida pura y sin riesgos para la comunidad<sup>61</sup>. Cabe agregar, que esta generación ha sido pieza clave para el crecimiento del sector orgánico, pues tan solo en el 2017 el 83% de los *millennials* compró alimentos y bebidas de origen orgánico en Canadá, el nivel más alto de todas las generaciones.

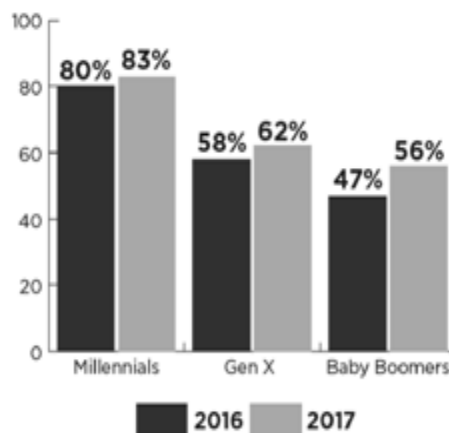
Adicionalmente, los consumidores pertenecientes a la “*Generación X*”, (individuos entre los 38 y 49 años de edad), han presentado un interés por consumir orgánico, llegando a representar un 62% del total compras orgánicas. Algo semejante ocurre con la generación de los “*Baby Boomers*”, (personas entre los 50 y 70 años), solo que a diferencia de las demás generaciones esta ha presentado un mayor crecimiento, estos consumidores relativamente son más adinerados y con una buena disposición al comprar alimentos con ingredientes de calidad y

---

<sup>61</sup> Peñalosa M., López D. M.,(2016), *La generación de los millennials frente al consumo socialmente responsable*. Recuperado el 09 de Noviembre de 2018, de: <https://www.redalyc.org/pdf/4096/409650120008.pdf>

saludables, por esta razón las compras se dispararon entre los años 2016 y 2017, pasando de un 47% a un 56% en el 2017. (Ver gráfica 16)

**GRÁFICA 16**  
**PORCENTAJE DE COMPRADORES POR GENERACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS, 2016-2017**



Fuente : *Canada Organic Trade Association, COTA, (2017), Anual Report 2016-2017*, en [https://www.canada-organic.ca/sites/default/files/digital\\_2017\\_cota\\_annual\\_report.pdf](https://www.canada-organic.ca/sites/default/files/digital_2017_cota_annual_report.pdf)

Teniendo en cuenta que la generación *millennial* continúa en crecimiento, un punto importante a considerar es que a medida que más miembros de esta generación se vuelvan padres de familia, su presencia y poder de demanda en el mercado orgánico se volverá más grande. Tener hijos cambia los valores, prioridades e inclusive el comportamiento de compra, y esto mismo pasa con el consumidor orgánico, las preocupaciones sobre los efectos de los pesticidas sobre salud de los hijos de esa persona, junto con la preferencia de evitar alimentos procesados son razones para alentar la compra de productos orgánicos. Este tipo de comprador se caracteriza por buscar activamente opciones saludables y nutritivas para ellos y para sus hijos.

En Canadá, pese a que los hogares sin hijos concentran el 64% de las compras del mercado orgánico, los hogares con hijos van en crecimiento representando un

72%. Este último segmento, conformado por familias con hijos ha generado un mayor nivel de compras de productos orgánicos, de hecho según datos por la CFIA (Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos , *Canadian Food Inspection Agency*) los alimentos para bebés han registrado un crecimiento de cerca del 60% en el 2017 y a su vez la comida dirigida hacia los niños también se encuentra entre las categorías más importantes para la compra orgánica.

Los compradores orgánicos con hijos ya están transmitiendo sus hábitos orgánicos a la próxima generación, en los próximos 10 años se espera ver una oleada de nuevos consumidores; los padres del milenio del mañana y sus hijos.

En relación a las preferencias del consumidor canadiense se puede decir que el comprador busca que los productos alimenticios y las bebidas cumplan diversas características, entre ellas:

- El comprador orgánico es exigente pues gusta de informarse, realizar contrastes y comparaciones de la calidad del producto, su origen, composición y precio.
- Es obligatorio que los productos contengan un cúmulo importante de información nutricional, y que las etiquetas contengan la información en los dos idiomas oficiales de Canadá, inglés y francés.<sup>62</sup>
- Al consumidor le resulta especialmente atractivo un producto con una presentación excelente y de envasado sencillo, cómodo y biodegradable.
- El consumidor canadiense valora positivamente la compra de productos orgánicos importados, siempre y cuando cumplan con la correspondiente certificación y cumplan con las normas establecidas por el gobierno canadiense.
- Mantiene muy altas las expectativas y valora mucho el servicio de venta y posventa de alta calidad.

---

<sup>62</sup>S.A, (2011), *Estudio de posicionamiento estratégico en internacionalización de la Euroregión Galicia –Norte Portugal : El mercado Agroalimentario de la Euroregión en Canadá*. España. Fondo Europeo de Desarrollo Personal. , Recuperado el 25 de Diciembre de 2018 , de :<https://www.clusteralimentariodegalicia.org/images/editor/86129397-canada.pdf>



### 3.3.1 Determinantes del comportamiento de compra.

La supervivencia es la búsqueda de una vida mejor y para los canadienses la posibilidad de una vida mejor tiene respuesta en la alimentación.

En Canadá poco a poco se ha ido generando una conciencia de consumir orgánico. Desde el punto de vista del consumidor, la producción y el consumo está estrechamente relacionado con tres aspectos fundamentales: medio ambiente, salud y bienestar animal.

Existen valores que se han relacionado con el consumo de alimentos orgánicos, enseguida se hará mención de los principales:

**Seguridad:** La creciente conciencia sobre la seguridad alimentaria está relacionada con los riesgos potenciales asociados a los métodos empleados en la producción y procesamiento de los alimentos. Los consumidores buscan la garantía de que los productos alimenticios que adquieran sean seguros, nutritivos y salubres, y que los métodos empleados cumplan con las normas mínimas de calidad. Diversos estudios han mostrado que la salud, la cual está relacionada con la seguridad alimentaria, es el motivo más fuerte para comprar orgánicos.

**Hedonismo:** Placer y gratificación sensual para uno mismo. El buen gusto es el criterio de compra más importante para comprar productos orgánicos.<sup>63</sup> Este factor es importante para persuadir a las personas que prueben alimentos orgánicos por primera vez y alentar su consumo en el futuro.

**Universalismo:** Esto implica comprensión, apreciación, tolerancia y protección para el bienestar de todas las personas y para la naturaleza.<sup>64</sup> Existen estudios que

---

<sup>63</sup> Magnusson, M.K., Arvola, (2003), Choice of organic foods is related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behaviour, *Appetite*, Vol. 40 No. 2, pp. 109-17

<sup>64</sup> Thøgersen, J. and Olander, F. (2003), Spillover of environment-friendly consumer behaviour", *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 23 No. 3, pp. 225-36.

apoyan el hallazgo de que la propensión a comportarse de una manera respetuosa con el medio ambiente se relaciona más con la ética de ser “*eco-friendly*”. Conforme la producción orgánica resulte ser más respetuosa con el medio ambiente en algunos aspectos, más personas estarán alentadas a consumir estos productos.

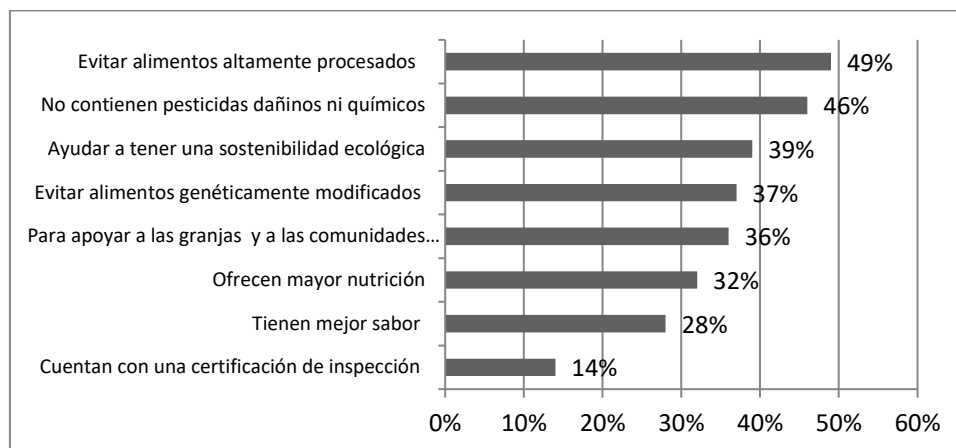
Un creciente número de consumidores en Canadá manifiesta estar comprometido con tener una vida saludable, de hecho *Statistics Canada* afirma que el 91% de los consumidores canadienses cree que comer bien es fundamental para estar sano y un 86 % escoge la comida orgánica como su principal enfoque hacia preservar la salud .

Respecto a las motivaciones que influyen el comportamiento de compra y que impulsan la creciente demanda de alimentos orgánicos en Canadá, datos recabados por la COTA “*Consumer Ipsos Poll 2016*” destacaron como principales motivaciones para la compra de orgánicos; el evitar el consumo de alimentos procesados, además de la ausencia de sustancias químicas, antibióticos y hormonas, la percepción de compra un producto saludable, la utilización de tecnologías amigables con el medio ambiente y las propiedades sensoriales, como el sabor, el olor o la sensación, son aspectos relevantes para la compra de orgánicos. Por otra parte, la escalada general en la atención de los medios de comunicación sobre temas ambientales ha ayudado en la generación de una mayor conciencia ambiental entre la población.

Se debe agregar que el apoyo a granjas y a comunidades rurales donde se da el cultivo de orgánicos es otra motivación. Finalmente la garantía de que los alimentos sean salubres y que cumplan con las normas mínimas de calidad hace que el consumidor tenga la confianza y se vea animado a adquirir productos orgánicos.

## GRÁFICA 16

## MOTIVACIONES PRINCIPALES DE LOS CANADIENSES PARA CONSUMIR PRODUCTOS ORGÁNICOS



Fuente: elaboración propia con datos de Canada Organic Trade Association, COTA, (2017), *Annual Report 2016-2017*, en [https://www.canada-organic.ca/sites/default/files/digital\\_2017\\_cota\\_annual\\_report.pdf](https://www.canada-organic.ca/sites/default/files/digital_2017_cota_annual_report.pdf)

Existen además factores que influyen en las decisiones de compra de productos orgánicos como la percepción de relación de calidad-precio, la recomendación por parte de un amigo o familiar o de un profesional de la salud, promociones y cupones, la marca, páginas web, revistas y redes sociales relacionadas al cuidado de la salud, el empaque y la publicidad masiva son herramientas que han hecho que los canadienses estén más atentos a la información de orgánicos y nuevos productos.<sup>65</sup>

De la misma forma existen razones que previenen a los consumidores de adquirir un producto como; la percepción de que es un producto de alto costo, la falta de un valor percibido, la falta de confianza, calidad deficiente, incomprensión del proceso productivo y disponibilidad limitada en su comercialización.

<sup>65</sup> Rod, M., Nestour, N., Rojas, J. (2015), *Understanding attitude and behaviour of canadian consumers toward organic wine*, Recuperado el 15 de Noviembre de 2018, en: [https://www.researchgate.net/publication/273895268\\_Understanding\\_Attitude\\_and\\_Behavior\\_of\\_Canadian\\_Consumers\\_Toward\\_Organic\\_Wine](https://www.researchgate.net/publication/273895268_Understanding_Attitude_and_Behavior_of_Canadian_Consumers_Toward_Organic_Wine)

Los exportadores deben tener en cuenta que los comportamientos de compra varían regionalmente y que los importadores canadienses colocan los productos orgánicos en mercados cuyos consumidores tienen percepciones que cambian por provincia. En Ontario, por ejemplo, las decisiones de compra se toman con base en el valor del producto orgánico, mientras que los compradores en Quebec y las provincias Atlánticas -New Brunswick, Prince Edward Island, Nova Scotia, Newfoundland y Labrador– son más perceptivos a las estrategias de marketing que los compradores en las Praderas Canadienses -Alberta, Saskatchewan y Manitoba<sup>66</sup>, aunque la buena experiencia con un producto o en un lugar de compra genera recomendaciones, esto al igual es un factor que influye en todas las provincias de Canadá, como motivante en la adquisición de productos orgánicos.

### **3.4 Acceso de productos agrícolas orgánicos al mercado canadiense.**

Actualmente el interés hacia productos orgánicos ha potencializado su demanda a nivel global y Canadá no es la excepción, el crecimiento en la demanda hacia estos productos ha ocasionado una mayor dependencia hacia las importaciones. La CFIA estima que cerca del 80 % de las ventas de productos orgánicos en el mercado corresponden a productos importados, lo que demuestra un gran potencial de exportación hacia este país, sin embargo se debe de considerar que el sistema de estándares de calidad de productos alimenticios en Canadá son de los rublos más regulados que existen en el país, su cumplimiento se exige tanto a los productos nacionales como los internacionales.

Aquellos productores o exportadores de alimentos agrícolas orgánicos que deseen comercializar sus productos al mercado canadiense deberán estar sujetos al cumplimiento de diversas leyes y reglamentos que buscan proteger la salud

---

<sup>66</sup> TFO Canadá, (2015), *El mercado canadiense. Oportunidades para Colombia*. Recuperado el 05 de Noviembre de 2018, de : <http://www.fedeorganicos.com/wp-content/uploads/2016/08/EXPORTE%20ORGANICOS%20A%20CANADA-ROBERTO%20MOSSERES.pdf>

humana, animal y vegetal así como la garantía de la calidad en los alimentos en dicho país.

En Canadá, a partir del 30 de Junio del 2009 se estableció un sistema de regulación para los productos orgánicos llamado *Canada Organic Regime*, (COR) el cual determina que todos los productos que sean declarados orgánicos, tanto los productos agrícolas como los procesados, domésticos o importados, están obligados a cumplir con: <sup>67</sup>

- La Reglamentación de Productos Orgánicos (*Organic Products Regulations, OPR*),
- La Ley de Alimentos y Medicamentos (*Food and Drugs Act*) y
- La ley de Empaque y Etiquetado para el Consumidor (*Consumer Packaging and Labelling Act*) y sus regulaciones (*Regulations*)

En complemento, la CFIA es la responsable de supervisar y hacer cumplir las políticas y regulaciones establecidas por el Régimen Orgánico de Canadá. Esta Agencia es la encargada de velar por la calidad e inocuidad de los alimentos que se comercializan en Canadá, sean o no orgánicos.

Entre sus objetivos podemos encontrar <sup>68</sup> :

- Acreditar organismos de certificación
- Ajustar las normas federales para el régimen orgánico de Canadá.
- Establecer acuerdos de equivalencia orgánica con otros países
- Determinar el cumplimiento de las normas oficiales canadienses o la conformidad con las normas canadienses, las normas internacionales u otras especificaciones
- Monitorizar los organismos de certificación acreditados

---

<sup>67</sup> Canadian Food Inspection Agency,(2019), *Canada Organic Regime Operating Manual*, Recuperado el 24 de Noviembre de 2018, de: <http://www.inspection.gc.ca/food/organic-products/certification-and-verification/operating-manual/eng/1389199079075/1544800597955?chap=2>

<sup>68</sup> Canadian Food Inspection Agency , (2019), *Regulating Organic Products in Canada*, Recuperado el 24 de Noviembre de 2018, de: <http://www.inspection.gc.ca/food/general-food-requirements-and-guidance/organic-products/regulating/eng/1328082717777/1328082783032>

- Verificar que los operadores produzcan productos orgánicos de acuerdo con los Estándares Orgánicos de Canadá
- Emitir certificados para productos orgánicos, así como para las actividades de empaquetado y etiquetado al cumplir con los estándares orgánicos canadienses.

En otras palabras la CFIA realiza acciones de registro, inspección y vigilancia que tienen por objetivo la seguridad alimentaria, la protección al consumidor y el mercado justo.

Por último la CBSA (*Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá* , *Canadian Border Service Agency*) es la responsable de inspeccionar las importaciones de insumos y bienes agrícolas de acuerdo a los requisitos de las siguientes leyes:

- **Ley de Alimentos y Medicamentos (*Food and Drugs Act*)**<sup>69</sup>: Como se mencionó anteriormente esta ley es aplicada por la CFIA y contiene las regulaciones generales para la comercialización de alimentos, así como de ciertos requisitos para la importación y exportación de alimentos, normativa de etiquetado, entre otros.
- **Ley de Productos Agrícolas en Canadá (*Canada Agricultural Products Act*)**<sup>70</sup>: Esta ley contiene las principales regulaciones en cuanto a estándares de calidad, normativa de etiquetado de productos agrícolas , regulación de productos agrícolas entre otros.
- **Ley de Empaque y Etiquetado para el Consumidor (*Consumer Packaging and Labelling Act*)**<sup>71</sup> En esta ley se encuentran las regulaciones en materia de empaque y etiquetado, como las normas generales de

---

<sup>69</sup>Government of Canada, (2019), *Food and Drugs Regulation*, Recuperado el 13 de Octubre de 2018, de: [https://lawslois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C.,\\_c.\\_870/FullText.html](https://lawslois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C.,_c._870/FullText.html)

<sup>70</sup>Government of Canada , (2019), *Canada Agricultural Product Act* , Recuperado el 10 de Octubre de 2018, de: <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/C-0.4/FullText.html>

<sup>71</sup>Government of Canada, (2019), *Consumer Packaging and Labelling Act*, Recuperado el 4 de Noviembre de 2018, de: <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/C-38/FullText.html>

etiquetado, etiquetado nutricional, etiquetado orgánico, prohibiciones y castigos , entre otros.

Los productores y exportadores que primero hayan aprobado las normas y reglamentos orgánicos en su propio país y que posteriormente estén interesados en llegar al mercado canadiense tendrán que cumplir con las normas del país importador.

Hemos visto que existen reglamentos detallados que regulan la producción, comercialización, importación y etiquetado los cuales serán de utilidad al exportador para guiarse sobre la reglamentación necesaria para penetrar el mercado canadiense.

#### **3.4.1 Certificación.**

La protección del consumidor contra prácticas fraudulentas es un tema muy importante y serio para el gobierno canadiense y se garantiza mediante la certificación y la inspección.

La certificación orgánica es el procedimiento mediante el cual los organismos oficiales de certificación, o los organismos de certificación oficialmente reconocidos, garantizan por escrito o por un medio equivalente que los alimentos o los sistemas de control de alimentos se ajustan a los requisitos.<sup>72</sup>Dicho de otra manera, la certificación es el reconocimiento de que esos productos son producidos de conformidad con las normas de producción orgánica que establece cada país.

En Canadá por ejemplo, la certificación es obligatoria para los productos cuyas etiquetas, publicidad, presentaciones, documentos o lista de ingredientes incluyan términos como “orgánico”, “biológico” o “ecológico” y deben cumplir con las

---

<sup>72</sup>Organización Mundial de la Salud (FAO) y Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), (2007), *CODEX Alimentarius. Alimentos Producidos Orgánicamente*. (3ra. Edición), Roma. Recuperado el 28 de Septiembre de 2018, de : <http://www.fao.org/docrep/pdf/010/a1385s/a1385s00.pdf>

correspondientes reglamentaciones y estándares que el gobierno de Canadá demanda.

En el 2015 se establecieron los Estándares Orgánicos Canadienses (*Canadian Organic Standards*, COS) los cuales son un conjunto detallado de principios, directrices y un listado de sustancias permitidas que se utilizan en el proceso de certificación orgánica<sup>73</sup>. Para ser más específicos, estos estándares están destinados a la certificación y regulación con el motivo de prevenir prácticas engañosas en el mercado orgánico canadiense.

Es sabido que los estándares de seguridad canadienses son muy reconocidos a nivel mundial, por esta razón el cumplimiento de las regulaciones de los productos orgánicos locales e importados son estrictamente forzosos para aquellos que desean introducirse en este mercado. El gobierno de Canadá siempre ha velado por la protección de la salud y la seguridad de sus consumidores y el contar con altos estándares de calidad asegura un próspero desarrollo.

Es preciso mencionar que estas normas (COS) están conformadas en base a dos estándares nacionales:

### **1. CAN/CGSB 32.310-2015 – Principios Generales y Normas de Gestión.**

Este estándar describe los principios y normas de gestión de los sistemas de producción orgánica. Dentro de este se subrayan los principios de sistemas de cultivo en todas las etapas; producción, procesamiento, almacenamiento, transporte, etiquetado y comercialización.

Es importante destacar que en este estándar se resalta la producción de alimentos orgánicos de alta calidad utilizando prácticas de manejo sostenible guiándose de los Principios Generales de la Agricultura Orgánica de acuerdo con la IFOAM, los cuales son:

---

<sup>73</sup> Canada's Organic Standards, (s.f) , *Canadá Organic Council of Ontario*, Recuperado el 28 de Octubre de 2018, de : <https://www.organiccouncil.ca/organics/standards-regulations/>



- **El Principio de Salud:** La agricultura orgánica debe sostener y mejorar la salud del suelo, las plantas, los animales, los seres humanos y el planeta como uno e indivisible.
- **El Principio de Ecología:** La agricultura orgánica debe basarse en sistemas y ciclos ecológicos vivos, trabajar con ellos y ayudar a sostenerlos.
- **El Principio de Equidad:** La agricultura orgánica debe proporcionar a todos aquellos involucrados buena calidad de vida, además de contribuir a la soberanía alimentaria y a la reducción de la pobreza.
- **El Principio de Precaución:** La agricultura orgánica debe ser gestionada de una manera responsable y con precaución para proteger la salud y el bienestar de las generaciones presentes y futuras y el ambiente.<sup>74</sup>

Estos principios son utilizados como un todo integral y están elaborados como principios éticos que inspiren a los agricultores.

De manera puntual este estándar le recuerda al agricultor o al exportador la importancia de producir y procesar productos orgánicos bajo un sistema que se esfuerza por preservar la integridad de los principios anteriormente mencionados los cuales abogan por las buenas prácticas y la sostenibilidad.

## **2. CAN/CGSB 32.311.2015 – Lista de sustancias permitidas**

Este estándar describe una lista de las sustancias permitidas para el uso en sistemas de producción agrícola. Los cuales van desde productos agrícolas orgánicos, fertilizantes, suplementos alimenticios, tratamientos veterinarios, maquillaje, dulces y todo aquel que sea derivado de insumos orgánicos.

Incluye la siguiente lista de sustancias:

- Producción de cultivos incluidos fertilizantes, alimentos vegetales, enmiendas y nutrientes del suelo y control de malezas.

---

<sup>74</sup> International Federation of Organic Agriculture Movements, IFOAM. (s.f), *Los principios de la Agricultura Orgánica*, Recuperado el 15 de Noviembre de 2018 , de : [https://www.ifoam.bio/sites/default/files/poa\\_spanish\\_web.pdf](https://www.ifoam.bio/sites/default/files/poa_spanish_web.pdf)

- Producción ganadera incluidos aditivos alimentarios y suplementos alimentarios.
- Procesamiento y saneamiento que incluye ingredientes orgánicos, ingredientes no orgánicos y con ingredientes orgánicos, auxiliares tecnológicos , limpiadores, higienizadores y desinfectantes y sustancias para el control de plagas.

Asimismo dentro de los lineamientos se incluyen los mínimos estándares y control de calidad (indicando la composición, la pureza, la calidad, la variedad, la madurez y el tamaño), los límites rigurosos y prohibiciones de uso tóxico de fertilizantes sintéticos, el uso de drogas, antibióticos y hormonas sintéticas, clonaje de animales, transgénicos, revestimientos protectores y ceras, e irradiaciones. La utilización sobre los alimentos de colores artificiales, sabores artificiales, endulzantes, preservativos y otras formas de ingredientes.<sup>75</sup>

Para obtener mayor información de estos estándares se pueden consultar los siguientes enlaces:

- Principios Generales y Normas de Gestión, en:

<http://organicfederation.ca/sites/documents/0032-0310-000-EN-A01.pdf>

- Sustancias Permitidas, en:

<http://organicfederation.ca/sites/documents/0032-0311-000-EN-A01.pdf>

Cabe destacar que los productores y exportadores de alimentos orgánicos, deben tener en cuenta que las empresas importadoras canadienses son las responsables del cumplimiento de las regulaciones canadienses. Al momento de importar las empresas canadienses buscan proveedores extranjeros responsables, que cumplan con todos los requisitos en tiempo y forma, posteriormente la empresa

---

<sup>75</sup> TFO Canadá, (2015), *El mercado canadiense. Oportunidades para Colombia*. Recuperado el 05 de Noviembre de 2018, de : <http://www.fedeorganicos.com/wpcontent/uploads/2016/08/EXPORTE%20ORGANICOS%20A%20CANADA-ROBERTO%20MOSSERES.pdf>

importadora canadiense deberá tener la capacidad de demostrar que el producto importado cumple con los estándares previamente mencionados y los requerimientos establecidos para entrar al mercado canadiense.

En el caso de aquellas empresas mexicanas que estén interesadas en certificar sus productos orgánicos para poder ingresar al mercado canadiense pueden obtener la certificación mediante esta forma:

- **Certificación de los Estándares Canadienses de Orgánicos por un Órgano autorizado en México**

En primer lugar es importante tener en cuenta que el agricultor orgánico mexicano deberá de cumplir con la reglamentación y lineamientos para la producción orgánica que dicta su país, posterior a este primer requerimiento para obtener la certificación del producto mexicano a exportar se deberá de contactar con un Órgano de Certificación acreditado por la CFIA, quien será responsable de verificar la ejecución y el cumplimiento de lo que establecen los estándares Canadienses, además de testificar como orgánico a aquel producto mexicano que sigue los lineamientos decretados por los Estándares Orgánicos Canadienses (COS, *Canadian Organic Standards*), de igual modo certifica los lineamientos de empaquetado y etiquetado al cumplir con la norma orgánica de Canadá.

En el anexo 1 se señalan los Órganos de Certificación en México acreditados por la CFIA.

Deseo subrayar que la anticipación a la certificación es primordial para que el Órgano de Certificación que se haya contactado pueda realizar un análisis correcto y a tiempo de los cumplimientos que exige el Régimen Orgánico de Canadá y así poder penetrar este mercado.

Dentro de este análisis me di a la tarea de entrevistar al Director de Certificación de la empresa “METROCERT” órgano de certificación acreditado por la CFIA en México. Fue el M.A Roberto David Guzmán Chávez quién me habló sobre el proceso para la certificación orgánica.

Guzmán Chávez menciona que solo los productos con contenido orgánico mayor o igual al 95% pueden etiquetarse como “orgánicos”, “cultivados orgánicamente”, “producidos orgánicamente” o con el logotipo de *Canada Organic*. Estos productos deben estar avalados por un órgano de certificación acreditado por la CFIA y el nombre del organismo de certificación deberá aparecer en la etiqueta. Por su parte hizo la mención del caso de los productos multi-ingredientes, los cuales deben de tener al menos un 70 % de contenido orgánico y su composición debe seguir los requerimientos que exigen los Estándares Orgánicos Canadienses. *“La elaboración del producto orgánico debe respetar y seguir las sustancias permitidas en su producción y es muy importante el cumplimiento de los métodos y procedimientos utilizados en la elaboración del producto, los cuales deben de seguir estrictamente los requisitos establecidos por las normas canadienses”*. (R. Guzmán, comunicación personal, 30 Enero de 2019.)

Lo que quiso resaltar el Director de Certificación en la entrevista fue la importancia de cumplir con los principios generales y las normas de gestión establecidas por la CFIA, esa es la clave para que el producto pueda ser bien recibido por el gobierno canadiense y sus consumidores. La seguridad en el producto y la calidad asegurará que el producto mexicano tenga una buena penetración en el mercado canadiense.

Una vez realizada la certificación, el organismo deberá expedir un documento de certificación orgánica al solicitante, el cual que deberá de acompañar a los productos orgánicos importados a Canadá.

Esta certificación puede ser otorgada a cualquier empresa mexicana o a un grupo de empresas que se asocien en interés común para obtener la certificación de los productos orgánicos.

Por otro lado habría que señalar otra de las opciones con las que cuenta Canadá para poder certificarse son los Acuerdos de Equivalencia. La determinación de equivalencia permite que dos estándares, regulaciones o procedimientos diferentes permanezcan como están (en cada país), pero los trata como si fueran los mismos,

siempre y cuando alcancen los mismos resultados y objetivos de políticas, incluso si se utilizan por medios diferentes<sup>76</sup>. Dicho de otra manera, ser equivalente significa que los sistemas de certificación y los sistemas de control y gestión sean similares a los que existen en el país importador. Hay que tener las condiciones que permitan darle garantía al país importador de que los productos que se producen bajo la denominación “orgánica” en México son similares y respetan las reglas del país comprador.

La equivalencia está establecida como un proceso en el *Código de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias del Organismo Mundial del Comercio (OMC)*, la cual establece las condiciones apropiadas para lograr la equivalencia. México es miembro en esta organización y por lo mismo puede reclamar con otros países el ser equivalente. Penosamente desde hace ya varios años el gobierno mexicano ha trabajado en conjunto con el gobierno canadiense en varias reuniones del Grupo de Agronegocios de la Alianza México - Canadá para el desarrollo de la determinación de equivalencia en la certificación de productos orgánicos con el propósito de agilizar el comercio en este tipo de alimentos, sin embargo, hasta la fecha no se ha llegado a ningún acuerdo, solo han existido foros para la determinación de la viabilidad de la equivalencia, presentaciones de solicitudes, análisis comparativos y auditorías bilaterales, sin llegar a alcanzar el acuerdo. Esto se debe en parte a que no hay un seguimiento, además de que en cada cambio de gobierno de México las leyes y reglamentaciones de productos orgánicos sufren constantes modificaciones.

Actualmente Canadá cuenta con 5 acuerdos de equivalencia con otros países los cuales son Estados Unidos, Costa Rica, Japón, la Unión Europea y Suiza.

Se espera que muy pronto México pueda concretar un acuerdo de equivalencia para productos orgánicos con Canadá ya que ayudaría a fortalecer el intercambio comercial, agilizaría las operaciones comerciales y reduciría los costos de

---

<sup>76</sup> Canadian Food Inspection Agency, (2019), *Organic equivalency arrangements with other countries*, Recuperado el 16 de Noviembre de 2018, de: <http://www.inspection.gc.ca/food/general-food-requirements-and-guidance/organic-products/equivalence-arrangements/eng/1311987562418/1311987760268>

certificación para los productores y exportadores, aparte de que proporcionaría mayor garantía a los consumidores tanto de México como de Canadá.

### **3.4.2 Etiquetado y empaque.**

Los productos orgánicos que sean comercializados en el mercado canadiense deberán de ser etiquetados de acuerdo a los estándares, requerimientos y políticas de Canadá.

En este sentido los canadienses han conseguido que la legislación de etiquetado busque proteger su seguridad y pueda permitirles tomar decisiones de compra informada. El etiquetado le permite al consumidor conocer el alimento, su origen, su modo de conservación, los ingredientes que lo componen o los nutrientes. En el caso específico de productos orgánicos la etiqueta le permite al consumidor conocer que los alimentos que consumen son libres de residuos tóxicos además de asegurar un producto libre de ingredientes químicos o artificiales.

En Canadá existen dos departamentos federales encargados del desarrollo y vigilancia de la normativa del etiquetado y envasado de productos agroalimentarios: *Health Canada* ( Ministerio de Sanidad ) y CFIA

*Health Canada* es responsable del cumplimiento de los requisitos de seguridad alimentaria y del etiquetado relativo a salud y nutrición. La CFIA por su parte, es responsable del cumplimiento de los requisitos de información fidedigna en el etiquetado con respecto a la calidad y la composición e información básica sobre identificación del producto.<sup>77</sup>

Las regulaciones en materia de etiquetado y empaque están sujetas a varios estándares y reglas. En materia de etiquetado están previstas por los Principios Generales de Etiquetado y Publicidad (*General Principles of Labelling and Advertising*) y la Ley de Alimentos y Medicamentos (*Food and Drugs Regulation*) los

---

<sup>77</sup> Oficina Económica y Comercial de España en Toronto, (2013), *El mercado de la alimentación en Canadá*, Recuperado el 03 de Diciembre de 2018, de: [http://www.iberglobal.com/files/canada\\_alimentacion.pdf](http://www.iberglobal.com/files/canada_alimentacion.pdf)

cuales establecen estándares de presentación y reglas sobre el contenido de información exigida en toda etiqueta y empaque, especificando la información que debe ser incluida en la etiqueta, el lenguaje, símbolos a usar, su forma y medida, así como también su ubicación y la manera como esta se debe presentar.<sup>78</sup>

Mientras que el empaquetado se encuentra regulado mediante la Ley de Empaquetado y Etiquetado para el Consumidor (*Consumer Packaging and Labelling Act*), la cual establece que los paquetes deben ser llenados, exhibidos y diseñados de manera que los consumidores no sean engañados acerca de la calidad y cantidad de los productos que contiene<sup>79</sup>. El empaque debe de contener información detallada sobre la composición del producto, su naturaleza, contenido, peso, la composición y los datos del productor.

Es muy importante tener en cuenta que solamente los productos con contenido orgánico mayor o igual a un 95 por ciento, que hayan sido avalados por órgano de certificación, pueden ser etiquetados como “orgánicos” y, en su caso utilizar el Logo Orgánico de Canadá.

### IMAGEN 3 . Logo Orgánico de Canadá



Fuente: Organic Federation of Canada, OFC

<sup>78</sup> Consorcio COPCA-PAITITI, (2010), *Plan Operativo de Mercado de Canadá*, Recuperado el 15 de Diciembre de 2018, de: [https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio\\_exterior/plan\\_exportador/Penx\\_2003\\_2013/6Planes\\_Mercados/POM\\_2007\\_2011/POM\\_Canada.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2003_2013/6Planes_Mercados/POM_2007_2011/POM_Canada.pdf)

<sup>79</sup> Trade Facilitation Office Canada, (2015), *Bienvenido al Mercado Canadiense: Un Manual para Exportar a Canadá*, Recuperado el 04 de Diciembre de 2018, de: [http://ctoro.mrecic.gob.ar/userfiles/Bienvenido%20al%20Mercado%20Canadiense\\_Un%20Manual%20para%20Exportar%20a%20Canada.pdf](http://ctoro.mrecic.gob.ar/userfiles/Bienvenido%20al%20Mercado%20Canadiense_Un%20Manual%20para%20Exportar%20a%20Canada.pdf)

Los productos multi ingredientes con un contenido orgánico entre 70% y 95% no pueden utilizar el logo orgánico ni etiquetarse como “orgánico”, sin embargo pueden ser etiquetados con la declaración “contiene “x” porcentaje de ingredientes orgánicos. Por otra parte aquellos productos multi- ingredientes con menos de 70% de contenido orgánico pueden solamente declarar contenido orgánico en la lista de ingredientes y no pueden llevar el logo orgánico.<sup>80</sup>

A saber, la declaración “100% orgánico” no está permitida en Canadá.

Con respecto a los productos importados, deben de cumplir con los requisitos establecidos en la Reglamentación de Productos Orgánicos (*Organic Products Regulations*), si se utiliza el logotipo, la etiqueta debe de incluir <sup>81</sup>:

- La declaración “*Producto de*”, seguido del país de origen y
- La declaración “*Importado*”, junto al logo

Además, el producto importado debe de ser etiquetado con las palabras “*Certificado orgánicamente por*”, seguido del nombre del Organismo de Certificación, quién hizo la inspección y verificación del producto.

Dado que los idiomas oficiales en Canadá son el Inglés y el Francés toda la información del etiquetado y el empaque deben estar en estos dos idiomas, además toda la información presente en el diseño de la etiqueta debe ser fácil de leer y presentarse de manera clara y visible esto con el propósito de que sus consumidores estén bien informados y que cuenten con la seguridad contra prácticas engañosas.

En lo que respecta particularmente al etiquetado y envasado de frutas y verduras existe una regulación respecto a los Requisitos de Etiquetado para Frutas y

---

<sup>80</sup> Canadian Food Inspection Agency, (2015), *Use of the Organic Logo on Organic Products*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2018, de: <http://www.inspection.gc.ca/food/general-food-requirements-and-guidance/labelling/forindustry/organic-claims/eng/1389725994094/1389726052482?chap=5>

<sup>81</sup> Department of Justice Canada. (2013). *Organic Products Regulations 2009*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2018, de: <https://laws-lois.justice.gc.ca/PDF/SOR-2009-176.pdf>



Verduras frescas (*Labelling Requirements for Fresh Fruit and Vegetables*) en donde se detalla las reglamentaciones que estos productos requieren.

De acuerdo a lo consultado en este reglamento se puede destacar que :

- a) Las frutas o verduras frescas sin ingredientes agregados, siempre están exentas de mostrar una tabla de Información nutricional. Aunque cabe destacar que si se desea agrega la tabla voluntariamente deberá de seguir el formato de la Tabla de Datos nutricionales de Canadá. Los sistemas de etiquetado nutricional de otros países no son aceptables
- b) Las frutas o verduras frescas que se envasan en el comercio minorista de manera que sean visibles e identificables en el envase, no tienen que estar etiquetadas con el nombre y el lugar principal de producción.
- c) Las frutas o verduras frescas envasadas están exentas de mostrar una fecha de vida útil (*“best-before day”*)
- d) Los alimentos de un solo ingrediente, como frutas o verduras frescas, no requieren la declaración de una lista de ingredientes.
- e) Como regla general, las frutas o verduras frescas envasadas al consumidor pueden envasarse por peso, volumen o conteo numérico.

Los anteriores requerimientos son tanto para productos nacionales como importados. Se puede agregar que estas reglamentaciones de etiquetado deben de estar presentes en los contenedores utilizados para su importación, y como anteriormente se especificó, para ventas minoristas. Ahora bien si se desea obtener más información respecto a los requisitos de etiquetado para frutas y verduras en Canadá como el tamaño de los contenedores, unidades de medidas, tamaño de los contenedores, los nombres para las etiquetas de grado de productos importados o las excepciones , el lector puede consultar el siguiente link:

[http://inspection.gc.ca/food/general-food-requirements-and\\_guidance/labelling/for-industry/fresh-fruits-and-vegetables/](http://inspection.gc.ca/food/general-food-requirements-and_guidance/labelling/for-industry/fresh-fruits-and-vegetables/)

Para finalizar este subcapítulo se realizará un listado con el contenido básico que se debe presentar en las etiquetas y el empaquetado de productos orgánicos, con referencia en lo que demanda la CFIA.

1. Marca registrada establecida en el país de origen
2. Nombre y dirección de la oficina del importador canadiense
3. Nombre o descripción del contenido
4. Para productos importados el nombre del país de origen del producto (*“Imported from”*)
5. Cantidad neta en peso y medidas canadienses
6. Peso mínimo garantizado
7. Indicar la vida de estantería del producto si la vida del producto es menor a los 90 días (*“Used by”, “Sell before”*)
8. Información Nutricional (*“Nutrition Fact”*, en caso de requerirse)
9. Código UPC (Código del Producto-Unique Product Code)

Adicionalmente, si el lector requiere más información sobre los reglamentos de etiquetado y empaquetado para productos orgánicos en Canadá, puede consultar el anexo 2.

### **3.4.3 Requerimientos de importación.**

La CFIA proporciona información general sobre los requisitos de importación de productos agrícolas, sin embargo existe un Reglamento para la importación de Frutas y Verduras Frescas (*Import Requirements for Fresh and Fruit and Vegetables*).

Se debe tener en cuenta que el importador/compradores canadienses deben tener ya el conocimiento de todos los requisitos necesarios para importar; sin

embargo la siguiente información va dirigida a los exportadores mexicanos con el motivo de identificar aquellos aspectos de importancia que los compradores potenciales pueden requerir para comenzar las negociaciones, además de obtener mayor conocimiento sobre los requisitos de importación hacia Canadá.

A continuación se hará una breve semblanza de los requisitos que exige Canadá para la importación de frutas y verduras, la cual igualmente aplica para los productos orgánicos.

### **1) LICENCIA**

El importador canadiense de frutas y verduras frescas debe tener una licencia de producción brindada por la CFIA o ser miembro de la DRC (*Corporación de Resolución de Disputas de Frutas y Hortalizas*, *Dispute Resolution Corporation*.)

La DRC es una organización sin fines de lucro, que sirve al comercio de productos, se pueden encontrar todas las facetas de la industria de los productos, así como la industria del transporte que se ocupa de frutas y hortalizas frescas en Canadá.<sup>82</sup>

Si el exportador desea conocer una lista de importadores con licencia y miembros de DRC puede acceder a la siguiente página web:

<http://fvdrc.com/about/who-we-are/members/>

### **2) DESIGNACIÓN DE GRADO**

El Reglamento de Frutas y Vegetales Frescos especifica que 30 frutas y hortalizas frescas tienen una designación de grado que debe cumplirse. La designación de grado significa un nombre, marca o designación prescrita de un

---

<sup>82</sup> The Fruit and Vegetable Dispute Resolution Corporation, (s.f), *¿Qué documentos se requieren para ir exportar a Canadá?*, Recuperado el 18 de Septiembre de 2018, de : <http://fvdrc.com/about/who-we-are/>

producto el cual debe de estar escrito en la etiqueta o en el contenedor de donde viene el producto.

En el anexo 3 se puede consultar el listado de frutas y verduras con la designación de grado específica que se necesita, así mismo en el siguiente link se encuentra una tabla con los nombres de grado para alimentos importados:

<http://www.inspection.gc.ca/about-the-cfia/acts-and-regulations/list-of-acts-and-regulations/documents-incorporated-by-reference/canadian-grade-compendium-volume-9/>

### **3) ESTÁNDARES DE CONTENEDORES**

Las frutas y hortalizas frescas, no pueden comercializarse en el mercado de importación en contenedores de más de 50 kg, excepto en el caso de manzanas cuyo tamaño máximo de contenedor sea de 200 kg.

En el siguiente link se puede observar una tabla de las frutas y verduras que cuentan con excepciones de su contenedor, de acuerdo con lo que establece el *Test Marketing Provision of the Fresh Fruit and Vegetable Regulations List 2018*.

<http://www.inspection.gc.ca/food/archived-food-guidance/fresh-fruits-and-vegetables/quality-inspection/exemptions-test-marketing/>

### **4) CONFIRMACIÓN DE VENTA (COS)**

El gobierno canadiense exige un documento denominado COS (*Confirmación de venta, Confirmation of Sale*) para la importación de productos agrícolas el cual es emitido por la CFIA. El COS debe incluir: descripción del producto, detalles de la

venta, nombres y direcciones del comprador y vendedor, y evidencia que el comprador ha realizado la transacción de compra o ha acordado realizarla.<sup>83</sup>

## 5) REQUISITOS DE SALUD Y SEGURIDAD

Las frutas y hortalizas frescas importadas en Canadá deben cumplir con los Requisitos de Salud y Seguridad del Reglamento de Frutas y Hortalizas Frescas (*Health and Safety Requirements of the Fresh Fruit and Vegetable Regulations*) y el Reglamento de Alimentos y Medicamentos. (*Food and Drug Regulations*).

Para mayor información pueden consultarse en:

- *Health and Safety Requirements of the Fresh Fruit and Vegetable Regulations*  
<http://www.inspection.gc.ca/food/archived-food-guidance/fresh-fruits-and-vegetables/food-safety/>
- *Food and Drug Regulations*  
<https://laws-lois.justice.gc.ca/PDF/C.R.C., c. 870.pdf>

Otro aspecto importante a considerar es la identificación de los aranceles que deberá pagar el producto para entrar al país, sin embargo se debe tener en cuenta que en el marco del TLCAN, los productos agrícolas mexicanos tienen arancel cero, el cual aplica también para los productos agrícolas orgánicos.

Si bien México, Estados Unidos y Canadá, en el marco del TLCAN, acordaron eliminar gradualmente los aranceles aplicados a la mayoría de sus importaciones de productos agropecuarios provenientes de la zona de América del Norte, los tres países han mantenido relativamente altos aranceles para productos considerados de importancia nacional.

En Canadá, para el caso de frutas y verduras únicamente presentan aranceles aquellos productos que se cultivan nacionalmente a nivel comercial. Adicionalmente existen también los llamados aranceles estacionales, que se aplican cuando

---

<sup>83</sup> Diario del Exportador, (2018), *Qué documentos se requieren para exportar a Canadá?*, Recuperado el 07 de Diciembre de 2018, de : <https://www.diariodelexportador.com/2018/05/que-documentos-se-requieren-para.html>

comienza la época de cultivo y están listos para llegar al mercado; y en determinada fecha estos se eliminan cuando termina la época de producción o cuando la oferta nacional es menor que la demanda.<sup>84</sup>

Por otra parte, las naciones están utilizando con más frecuencia otro tipo de medidas no arancelarias como forma de proteccionismo encubierto para proteger a sus productores.

Tanto México como Canadá cuentan con Medidas Sanitarias y Fitosanitarias para productos importados, los cuales, en ocasiones son usados como instrumentos proteccionistas.<sup>85</sup>

Si se desea obtener información sobre los aranceles para productos específicos se puede acceder al siguiente link:

<https://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2019/01-99/01-99-t2019-1-eng.pdf>

Por último es importante recalcar que la venta de frutas y hortalizas frescas dentro de una provincia está regulada por las autoridades provinciales, y cualquier pregunta debe dirigirse al departamento de cada provincia de agricultura.

Si el exportador mexicano desea obtener más información sobre los pasos y requerimientos para la importación de productos a Canadá la siguiente página web será de gran ayuda: <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/import/guide-eng.htm>

---

<sup>84</sup> Rodríguez, S., D.,(2005) "*Mercado de Canadá : guía para identificar los principales requisitos exigidos para el ingreso de productos agrícolas frescos y procesados*", IICA. Dirección de Desarrollo de los Agro negocios, San José, Costa Rica.

<sup>85</sup> Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria, CEDRSSA, (2014) , *Tarifas y otras barreras al comercio agropecuario*, Recuperado el 09 de Diciembre de 2018, de: [http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/13/52Tarifas\\_arancelarias\\_junio\\_2014.pdf](http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/13/52Tarifas_arancelarias_junio_2014.pdf)

## **CAPÍTULO IV**

### **PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES DE EXPORTACION PARA LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS ORGÁNICOS MEXICANOS HACIA EL MERCADO CANADIENSE**

Las tendencias de los alimentos orgánicos en Canadá se mueven según los cambios en el modo de pensar de los consumidores, en el estilo de vida y en los aspectos demográficos, así como los centros de distribución y las estrategias de venta. Teniendo en cuenta la creciente preocupación por la degradación ambiental y la necesidad de llevar una alimentación sana, la agricultura orgánica representa una alternativa sostenible y saludable que ha experimentado un crecimiento significativo tanto en producción como en términos de demanda de estos productos en los últimos años en el mercado canadiense, este panorama otorga una ventana de posibilidades de exportación hacia este país.

En este capítulo se identifican las áreas de oportunidad que tienen los productos orgánicos mexicanos con respecto a la exportación hacia Canadá , en donde se determinan los principales alimentos con mayores expectativas para su exportación, basándose en primera estancia en un análisis sobre los efectos causados del TLCAN (*Tratado de Libre Comercio de América del Norte*) en la agricultura , con motivo de constatar si este instrumento regulador sirvió como herramienta para fomentar y lograr un incremento en las exportaciones de productos orgánicos mexicanos hacia Canadá. Así mismo se exponen mecanismos gubernamentales de apoyo al fomento hacia necesidades productivas de comercialización, certificación y exportación, los cuales sirven de soporte hacia aquellos productores que deseen incursionar en este mercado potencial, por último se procede a señalar algunos elementos que se consideran pertinentes para el fortalecimiento del sector orgánico en México.

#### **4.1. El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) como marco general para los productos agrícolas mexicanos de exportación. Caso México – Canadá.**

El 1 de Enero de 1994, tras cuatro años de negociación (1989-1994), entró en vigor el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), entre las naciones de Estados Unidos, México y Canadá. Este hecho supuso un capítulo importante para el desarrollo de la economía mexicana, y de la estrategia que se siguió para la integración a la nueva etapa de la globalización económica en la década de los ochentas y noventas, este acuerdo formó parte de una política económica integral con la que el gobierno mexicano pretendía lograr estabilización macroeconómica y un mayor ajuste estructural, a través de un mayor control en la inflación, un crecimiento económico sostenible y generación de empleos.

El objetivo principal del TLCAN fue la total liberalización del comercio, entre dichos países durante un periodo de 15 años (1994-2008), a través de la derogación paulatina de todas las barreras arancelarias y de reducciones de las no arancelarias. Para lograr la liberalización del comercio se estableció el sistema de la cuota-arancel buscando superar el de las licencias.<sup>86</sup>

En el momento de las negociaciones y firma del TLCAN las enormes asimetrías existentes en el grado de desarrollo y crecimiento económico entre México y sus socios comerciales eran evidentes en términos del PIB per cápita y de productividad económica, ante ello EUA y Canadá decidieron darle un trato especial a México en donde, en el caso México-Canadá los aranceles de importación, serían eliminados en su mayoría a diez años, a partir de la entrada en vigor del tratado<sup>87</sup>. No obstante, esta desgravación se dio a través de diversas etapas (6, 8 y 10 etapas), logrando

---

<sup>86</sup> Cruz M. , (1997), *El TLC: Controversias, soluciones y otros temas anexos. Medidas especiales en la solución de conflictos*, México, McGraw Hill Interamericana Editores, Serie Jurídica.

<sup>87</sup> Cámara de Diputados, (2000), *Evaluación Sectorial del Tratado de Libre Comercio de América del Norte a cinco años de operación*, Recuperado el 10 de Enero de 2019, de: <http://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp0122000.pdf>



quedar totalmente exentos ciertos productos entre México y Canadá hasta el 1° de enero del 2003.

En este sentido, entrando al tema correspondiente, en la agricultura mexicana el TLCAN constituyó una pieza clave al someter plenamente el sector agropecuario al proceso de desgravación arancelaria. Para el gobierno mexicano los objetivos del capítulo agropecuario (Capítulo VII) eran sumamente importantes y de lograrse resolverían importantes problemas del desarrollo económico y social del sector.

Los objetivos buscados por el gobierno de México fueron<sup>88</sup>:

1. Ampliar mercados para los productos agropecuarios mexicanos,
2. Otorgar una mayor certidumbre a los exportadores,
3. Garantizar el abasto de insumos esenciales, con calidad y precios internacionales,
4. Incrementar la productividad y competitividad del sector, manteniendo períodos de transición adecuados para afrontar la libre competencia,
5. Atraer inversión nacional y extranjera al mismo,
6. Salvaguardar el derecho que tiene el Estado de utilizar mecanismos de apoyo,
7. Eliminar la discrecionalidad en la administración de medidas sanitarias y fitosanitarias.

En suma, el gobierno mexicano buscaba que el TLCAN desarrollara factores productivos en el sector agrícola como; empleo, capital y tierra, desde aquellas actividades que no pudieran competir con las importaciones de Estados Unidos y Canadá. En esta plena apertura a la competencia internacional se esperaban los cambios necesarios para que se lograra una ubicación de los factores productivos lo más cercana a las ventajas comparativas y a la dotación de recursos para México, con lo cual la productividad y la eficiencia de la economía mexicana se alinearía con las internacionales.

---

<sup>88</sup> Carrillo H., M., (2001) *El Sector Agropecuario Mexicano Antecedentes Recientes y Perspectivas, Los Efectos del TLCAN*, México, Instituto Politécnico Nacional.

Por otro lado, el estado mexicano pretendía conseguir un aumento en la estructura productiva a partir de una mayor producción y exportación de frutas tropicales, nueces y hortalizas, debido a que estos productos en general mantienen una mayor ventaja, frente a Canadá y EUA, así como de otros productos que no tienen competencia; como el café o el azúcar, además se esperaba una contracción en la importación de granos básicos y oleaginosas y mayores inversiones en tierras e inversiones dedicadas a productos competitivos .

En el caso del comercio bilateral México – Canadá, ambos países eliminarían las licencias y permisos previos de importación, sustituyéndolos por el mecanismo aranceles-cuota, con excepción de los productos lácteos y avícolas y del huevo. Por otra parte, cerca del 88% de las exportaciones mexicanas a Canadá, tuvieron acceso libre de arancel inmediatamente, además entre el 5% y el 7% de las exportaciones mexicanas se desgravarían entre 5 y 10 años respectivamente.<sup>89</sup>

En contraparte el gobierno canadiense abogó por la apertura inmediata del mercado mexicano al 40.3% de las importaciones canadienses<sup>90</sup>, mientras que el resto del comercio se liberalizaría en períodos graduales, de igual modo el comercio agropecuario canadiense pretendía lograr una mayor exportación de granos, oleaginosas, animales vivos y carne roja a México.

Fue así que bajo intereses nacionales se llevó a cabo la negociación del TLCAN, conduciendo así a la elaboración del capítulo relacionado a la agricultura en donde se trataron temas referentes a las reglas de origen, aranceles, plazos de desgravación, salvaguardias, barreras no arancelarias, subsidios internos, subsidios a la exportación y normas sanitarias y fitosanitarias. La apertura a la competencia internacional indujo a cambios en los factores productivos, en línea con las ventajas competitivas del país y promovería las exportaciones de aquellos bienes en los que México fuera más eficiente que sus socios comerciales.

---

<sup>89</sup> íbidem

<sup>90</sup> íbidem

En la agricultura mexicana, el TLCAN constituyó una pieza importante en la política de modernización del sector, que dio inicio con la reforma del artículo 27 de la Constitución Mexicana en 1992 (con el aniquilamiento de la propiedad ejidal y comunal), las medidas adoptadas para acceder al GATT (*Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, General Agreement on Tariffs and Trade*) y aquellas instrumentadas en el marco de los programas de ajuste estructural<sup>91</sup>, es decir el TLCAN se instituyó como la herramienta de una política sectorial agropecuaria que provocaría los cambios en la ubicación de factores de producción necesarios para elevar la productividad del sector.

De acuerdo con los modelos clásicos del comercio, la estrategia mexicana de comercializar con importantes países en términos de desarrollo y dotación era recomendable, ya que maximizaría los beneficios de la especialización internacional y un notorio aumento en sus exportaciones. De esta manera durante los últimos 24 años México ha experimentado una apertura comercial de gran magnitud, aunque de igual manera ha traído efectos que han repercutido en el sector agrícola, a partir de la firma del tratado.

En este sentido, la apertura de la economía mexicana y en específico del sector agrícola hacia la política del TLCAN hizo ver la diferencia entre países desarrollados como lo es Estados Unidos y Canadá con respecto a México, que por su parte debe otorgar un mayor peso a la producción agrícola interna para buscar y propiciar un desarrollo equilibrado entre la agricultura y la industria. El TLCAN al igual que las reformas que lo procedieron se insertó en el proceso de transformación del sector rural mexicano con la apertura hacia la competencia internacional, pues se indujeron los cambios requeridos para elevar la productividad sectorial de ciertos productos.

---

<sup>91</sup> Gambrill M. , (2006), *Diez años del TLC en México*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Económicas.

#### 4.1.1 Análisis general del sector agrícola mexicano en el marco del TLCAN.

El proceso de apertura comercial ha incidido en la economía nacional y regional, en especial en la economía del sector agropecuario de México, lo cual ha ocasionado diversas transformaciones estructurales importantes en las actividades de dicho sector. A 24 años de la entrada en vigor el TLCAN, han existido diversos reconocimientos generalizados por parte de autoridades, académicos, políticos, y organismos internacionales de los efectos negativos y positivos que el campo y el sector agropecuario mexicano ha sufrido a partir de su entrada en vigor, tales cambios se identifican y caracterizan en este estudio.

Antes de proceder al análisis general, se debe tener presente que es difícil identificar de manera clara y precisa los impactos que tuvo el TLCAN en la agricultura mexicana pues han ocurrido diversos acontecimientos y han existido muchos factores cuyo impacto no solo es difícil, sino imposible de conocer o aislar.

A principios de 1982 el país experimentó una amplia liberalización en la economía, la cual conllevó a una rápida desgravación arancelaria, esta liberación en los productos agropecuarios trajo como consecuencia que solamente quedarán protegidos 300 productos básicos<sup>92</sup>, y aunque con ello aumentó el intercambio comercial, principalmente con Estados Unidos, esto marcó el inicio hacia la liberación económica en México, posterior a la firma del tratado ocurrió una de las mayores crisis económicas de México en 1994 la cual condujo a una fuerte devaluación del peso y, además en la negociación del TLCAN, como se mencionó anteriormente, se previó un gradualismo para reducir los aranceles y otras barreras a los productos, en este caso existían productos que desde la entrada en vigor quedaron exentos hasta otros que se desgravaron en un periodo de 15 años. Así mismo existieron factores que estaban pasando mientras se comenzaba la apertura comercial como; la insuficiente inversión en infraestructura, la caída de los precios

---

<sup>92</sup>Uribe R., J , (2014), El sector agropecuario en México, una historia de marginación, *Revista Análisis Plural*, ITESCO, segundo semestre de 2013. Recuperado el 18 de Diciembre de 2018, de : <https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/1241/El+sector+agropecuario+en+M%E9xico,+una+historia+de+marginaci%C3n.pdf?sequence=2>

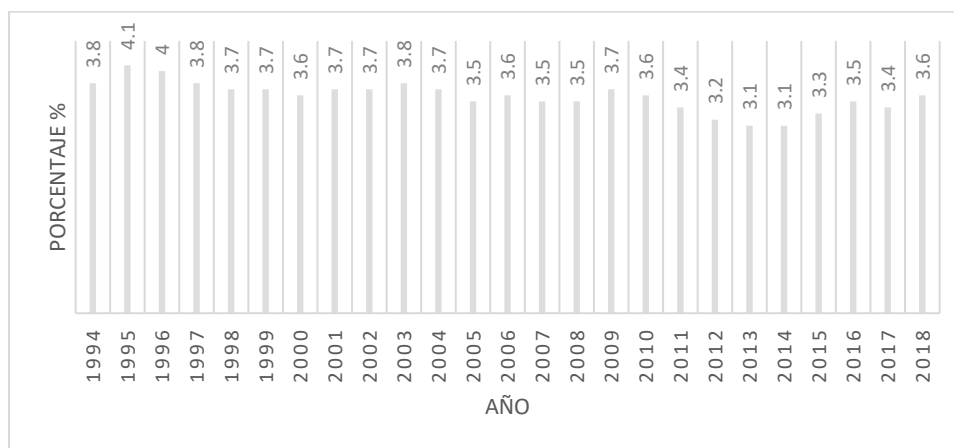
internacionales del mercado agrícola, disparidades en las condiciones de producción y comercialización de los distintos tipos de productores , rezagos estructurales en el desarrollo de mercados regionales, entre otros; debido a estas razones los efectos derivados del TLCAN y por consiguiente cualquier evaluación al respecto debe reconocer estos factores.

Partiendo de esta consideración previa, una de las características principales del sector agrícola mexicano es que su evolución en la producción ha sido el resultado de diversos factores asociados a las condiciones internas del sector como; la tecnología, el incremento en la productividad, las condiciones laborales y a los movimientos cíclicos de la demanda, además los aspectos sociales y políticos han jugado un papel importante en relación a la expedición de políticas públicas hacia el sector.

En los últimos años, el PIB del sector agrícola ha registrado un comportamiento más volátil y con una dinámica particular, es decir, que no ha estado necesariamente asociado con los fenómenos que influyen en el desempeño de los demás sectores.

De acuerdo con información recabada del el Sistema de Cuentas Nacionales de México, las actividades relacionadas con la agricultura representaban el 3.8%, del total del PIB en 1994, y para el año 2000 esta cifra fue de 3.6%, es interesante tomar en cuenta que en los periodos anteriores, durante y a la crisis de 1994 dicha participación apuntó a 4.1% en 1995 y 3.7% en 1998 respectivamente, lo que indica de primera instancia que los efectos no fueron tan profundos. Ahora bien, durante la crisis de 2009, el impacto en el sector agropecuario no fue tan drástico, ya que el principal efecto de transmisión de la crisis se dio en la producción manufacturas.

**GRÁFICA 17**  
**EVOLUCIÓN DEL PIB AGROPECUARIO EN MÉXICO (1980-2017)**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recopilados del Sistema Nacional de Cuentas, en: <https://datos.gob.mx/busca/dataset/sistema-de-cuentas-nacionales-de-mexico-sectores-institucionales>

La tabla anterior nos muestra que posteriormente a la coyuntura económica de 2009 la actividad económica agrícola de México se comenzó a estancar, al pasar de tasas de crecimiento promedio anual de 3%, a tasas que no alcanzan ni un punto porcentual por un largo periodo de tiempo más.

Posteriormente durante 2015 la economía mundial presentó un crecimiento débil debido a la desaceleración de algunas economías emergentes, que crecieron al menor ritmo desde la crisis económica de 2008-2009, sin embargo, 2015 y 2016 fueron años de avances importantes para el sector agropecuario nacional. El sector primario mexicano se consolidó como un motor importante para el desarrollo económico de nuestro país al registrar mayor dinamismo que el resto de la economía; en 2015, el producto interno bruto primario registró un crecimiento anual de 3.1%, mientras que la economía nacional en su conjunto, de 2.5%.<sup>93</sup> A partir de

<sup>93</sup> Fideicomisos Instituidos en Relación a la Agricultura, (2015), Informe de actividades 2015, Recuperado el 04 de Enero de 2020, de: [https://www.fira.gob.mx/Nd/Informe\\_de\\_Actividades\\_2015.pdf](https://www.fira.gob.mx/Nd/Informe_de_Actividades_2015.pdf)

ese año podemos observar una participación del PIB agrícola de entre 3.5% y 3.6% para el 2018.

La reducida presencia agropecuaria en el PIB mexicano muestra una falla estructural en la economía mexicana, la discriminación contra la agricultura ha sido consecuencia no solo de políticas sectoriales sino también de políticas macroeconómicas y de comercio exterior.<sup>94</sup>

La importancia relativa del sector agropecuario mexicano, como se observa, ha sido rezagada de la alta dinámica de la economía nacional. La tasa de crecimiento del sector agropecuario tendía y continua siendo significativamente inferior a la tasa de crecimiento de la economía nacional, la que es impulsada esencialmente por el crecimiento industrial.

Desde otro punto, el desempeño exportador ha tenido una importante transformación a partir de la entrada en vigor del TLCAN, mostrando rubros que han pasado por un gran dinamismo.

Las exportaciones mexicanas en 1993, un año antes de la entrada en vigor del TLCAN, representaban 12.14% del Producto Interno Bruto de México, mientras que en el 2015 esta proporción alcanzó más de 35% del PIB mexicano, es decir que poco más de un tercio del PIB nacional proviene de la venta de productos principalmente hacia el mercado estadounidense.<sup>95</sup>

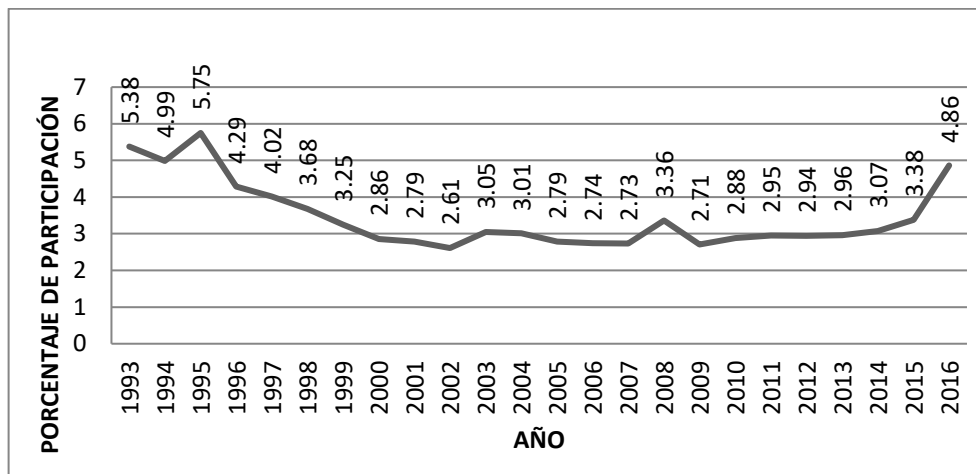
---

<sup>94</sup> Gambrell M., (2006), *Diez años del TLCAN en México*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Centro de Investigaciones sobre América del Norte.

<sup>95</sup> Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria, CEDRSS. (2017), *Las exportaciones agrícolas de México*, Recuperado el 15 de Febrero de 2018, de : <http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/13/67Exportaciones.pdf>

**GRÁFICA 18**

**PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE LAS EXPORTACIONES TOTALES AGROPECUARIAS (1993-2016)**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria, CEDRSSA, 2017, *Las exportaciones agrícolas de México*, en: <http://www.cedrssa.gob.mx/post-las-n-exportaciones-agrn-colas-n-de-mn-xico.htm>

Como se muestra en la gráfica la participación de las exportaciones tienen una tendencia a la baja ya que en 1993 representó un 5.38% y para el año 2013 representó solo el 2.96%. El desempeño exportador de México previo a 2009, se caracterizó por su fragilidad, volatilidad y dependencia a las ganancias de competitividad por la devaluación del tipo de cambio, aunque desde 2014 a 2016 esta tendencia ha ido creciendo nuevamente pasando a 4.86% en el año 2016.

Así en 2016, México pasó a ocupar el lugar 16º como agroexportador en tanto que la participación de las exportaciones mexicanas en el total mundial pasó de representar 0.76% en 1983 a un máximo histórico en 2016 de 1.84%.<sup>96</sup>

<sup>96</sup>Lux Consultores en Comercio y Desarrollo, (29/06/2018), *La renegociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte: Balance y Perspectivas*, Consultado el 02 de Enero de 2020, de: <https://www.cefp.gob.mx/transp/CEFP-70-41-C-Estudio0016-130718.pdf>



Así mismo en el 2017, se obtuvieron buenos resultados ya que se alcanzó un total de exportaciones por 32 mil 583 millones de dólares, lo que generó un superávit de cinco mil 411 millones de dólares.<sup>97</sup>

Es importante recalcar que las exportaciones de este sector un gran porcentaje va destinado hacia el mercado estadounidense, pues cerca del 78% de las exportaciones van dirigidas hacia ese mercado, seguido de Japón con una participación del 2.64 % y Canadá con el 2.18 % de las exportaciones mexicanas.<sup>98</sup>

Las exportaciones agrícolas hacia Canadá se han incrementado sensiblemente a lo largo del tiempo, sin embargo los volúmenes de cantidad son muy pequeños, comparados con los de Estados Unidos y por lo tanto ingresos bajos. Los productos mayormente importados por Canadá de México son principalmente vegetales, frutas frescas y cerveza.

Ahora bien, los efectos más importantes desde la entrada en vigor del TLCAN se reflejaron en la modificación de la estructura de la oferta agropecuaria, es decir en la producción de cultivos mayormente competitivos para la exportación, en este caso; frutas y hortalizas, y por su parte menos bienes no tan competitivos o importados como granos y oleaginosas.

En este sentido, la mayoría de los productores mexicanos de frutas y hortalizas se vieron mayormente beneficiados por la apertura comercial. La rentable superioridad de las frutas y hortalizas, fortalecida por virtud del garantizado acceso preferencial al mercado estadounidense atrajo factores productivos e incrementos importantes en producción y productividad.

Los datos más recientes por la FAO , sitúan a México como el séptimo productor mundial de frutas y hortalizas, con un total de 32 millones de toneladas anuales. La participación nacional se ubica alrededor de 1.7% de la producción global,

---

<sup>97</sup> Rivera A., (2018/02/13), Rompe record en 2017 sector agroalimentario en exportaciones: SAGARPA, *Periódico "El Universal"*, Recuperado el 28 de Octubre de 2019, de: <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/sociedad/rompe-record-en-2017-sector-agroalimentario-en-exportaciones-sagarpa>

<sup>98</sup> Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, SIAP ,(2018), *Atlas agroalimentario, 2012-2018* , Recuperado el 19 de Enero de 2019, de: [https://nube.siap.gob.mx/gobmx\\_publicaciones\\_siap/pag/2018/Atlas-Agroalimentario-2018](https://nube.siap.gob.mx/gobmx_publicaciones_siap/pag/2018/Atlas-Agroalimentario-2018)

únicamente detrás de China (40.9 %), India (11.6 %), Estados Unidos (3.4 %), Brasil (2.6 %), Turquía (2.3 %) e Irán (1.8 %).<sup>99</sup>

La fortaleza y el dinamismo de la producción de frutas y hortalizas ha demostrado ser sólida y con un crecimiento por encima del desempeño de sus principales competidores, este dinamismo en la producción destaca, entre muchos factores por la ventaja dada por las condiciones climatológicas, además de la incorporación de nuevas tecnologías que han ayudado a incrementar el volumen de producción.

En 1990, México participó con 1.9% de la producción mundial y se encontraba en la posición 12 de los países productores. A partir de esa fecha, la producción nacional ha crecido a una tasa promedio anual de 3%.<sup>100</sup>

Así por ejemplo, las frutas producidas en México que se destacan por su participación a nivel internacional son el aguacate (30.2 % de la producción mundial), limón (13.6%), papaya ( 6.6%), naranja (6.3 %), frambuesa (5.8%), fresa (5.7%) y toronja (5.1%). Por otro lado, las verduras producidas en mayor relevancia a nivel mundial son el chile (8.5% de la producción mundial), ejote (6.6%), cebolla (2.3 %), calabaza (2.3%), espárrago (2.2%), tomate (2.1%), y brócoli y coliflor (2.1%)<sup>101</sup>. Dicho lo anterior, de esta manera México se ha posicionado como el quinto principal exportador de frutas y verduras.

De manera contraria, no se puede decir lo mismo respecto a los granos básicos y oleaginosas, pues el tamaño del consumo de estos productos en el mercado nacional mexicano se ha caracterizado por un crecimiento a partir de la entrada en vigor del TLCAN, mostrando un déficit agroalimentario ante la baja productividad

---

<sup>99</sup> Guajardo, B. R., (2017/10/16), El papel de México en la producción y exportación de frutas y verduras, *Periódico "El economista"*, Recuperado el 28 de Enero de 2019, : <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/El-papel-de-Mexico-en-la-produccion-de-frutas-y-verduras-II-20171018-0107.html>

<sup>100</sup> Bustos, R. (2017/10/17), *El papel de México en la producción y exportación de frutas y verduras*, Periódico El Economista, Consultado el 15 de Enero de 2020, de <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/El-papel-de-Mexico-en-la-produccion-y-exportacion-de-frutas-y-verduras-20171016-0088.html>

<sup>101</sup> íbidem

de granos básicos en territorio mexicano, lo cual ha ocasionado una mayor dependencia hacia estos alimentos y por ende mayores volúmenes de importación.

Las importaciones de México se concentran en bienes alimenticios básicos para la nutrición de la población como ; cereales (maíz y trigo), leche en soya y sorgo (forrajes para producir carnes) y preparados alimenticios. Así México es considerado un país importador neto de alimentos, sus exportaciones de granos básicos y oleaginosas no son significativas. El comercio de granos básicos y oleaginosas entre los países del TLCAN, es un comercio de doble vía entre Estados Unidos y Canadá, pero un comercio de una sola entrada entre Estado Unidos y México.

Un dato importante a recalcar es que de acuerdo con la FAO, una nación debería de producir 75% de los alimentos que consume para no sufrir una dependencia alimentaria, penosamente México compra del extranjero 43 % de los comestibles que consume y es el segundo país importador de alimentos per cápita después de Japón<sup>102</sup>.

Un hecho sin precedente es que, a partir de 2015, el sector agrícola de México presenta un superávit comercial, luego de pasar por muchos años de incurrir en déficits. A nueve años de iniciado el TLCAN, el déficit ascendió a 14 500 millones de dólares<sup>103</sup>, sin embargo a partir de 2015 México presentó un superávit comercial pasando de 26, 714 millones de dólares en 2015 a 32, 583 millones de dólares en 2017. (Ver gráfica 19)

Este superávit se explica por el aumento de las exportaciones de frutas y hortalizas en más de 2000 millones de dólares. Las ventas internacionales de productos agropecuarios rebasaron las ventas totales de bienes registradas en

---

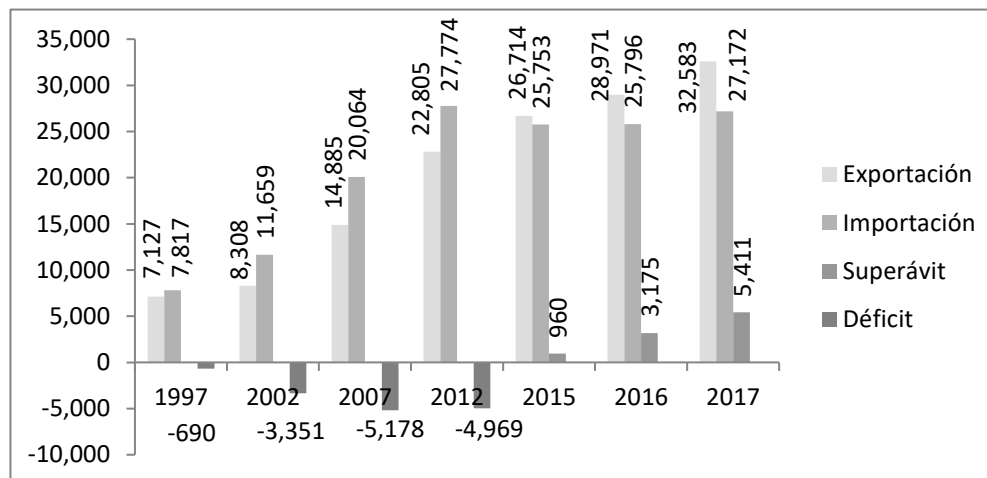
<sup>102</sup> S/A, (2018/05/13), México consume la mitad de los alimentos que consume, alertan, *Periódico en línea "La vanguardia"*, Recuperado el 01 de Febrero de 2019, de: <https://vanguardia.com.mx/articulo/mexico-importa-la-mitad-de-los-alimentos-que-consume-alertan>

<sup>103</sup> Schwentesius R. (Junio, 2019), La economía de México en el TLCAN: Balance y perspectivas frente al TMEC, Recuperado el 09 de Enero de 2020, de: [https://www.researchgate.net/publication/333985358\\_LA\\_ECONOMIA\\_DE\\_MEXICO\\_EN\\_EL\\_TLCAN\\_BALANCE\\_Y\\_PERSPECTIVAS\\_FRENTE\\_AL\\_T-MEC\\_USMCA](https://www.researchgate.net/publication/333985358_LA_ECONOMIA_DE_MEXICO_EN_EL_TLCAN_BALANCE_Y_PERSPECTIVAS_FRENTE_AL_T-MEC_USMCA)

2015, las cuales se ubican en 12 mil 971 millones de dólares, lo que es un reflejo del dinamismo que tiene este sector.<sup>104</sup>

### GRÁFICA 19

**BALANZA COMERCIAL AGROPECUARIA, MÉXICO (1997-2017)**  
(Millones de dólares)



Fuente: Elaboración propia. Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera, SIAP, (2017), Resultados de la Balanza Comercial Agropecuaria y Agroindustrial 2017, en: <http://www.cedrssa.gob.mx/files/10/53Resultados%20de%20la%20Balanza%20Comercial%20Agropecuaria%20y%20Agroindustrial%202017.pdf>

Existen distintos factores que explican la caída sustantiva en la producción de granos básicos en México, hablando particularmente del maíz, frijol, trigo y arroz se encuentra la decadente reducción en la producción de granos básicos, por darle prioridad a la producción agroalimentaria de artículos para su exportación, principalmente de cultivos hortofrutícolas. Otra de las razones fue el *dumping* en productos comerciados entre México y Estados Unidos como el frijol, maíz, trigo,

<sup>104</sup> Lux Consultores en Comercio y Desarrollo, (29/06/2018), *La renegociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte: Balance y Perspectivas*, Consultado el 02 de Enero de 2020, de: <https://www.cefp.gob.mx/transp/CEFP-70-41-C-Estudio0016-130718.pdf>

algodón, arroz, soya, carne de cerdo, pollo y res, los cuales fueron importados a precios menores al costo de producción nacional.

Durante las décadas de los años setenta y ochenta, la producción nacional era la base principal de la oferta alimentaria para la población, pues existían aranceles a la importación de alimentos, por lo que la producción nacional se encontraba “protegida” de la competencia internacional, la situación cambió radicalmente con la firma del TLCAN en 1994, desde entonces se consolidó una dependencia estructural de granos básicos hasta llegar a importar en 2013, el 93% de la soya consumida en el país, el 83% del arroz, el 64 % de trigo y el 31 % del maíz,<sup>105</sup> lo que condujo gradualmente a una mayor dependencia agroalimentaria de productos básicos.

En marzo de 2017, el CEDRSSA (Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria de la Cámara de Diputados), divulgó un informe en el que resaltó que el 75% de las importaciones de alimentos dependen de EE. UU. y un 7.7 % son provenientes de Canadá. Para ser más precisos en el artículo 179 de la Ley de Desarrollo Rural Sustentable promulgada el 7 de diciembre de 2001 se mencionan los 10 productos “básicos y estratégicos” para México: maíz, caña de azúcar, frijol, trigo, arroz, sorgo, café, huevo, leche, carne (de bovinos, porcinos, aves) y pescado, los cuales cuya mayor parte actualmente es importada de Estados Unidos.

Si bien es cierto que el comercio mundial debe constituirse en una estrategia importante para el logro del bienestar de los ciudadanos de los países que deciden incorporarse a él, paralelamente deben impulsarse estrategias internas capaces de abastecer los alimentos básicos, para no afectar la soberanía nacional alimentaria, situación en la que a México le afectó.

---

<sup>105</sup>Silva, M. M., ( Junio, 2018) , La dependencia alimentaria de México, *Periodico La crónica de Chihuahua* ,Recuperado el 28 de Enero de 2019, de: <http://www.cronicadechihuahua.com/La-dependencia-alimentaria-de,54025.html>

En Marzo de 2018, el Banco de México (Banxico) informó que el principal producto alimentario importado por México es un residual de la industria agroalimentaria de EE. UU., el maíz amarillo transgénico plantado por Monsanto en EE. UU. y usado para alimentar animales; México importa 14 millones de toneladas promedio anuales de maíz amarillo, con un costo (a 2017) de dos mil 385 mdd; adquiere soya (195.9 miles de mdd); trigo (115.5 miles de mdd); semillas varias como las de nabo (75.2 miles mdd), además de dos millones de toneladas de carne de cerdo; 250 mil toneladas de leche; 37 mil toneladas de huevo, así como otras tantas miles de toneladas de pollo, especialmente de piernas y muslos, además importamos frijol, uvas, manzanas, peras, membrillos, arroz, sorgo y algodón.<sup>106</sup>

Citado lo anterior supone hasta aquí que la participación del sector agropecuario en las importaciones totales ha presentado problemas de competitividad frente a otros países en términos de subsidios y otras fuentes de abatimiento de costos.

Es muy cierto que México se encuentra en gran desventaja en términos de subsidios agropecuarios frente a Estados Unidos y Canadá, sobre todo el primero, los subsidios agropecuarios por hectárea de cultivo en México son bajos con respecto a los de Estados Unidos y lo que propone la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE); por ejemplo en México los subsidios representan 81% de dicho total, mientras que en la OCDE representa el 75% y en Estados Unidos se le destina un 54 %, pese a tener un mayor peso relativo en México, la participación de los subsidios mediante servicios generales (provisión de infraestructura, investigación y desarrollo, promoción y comercialización) es de 24% y 17%, respectivamente, frente a 10 % en México.<sup>107</sup>

Con respecto a Canadá, los subsidios al productor por hectárea son iguales que los de México (53 dólares por hectárea), pero la participación de los derivados de

---

<sup>106</sup> *Íbidem*

<sup>107</sup> Mercado A., Mella M., ( Marzo, 2006), La economía agropecuaria mexicana en el TLCAN, *Revista Comercio Exterior*, Vol. 56, Recuperado el 2 de Febrero de 2019, de : de <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/89/1/Mella-Mercado.pdf>

servicios generales es de 25%, lo cual es mayor que en México.<sup>108</sup> Es decir, la estructura de subsidios de Estados Unidos y Canadá tiene más impulso competitivo que la de México.

Por lo tanto hablamos de que existe una dualidad entre los 3 países, pues en distintos rubros como; subsidios, productividad, crédito, existe una desigualdad. Aunque esta dualidad no solamente se da entre socios comerciales, sino también dentro del propio territorio nacional mexicano, pues internamente existe una heterogeneidad entre los rezagos productivos y comerciales. Por ejemplo, por un lado se ha desarrollado una actividad comercial moderna y tecnificada vinculada con la agroindustria y orientada a los mercados externos y, por otro, hay una actividad que combina la producción de autoconsumo con la venta de excedentes en el mercado.

En la parte del norte de México predomina una agricultura empresarial con tecnología de producción moderna y un gran empleo de jornales, en contra parte en el sur y sureste podemos encontrar una agricultura en donde el autoconsumo y uso de mano de obra familiar predomina, y a su vez el escaso apoyo gubernamental margina el uso de incentivos y tecnologías para abatir costos y elevar la productividad. De 5.3 millones de unidades económicas rurales, 3.9 millones (72.6%) pertenecen a la categoría marginal y sólo 448 mil (8.4 %) desarrollan una actividad empresarial pujante, y 18 mil (0.3 %) pertenecen al sector empresarial dinámico.<sup>109</sup>

De esta manera, la dualidad se manifiesta de manera comercial y regional, y a pesar de que el gobierno mexicano ha creado algunos programas e instituciones para lograr el desarrollo hacia un campo más competitivo, aún sigue existiendo una gran brecha entre los tres países. En definitiva, pese a que no se ha conseguido

---

<sup>108</sup> Íbidem

<sup>109</sup> Corona R. I. & Centro de Estudios de Finanzas Públicas. Cámara de diputados .(2016). *El desarrollo de la agricultura y el impacto que tendría en las finanzas públicas de México*. Recuperado el 03 de Febrero de 2019, de: [http://www.cefp.gob.mx/formulario/Trabajo\\_12a.pdf](http://www.cefp.gob.mx/formulario/Trabajo_12a.pdf)

un cambio estructural en el comercio exterior agroalimentario (al menos no tan claro en las importaciones), los datos expuestos anteriormente demuestran que los productos hortofrutícolas han sido principalmente los que se han beneficiado del tratado.

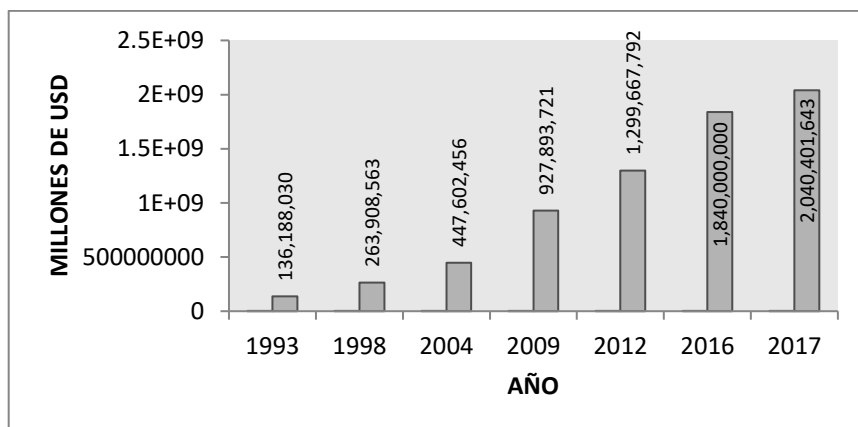
### ***Evolución del comercio agrícola entre México y Canadá***

México y Canadá tienen una relación política de más de 70 años y comercial de más de 24 años, fue así como con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) el comercio bilateral entre ambos países ha ido en incremento.

La siguiente gráfica muestra datos del crecimiento que han tenido las exportaciones mexicanas hacia Canadá, se aprecia que en 1993 las exportaciones a dicho país sumaron un total de 136 millones de USD, mientras que para 2017 las exportaciones agroalimentarias alcanzaron los 2 mil millones de dólares, una alza del 8.7 % , luego que en 2016 cerrarán en 1,840 millones de dólares. (Ver gráfica 20)



**GRÁFICA 20**  
**EXPORTACIONES MEXICANAS AGROALIMENTARIAS HACIA CANADÁ**  
**1993-2017.(Millones de dólares, USD )**



Fuente: Elaboración propia . Statistics Canada, (2016), *Canadian Trade and Investment Activity: Canada-Mexico*, en : [https://lop.parl.ca/sites/PublicWebsite/default/en\\_CA/ResearchPublications/TradeAndInvestment/201346E](https://lop.parl.ca/sites/PublicWebsite/default/en_CA/ResearchPublications/TradeAndInvestment/201346E) y la Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural, (2017), *Balanza Comercial Agroalimentaria México-Canadá*, en : <http://ceag.org.mx/presentaciones/5.pdf>

Durante este lapso los principales productos de exportación del sector agrícola mexicano a Canadá han sido el aguacate, tomate, pimiento, frambuesas y zarzamoras, coliflores y brócoli, mangos, guayabas, uvas, pepinos, coles y arándanos frescos.

De acuerdo a datos obtenidos del órgano de Estadísticas Canadá en el 2017 la ciudad canadiense de Ontario concentró el mayor volumen de importaciones agroalimentarias mexicanas, con 64%, seguido de Columbia Británica (17%), Alberta (14%), Manitoba (2.0%), Quebec (1.0%) y New Brunswick (1.0%).<sup>110</sup>

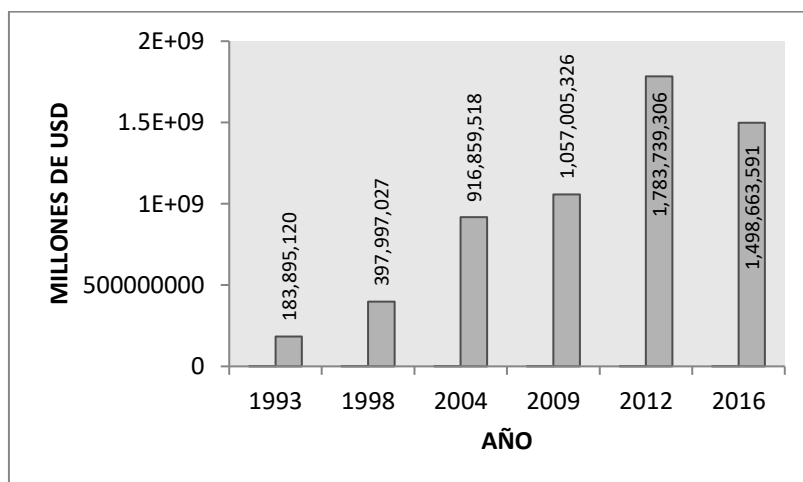
Actualmente México ocupa el segundo lugar como socio comercial proveedor de alimentos agrícolas en Canadá, esto como resultado de un mayor flujo exportador

<sup>110</sup> S.A, (2018/12/11), México eleva 2.6% exportaciones agroalimentarias a Canadá, *Periódico Excelsior*, Recuperado el 27 de Febrero de 2019, de: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/mexico-eleva-26-exportaciones-agroalimentarias-a-canada/1284123>

hacia esta nación. Asimismo existen estimaciones que proyectan que las exportaciones agroalimentarias mexicanas hacia Canadá sigan creciendo 5% anualmente.

Por su parte, las importaciones de Canadá hacia México han mostrado por igual un crecimiento a lo largo de los últimos años. En 1993, México importó 183 millones de dólares de productos agroalimentarios, mientras que en 2017 esta cifra se elevó a mil 499 millones de USD. (Ver gráfica 21)

**GRÁFICA 21**  
**IMPORTACIONES AGROALIMENTARIAS DE CANADÁ HACIA MÉXICO**  
**1993-2016**  
**(Millones de dólares, USD)**



Fuente: Elaboración propia . Statistics Canada, (2016), Canadian Trade and Investment Activity: Canada-Mexico, en [https://lop.parl.ca/sites/PublicWebsite/default/en\\_CA/ResearchPublications/TradeAndInvestment/201346E](https://lop.parl.ca/sites/PublicWebsite/default/en_CA/ResearchPublications/TradeAndInvestment/201346E) y la Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural, (2017), Balanza Comercial Agroalimentaria México-Canadá, en : <http://ceag.org.mx/presentaciones/5.pdf>

Los principales productos que se importan de Canadá se centran en especial en dos grupos; las semillas de canola que aunque su porcentaje ha decrecido,

representan el primer producto de importación; y el trigo y mostajo.<sup>111</sup> Así como cereales, lentejas, frijoles, entre otros.

Canadá tradicionalmente ha tenido un superávit en su balanza comercial agroalimentaria, que en 2017 fue de 9,712 millones de dólares, aún cuando tuvo un déficit con México de 542 millones de dólares; sin embargo en 1993, antes de que entrara en vigor el TLCAN México mantuvo un saldo desfavorable de 4 millones de dólares que a través de los años se ha revertido para convertirse en un balance favorable para México.<sup>112</sup>

En definitiva, el comercio del sector agropecuario tanto mexicano como canadiense, sufrió una importante transformación a raíz de la apertura comercial, en 1994. Ambos países muestran incrementos en cifras comerciales. A grandes rasgos, nuestro país se ha posicionado como un importante proveedor de alimentos agrícolas en el mercado canadiense, un claro ejemplo es el aguacate, el llamado “oro verde”, un alimento saludable y con una gran oportunidad de exportación y se podría decir que uno de los alimentos más beneficiados de este tratado.

Es muy probable que el intercambio comercial entre ambos países continúe creciendo a grandes escalas. Hacia el futuro inmediato, las tendencias muestran que los factores externos, asociados a la demanda internacional y los precios, tendrán una mayor influencia en las actividades agrícolas.

Con respecto al análisis del sector agropecuario, en definitiva la producción agrícola mexicana ha experimentado un mayor incremento desde la entrada en vigor del TLCAN, ocasionando una mayor integración del sector en la economía mundial, pues la liberalización del comercio facilitó la implementación de instrumentos sólidos para potencializar el comercio entre los tres países, sin embargo la política agropecuaria se ha tornado en darle una mayor especialización

---

<sup>111</sup> S.A, (2017/12/26), Exportaciones agroalimentarias a Canadá crecerán 8.7%, *Periódico El economista*, Recuperado el 17 de Febrero de 2019, de: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Exportaciones-agroalimentarias-a-Canada-creceran-8.7-20171226-0029.html>

<sup>112</sup> Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria, CEDRSSA,(2018), *El comercio agroalimentario de México con Canadá en el marco del TLCAN*, Recuperado el 14 de Octubre de 2018, de : [http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/13/55Comercio\\_Agroalimentario\\_MexCan\\_TLCAN.pdf](http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/13/55Comercio_Agroalimentario_MexCan_TLCAN.pdf)

a las unidades productoras de exportación, hecho que ha transformado la estructura productiva de las actividades agrícolas.

Se puede hablar de que los efectos de esta liberalización en el sector agrícola han sido heterogéneo, por una parte esta apertura comercial trajo consigo un aumento en la eficiencia en la producción de los productos hortofrutícolas, volviendo más competitivos a los productores nacionales frente a los productores internacionales, sobre todo a aquellos productores modernos de frutas y hortalizas que supieron acoplarse a las exigencias del mercado internacional y aprovecharon los programas implementados por el gobierno mexicano para potencializar las ventajas comparativas, y poder lograr un íntegro acceso al mercado norteamericano. En contraparte, los pequeños productores, en especial aquellos dedicados al cultivo de cereales y granos básicos, se han visto imposibilitados de competir de forma equitativa con los productores estadounidenses y canadienses, pues no han tenido un cambio estructural en la producción, ocasionando un descenso tanto en producción como superficie. Las diversas dualidades existentes, junto con la exclusión del mercado de un gran número de productores ha generado un creciente déficit comercial con la importación de cereales y granos básicos, que a su vez nos ha traído como consecuencia una dependencia alimentaria.

Vale la pena decir que el atraso del sector agropecuario es previo a la liberalización comercial y a la firma del TLCAN, el estado crítico del campo mexicano ha sido el resultado de una serie de políticas mal diseñadas, una ausencia y falta de claridad por parte del Estado. Aunque desde otra perspectiva, diversos críticos sustentan que la situación del campo sería peor sin el tratado ya que habría menos inversión y por lo tanto, más desempleo, un dólar más caro, tasas de interés más altas y mayores precios en los alimentos, además el TLCAN también permitió que otras industrias como la pecuaria y avícola se desarrollaran.

Finalmente el TLCAN incrementó las prácticas capitalistas en el sector moderno de la agricultura, trayendo muy buenos resultados en materia de exportación para un sector muy reducido, y por otro lado actuó en detrimento del sector dedicado a

la agricultura tradicional, pues las brechas entre productores orientados al mercado y productores familiares se acrecentaron. Esta situación, sin duda plantea retos y oportunidades para los productores y consumidores mexicanos.

#### **4.1.2 Situación del sector agrícola orgánico en el TLCAN y expectativas para el T-MEC/USMCA.**

Actualmente existen muy pocas pruebas de que el TLCAN haya impulsado el desarrollo de la agricultura orgánica en México, ya que los cambios estructurales del sector no empezaron con el TLCAN, ni ha sido el TLCAN la causa de estos cambios. Los cambiantes modelos agrícolas de México se remontan a los años ochenta, cuando el gobierno promovió la producción agrícola orientada a la exportación al facilitar la agricultura en gran escala mediante la reforma agraria.<sup>113</sup> Con ello, la liberalización del TLCAN en diferentes alimentos se ha acelerado y profundizado, orientando la producción hacia la exportación.

El TLCAN aceleró y profundizó la línea divisora entre los medianos y grandes productores de orgánicos (quienes han obtenido una mejor ventaja priorizando su producción a la exportación, lo que les ha dejado grandes beneficios económicos) y entre los pequeños productores (orientados en su mayoría a la producción en pequeña escala y al uso de subsistencia); sin embargo es importante hacer mención que posterior a la firma del TLCAN el gobierno mexicano impulsó el desarrollo del mercado orgánico interno para volverlo más competitivo y poder aprovechar las ventajas de este acuerdo, a través de cambios tecnológicos en ciertas zonas del país haciendo énfasis en la producción de cultivos que se ajustan a las exigencias del mercado internacional.

Recapitulando la información del subcapítulo 2.2, el desarrollo de la superficie agrícola destinada a la agricultura orgánica ha ido incrementando a lo largo de

---

<sup>113</sup> Audley, J., Papademetriou, D., Polaski, S. and Vaughan, S. (2003). *La Promesa y la Realidad del TLCAN*. Carnegie Endowment. Recuperado el 20 de Febrero de 2019, de: [https://carnegieendowment.org/pdf/files/NAFTA\\_Spanish\\_fulltext.pdf](https://carnegieendowment.org/pdf/files/NAFTA_Spanish_fulltext.pdf)

estos años; por ejemplo, la superficie orgánica en el año 1996 era de 21,265 hectáreas, para el 2000 rebasó las 102,802 he , 12 años después alcanzó las 512,246 ha, y en el 2016 llegó al millón de hectáreas dedicadas al cultivo orgánico, esta cifra clasifica a México entre las 10 naciones que más hectáreas ha destinado en años recientes. Anualmente el país produce 262,000 toneladas de alimentos orgánicos, al menos 130 productos distintos, lo que ha convertido a México en el cuarto mayor productor de alimentos orgánicos a nivel global. Asimismo, con 210,000 productores, México es el tercer país con la mayor fuerza productiva en el mundo después India y Uganda.<sup>114</sup>

Hoy en día se producen más de 45 productos orgánicos en México, sin embargo de la producción total de orgánicos, el 85 % se exporta a Estados Unidos, Canadá y hacia la Unión Europea, el restante es para consumo nacional.

Desde hace ya varios años la mayor parte de los productos orgánicos destinados a la exportación son dirigidos hacia Estados Unidos, este país se ha mantenido como el primer socio comercial, pues la cercanía y la complementariedad que existe en las estaciones y climas han ocasionado que desde la firma del TLCAN tanto los productos agrícolas convencionales así como los orgánicos tuvieran un incremento en las exportaciones.

Conforme a datos obtenidos por la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, SIAP, las ventas de orgánicos hacia Estados Unidos se incrementaron 96.8% al pasar de 141.5 millones de dólares a 278.5 millones de dólares de 2015 a 2017.<sup>115</sup> Además los principales productos que importó Estados Unidos en el 2017 fueron el

---

<sup>114</sup> Cabrera E. Jair, (2018-09-21), México orgánico: entre la tradición y la modernidad, *Periódico El Economista*, Recuperado el 28 de Diciembre de 2018, de : <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Mexico-organico-entre-la-tradicion-y-la-modernidad-20181021-0087.html>

<sup>115</sup> Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural, (Enero 2019), *Exportamos orgánico a Alemania, Francia, Suiza y Japón*, Recuperado el 06 de Enero de 2019, de: <https://www.gob.mx/sader/colima/articulos/exportamos-organico-a-alemania-francia-suiza-y-japon?idiom=es>

aguacate orgánico con un total valuado en US USD \$ 55.8 millones, el plátano con USD \$ 20 millones y el Café Arábica con USD \$ 19.4 millones.<sup>116</sup>

Respecto a Canadá, el TLCAN propició un aumento en la exportación de productos orgánicos hacia este país, desde hace varios años México ha mantenido un superávit comercial frente a este país en relación a los productos orgánicos. Datos obtenidos de la COTA arrojan que en 2012 México exportó CA \$30.7 millones, para el 2015 esa cifra pasó a CA \$ 49.3 millones y para finales del 2017 se exportaron CA \$96.2 millones. Tan solo en 5 años las exportaciones de México hacia este país tuvieron un incremento sustancial, siendo los principales productos orgánicos que importa Canadá de México el jitomate orgánico, frambuesas, uvas, plátanos, arándanos, fresas, así como cítricos (limones, limas y naranjas).<sup>117</sup>

Tan solo las ventas millonarias de alimentos orgánicos son una muestra de la creciente demanda de estos productos en el mercado internacional, lo que ha detonado diversas oportunidades de exportación para los productores mexicanos y un mayor crecimiento y desarrollo del campo orgánico mexicano. Aunque, como se mencionó anteriormente los pequeños productores han sido los más afectados y menos beneficiados por los cambios estructurales asociados con la liberalización del mercado mexicano, sin embargo no se le puede atribuir al TLCAN la causa de estas deficiencias.

Como primer punto la principal barrera con la que se enfrentan los pequeños productores a la hora de exportar son los elevados costos administrativos y de certificación, esto se debe al hecho de que en México la mayoría de las certificadoras no son instituciones con operación completa en el país, sino que son personas o despachos subcontratados sólo para recibir solicitudes de certificación y es en el país origen donde se establecen los costos, lo cual ocasiona que también

---

<sup>116</sup> Organic Produce Network, (2018), *U.S. imports of Mexican organics up 72% in 2017*, Recuperado el 05 de Febrero de 2019, de: <http://www.organicproducenetwork.com/article/186/us-imports-of-mexican-organics-up-72-in-2017>

<sup>117</sup> Agriculture and Agri-Food Canada,(2018), *Statistical Overview of the Canadian Vegetable Industry 2017*. Recuperado el 09 de Febero de 2019, de de:<http://www.agr.gc.ca/eng/industry-markets-and-trade/canadian-agri-food-sector-intelligence/horticulture/horticulture-sector-reports/statistical-overview-of-the-canadian-vegetable-industry-2017/?id=1541522324172>

los costos puedan estar influidos por la fluctuación del tipo de cambio del dólar americano o del euro.<sup>118</sup>

Al mismo tiempo el excesivo intermediarismo (principalmente con los *brokers*) que se da en el proceso de comercialización es otro factor que afecta a los pequeños productores orgánicos, pues las precarias formas de organización y su reducido acceso a los canales de comercialización de sus productos, ocasionan que los costos de producción aumenten y por consiguiente disminuyan las ganancias para ellos.

De igual modo la baja diversificación de los productos orgánicos de exportación por entidad federativa es otra problemática pues este resultado es consistente con la situación manifestada en las entidades federativas de orientación de la producción hacia los productos que son rentables en el mercado internacional y, con ello el abandono de muchos otros productos de importancia y riqueza alimentaria para las regiones.<sup>119</sup>

Con base a lo expuesto podemos decir que los pequeños productores orgánicos no han podido aprovechar las ventajas del acuerdo comercial entre sus socios puesto que la problemáticas a las que se enfrentan son en relación a los costos, tanto de certificación, como los que interponen los intermediarios comerciales.

En suma, México se ha posicionado como un país con balanza superavitaria frente a las relaciones con Estados Unidos y Canadá en alimentos orgánicos, por lo que somos más soberanos en este sector, y mantenemos una mayor ventaja competitiva al vender, aunque esto no quiere decir que seamos autosuficientes en cada uno de los productos orgánicos que se consumen, además se debe de invertir más en este sector ya que cada día la producción de otros países de América Latina

---

<sup>118</sup> Paredes J., Dante A., Schwentesius R., (2015), *Desafíos y prioridades de la agricultura orgánica en México*, *Mirando a la Unión Europea*, México, Centro de Estudios para el Desarrollo Sustentable y la Soberanía Alimentaria, Recuperado el 03 de Marzo de 2019, de: [http://biblioteca.diputados.gob.mx/janium/bv/cedrssa/lxii/des\\_priagr\\_orgme\\_mue.pdf](http://biblioteca.diputados.gob.mx/janium/bv/cedrssa/lxii/des_priagr_orgme_mue.pdf)

<sup>119</sup> Escalona, M., A., (2009): *Los tianguis y mercados locales de alimentos ecológicos en México: su papel en el consumo, la producción y la conservación de la biodiversidad y cultura*, (Tesis de doctorado en agroecología, sociología y desarrollo rural sustentable), Universidad de Córdoba, España.



aumenta. El sector orgánico mexicano enfrenta nuevos retos y la necesidad de volverse más competitivos está a flote.

### ***Expectativas del sector orgánico mexicano para el T-MEC/USMCA***

Tras casi 25 años de la entrada en vigor del TLCAN, los tres países decidieron adoptar un nuevo acuerdo comercial para el XXI. Esta renegociación fue una iniciativa del presidente estadounidense Donald Trump, pues antes de tomar posesión anunció diversas medidas en materia de comercio exterior y una de ellas fue la renegociación o la cancelación del TLCAN con el argumento de que existían desventajas y un creciente déficit para su país. Así, después de 9 rondas de renegociación que duró más de 12 meses, se llegó a la firma el 30 de noviembre del 2018 del nuevo pacto comercial llamado *USMCA* (por sus siglas en inglés) o *T-MEC* (Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá, por sus siglas en español), el cual sustituirá al TLCAN.

Uno de los sectores comerciales de mayor interés en el intercambio comercial para estos tres países es el agrícola, y cabe resaltar que dentro de los objetivos de este acuerdo se encuentra la promoción del desarrollo sustentable.

La liberalización del campo mexicano ha contribuido y definido el rumbo de este sector, por lo que resulta fundamental realizar un análisis sobre las expectativas que se derivan del nuevo acuerdo para este sector; sin embargo en este estudio únicamente tocaremos el tema de la importancia de desarrollar e incluir nuevas condiciones para la integración comercial de la agricultura sostenible, pues esto traería la posibilidad de aumentar la producción de alimentos de manera sostenible y mejorar la seguridad alimentaria.

Es importante mencionar que en los capítulos del TLCAN, y en específico el capítulo VII relacionando a la agricultura no existen instrumentos de política comercial diseñados y aplicados para los productos de origen orgánicos, inclusive estos productos no cuentan con un propio código arancelario, esto repercute no

solo en el volumen de productos orgánicos que se comercializan entre los tres países, sino en la naturaleza de los estándares futuros sobre los tipos de tecnologías, certificaciones y técnicas permitidas para la agricultura orgánica.

Precisamente uno de los principales problemas con los que se enfrentan los productores orgánicos mexicanos a la hora de exportar sus productos, ha sido la falta de acuerdos de equivalencia, esto implica que ambas autoridades reconozcan como iguales los procesos de certificación, es decir, que basta con que un producto ostente el sello *SAGARPA Organic, CANADA Organic ó USDA Organic* para que la contraparte lo reconozca. Esta situación plantea la necesidad de agregar un capítulo o segmento en el nuevo acuerdo comercial que esté relacionado con la cooperación en materia de regulación para productos orgánicos, en el cual se aborden normas sobre el uso de pesticidas, certificación orgánica y regulaciones en el tema de biotecnología agrícola, pues actualmente hay una gran necesidad de promover el desarrollo sostenible y fortalecer la cooperación en materia ambiental.

Si bien, actualmente los productores mexicanos se certifican en normas orgánicas de origen extranjero para poder ingresar a mercados internacionales, el hecho de contar con normas nacionales que sean reconocidas como equivalentes a las establecidas por otros países, disminuiría los costos de certificación y de auditorías de los productores mexicanos, fomentando precios más competitivos en el exterior<sup>120</sup>, además agilizaría las operaciones comerciales y sobre todo facilitaría y fomentaría una mayor oportunidad de exportación hacia los pequeños productores, generando una mayor prosperidad y bienestar tanto como para los productores como para los consumidores.

La aplicación de un capítulo o segmento sobre cooperación regulatoria ayudaría a mejorar las estrategias de seguridad alimentaria y se podrían incluir planes de acción destinados específicamente hacia la agricultura orgánica, con fijación en objetivos de desarrollo hacia este sector.

---

<sup>120</sup> Alcalá C., J., (s.f), *La producción de orgánicos como alternativa de desarrollo del campo mexicano*, Recuperado el 18 de Febrero de 2019, de: <http://www.redinnovagro.in/documentosinnov/laproduccion.pdf>

Por otro lado es muy importante darle continuidad y seguimiento al ACAAN (*Acuerdo de Cooperación Ambiental de América del Norte*) entre Canadá, México y Estados Unidos, el cual fue firmado simultáneamente a la entrada en vigor del TLCAN en 1994. Uno de los objetivos de este acuerdo es la promoción del desarrollo sustentable a partir de la cooperación y el apoyo mutuo en políticas ambientales y económicas.<sup>121</sup>

Se puede decir que uno de los saldos positivos que ha tenido este acuerdo ha sido en poner en canal a los tres países en materia de cooperación ambiental, sin embargo, lamentablemente en materia del sector orgánico entre los tres países no ha existido un gran impacto en el fortalecimiento de una cooperación conjunta sobre programas de intercambio de información en tecnología agropecuaria, desarrollo sustentable, productividad, competitividad y rentabilidad.

En el marco del TLCAN y del ACAAN es sabido que México es el país con mayores carencias de política ambiental en comparación con Estados Unidos y Canadá, así la necesidad de seguir trabajando en materia sustentable se ha vuelto latente.

Finalmente, el éxito de la agricultura y el desarrollo rural sostenible dependerá en gran parte del apoyo y la participación de la población rural, de los gobiernos, del sector privado y de la cooperación internacional.

#### **4.2 Detección de oportunidades para productos agrícolas orgánicos mexicanos en el mercado canadiense.**

La creciente conciencia ambiental del consumidor canadiense aunado a la importancia de consumir alimentos sanos para la salud ha ido en aumento a lo

---

<sup>121</sup> Comisión para la Cooperación Ambiental, (s.f), *Acerca de la ACA*, Recuperado el 13 de Enero de 2019, de: <http://www.cec.org/es/acerca-de-la-cca/acerca-de-la-cca>

largo de estos años, ocasionando un crecimiento acelerado en la demanda de productos orgánicos.

Si bien, Canadá tiene la capacidad de producir una parte de todo su consumo orgánico, las condiciones geo climáticas de este país impiden llevar a cabo la cosecha a lo largo de todo el año, pues el clima de Canadá es frío la mayor parte del año y las estaciones de producción son únicamente en los meses de julio a octubre. En este sentido, la importación se ha vuelto de suma importancia para poder abastecer su demanda interna y se estima que las importaciones representan el 50 por ciento de las ventas de alimentos y bebidas orgánicas en el país.

Debido a estos factores, el mercado canadiense ofrece oportunidades de comercialización para alimentos sostenibles que brinden salud y bienestar a su población. Ante esto los productores agrícolas orgánicos mexicanos encuentran una oportunidad de exportación de sus productos hacia este mercado.

Ahora bien, los principales productos orgánicos que importa Canadá corresponden a 3 categorías de partidas arancelarias:

1. Frutas frescas orgánicas
2. Vegetales orgánicos
3. Café y té orgánico

Cabe mencionar que las frutas y verduras orgánicas son los productos líderes en consumo de orgánicos capturando el 96% del total de las ventas orgánicas en Canadá<sup>122</sup> y representando el mayor número de compradores del rubro.

A continuación se observan los principales 15 productos agrícolas orgánicos con una mayor demanda en Canadá, los cuales a su vez tienen mayor oportunidad de ser comercializados en este mercado.

---

<sup>122</sup> Canada Organic Trade Association, (2017), *Organic in Canada by the numbers 2017*. Recuperado el 13 de Febrero de 2019, de: <https://canada-organic.myshopify.com/collections/organic-agriculture-by-the-numbers/products/organic-agriculture-by-the-numbers-2017-data>

**CUADRO 14**  
**PRINCIPALES 15 PRODUCTOS AGRÍCOLAS ORGÁNICOS CON MAYOR DEMANDA**

<b>PRODUCTOS</b>
1. Café no tostado
2. Lechuga
3. Plátanos
4. Espinaca
5. Manzanas
6. Fresas
7. Zanahorias
8. Arándanos
9. Jitomate
10. Frambuesas y Moras
11. Uvas
12. Café Tostado
13. Limones
14. Aguacate
15. Broccoli

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Statistics Canada, (s/f), *Canadian Importers Data Base*, en : <https://www.ic.gc.ca/eic/site/cid-dic.nsf/eng/homea>.

Otros productos agrícolas orgánicos mayoritariamente de importación son ; rábanos, pimientos, apio, coles de bruselas, pepinos, papas, las berenjenas y el jitomate cherry así como mango, guayaba, piña, naranjas y toronjas .

El gran dinamismo comercial que presenta actualmente el mercado orgánico canadiense además del crecimiento exponencial, representa una oportunidad para aquellos productores que deseen exportar sus productos. A partir de este estudio, pequeños y medianos productores podrán comprobar que el incursionar en la exportación hacia el mercado canadiense es benéfico para la comercialización de sus productos.

### **4.3 Promoción y distribución para productos agrícolas orgánicos en Canadá.**

La promoción y distribución del producto a exportar en el mercado meta es de suma importancia para identificar cuáles son las distintas alternativas disponibles para que el producto pueda llegar a manos del consumidor. La importancia del canal de distribución radica en el beneficio que se le brinda al consumidor en cuanto al ahorro de tiempo cuando hay que recorrer grandes distancias, como es el caso de Canadá, para poder satisfacer sus necesidades.

En este sentido evaluar las opciones tanto de promoción y distribución permitirán que el exportador pueda encontrar la mejor manera de llevar sus productos al consumidor canadiense .

Las ferias son un importante instrumento para promover la oferta comercial de empresas o exportadores, en ellas se realizan actuaciones de comunicación comercial, pues permiten reunir en un mismo espacio físico la oferta y demanda para la obtención de relaciones comerciales.

#### **4.3.1 Ferias y exposiciones para productos agrícolas orgánicos en Canadá.**

Las ferias son grandes eventos comerciales de exhibición de productos y servicios, además de un punto de encuentro entre la oferta y la demanda que facilita la negociación. Constituyen una instancia para analizar el mercado, observar la

competencia y representan una gran oportunidad para contactar importadores y distribuidores y poder dar el primer paso hacia la exportación de sus productos. Las ferias son una herramienta para poder lograr un gran número de contactos en un corto tiempo y la oportunidad de lograr alianzas estratégicas. Por esta razón se recomienda a los campesinos/productores o exportadores localizar las principales ferias o exposiciones en Canadá para tener la posibilidad de interactuar y conocer el mercado alimenticio y en específico el orgánico.

A saber, las ferias más importantes del sector alimenticio en donde existe la posibilidad de exhibir y dar a conocer la oferta orgánica en Canadá son:

- **SIAL CANADA- International Food Exhibition**

SIAL CANADA es ahora el único evento de su escala en este país, con más de 1,000 expositores nacionales e internacionales de 50 países que albergan a más de 18,500 compradores de Canadá, los EE. UU. y otros 60 países. Es la única feria comercial nacional que ofrece una gama completa de productos alimenticios.<sup>123</sup>

Lugar: Montreal, Québec

Temporada: Abril y Mayo

- **Grocery Innovation Canada**

Organizada por la Federación Canadiense de Supermercados Independientes (*Canadian Federation of Independent Grocers , CFGI*). Se muestran los productos y equipamiento a los más de 4,000 supermercados miembros de la CFGI.<sup>124</sup>

Lugar: Toronto, Ontario

Temporada: Octubre

- **Canada Health Food Association Expo West**

---

<sup>123</sup> SIAL Canada,(s,f), *About SIAL Canada*, Recuperado 12 de Febrero de 2019 , de: <https://sialcanada.com/en/>

<sup>124</sup> Canadian Federation of Independent Grocers , (s.f),*About CFGI*, Recuperado el 12 de Febrero de 2019, de: <https://cfgi.ca/>

Esta feria está organizada por la Canada Health Food Association, la cual es la asociación comercial más grande en Canadá dedicada a la salud natural y los productos orgánicos. *"Somos la industria canadiense que apoya directamente lo mejor en alimentación saludable y prácticas de vida"*<sup>125</sup>. Esta asociación aboga por buenas prácticas a favor de la salud, el medio ambiente y la construcción de una economía sostenible a largo plazo. Esta feria se lleva a cabo en diversas ciudades de Canadá y en ella participan productores, minoristas, mayoristas, distribuidores e importadores de productos naturales y de salud natural.

Lugar: Vancouver, British Columbia

Temporada : Febrero

- **Canada Health Food Association Expo Quebec**

Lugar: Montreal, Quebec

Temporada: Mayo

- **Canada Health Food Association Expo East**

¿Lugar: Toronto, Ontario

Temporada : Septiembre

- **THE CRFA SHOW**

Esta feria de alimentación está organizada por la CRFA (*Asociación Canadiense de Restaurantes y Servicios de Alimentación, Canadian Restaurant and Foodservice Association*). Considerado el mayor evento celebrado en Canadá relacionado con las industrias de servicios de alimentos y hospitalidad.

Lugar: Toronto, Ontario

Temporada: Marzo

- **Les Fêtes Gourmandes Internationales de Montréal**

---

<sup>125</sup> Canada Health Food Association,(s.f),*About CHFA*, Recuperado el 12 de Febrero de 2019, de : <https://chfa.ca/en/>



El Festival de Gourmandes International de Montréal es una feria que permite promover el sabor de alimentos y bebidas internacionales.

Lugar: Montreal, Quebec

Temporada: Agosto

- **Canadian Produce Marketing Association Convention and Trade Show**

La Convención y Feria Comercial de la Asociación Canadiense de Mercadotecnia de Productos de Canadá el evento más grande de Canadá dedicado a la industria de frutas y verduras. La convención es un foro único para que los líderes de la industria mejoren sus oportunidades de negocios en Canadá a través de una combinación de oportunidades de educación y creación de redes.<sup>126</sup> Cada año, el programa atrae a miles de participantes de todos los segmentos de la cadena de suministro de productos y se muestran productos de todo el mundo.

Lugar: Tiene varias localizaciones; Montreal, Vancouver , Toronto.

Temporada: Abril – Mayo

#### **4.3.2 Canales de comercialización y principales actores de los canales de distribución.**

Las tendencias de los alimentos orgánicos en Canadá se mueven según los cambios en el modo de pensar de los consumidores, el estilo de vida y los aspectos demográficos y económicos. El creciente mercado canadiense de productos orgánicos ha generado que hoy en día el comercio ya no solo se lleve a cabo en las unidades de los productores o en los días de mercado, ahora la adquisición de productos orgánicos se puede realizar cualquier día de la semana en cualquiera de los diferentes centros de venta existentes.

---

<sup>126</sup> Canadian Produce Marketing Association, (s.f), *2020 CPMA Convention and Trade Show*, Recuperado el 15 de Febrero de 2019, de : <https://www.cpma.ca/events/cpma-convention>

Actualmente en Canadá existen cinco principales canales de comercialización de productos orgánicos:

### **1) Tiendas minoristas tradicionales y el mercado mayorista:**

El mercado de tiendas minoristas tradicionales de productos orgánicos es el canal de comercialización más grande de alimentos orgánicos en Canadá. Datos obtenidos por la COTA indican que estas tiendas en 2017 constituyeron el 80 % del total de las ventas de alimentos y bebidas orgánicas.

En Canadá el mercado de tiendas minoristas se compone principalmente por supermercados. Específicamente son tres las principales cadenas de supermercados responsables del 61 por ciento de las ventas minoristas de alimentos en el país; Loblaws/Shoppers Drug Mart (29 por ciento), Sobeys/Safeway (21 por ciento) y Costco (11 por ciento).<sup>127</sup> Estos supermercados han fortalecido su presencia en el mercado canadiense, su estrategia de desarrollo se ha basado en el fortalecimiento de sus operaciones mediante puntos de venta más atractivos y eficientemente gestionados.

La principal característica que diferencia al mayorista es que en su actividad principal no vende al consumidor o usuario final, suelen adquirir grandes cantidades de producto en cada una de las transacciones que realizan con sus proveedores.<sup>128</sup> En Canadá, por ejemplo existen diversas empresas mayoristas como *Univar Canada Ltd*, *Canadian Farm Supply Ltd*, *Farm- Fleet Inc.*, *Wal-Mart* , *Costco*, entre otros.

### **2) Tiendas Naturistas**

La expansión de tiendas naturistas en el territorio canadiense han tenido un crecimiento continuo , esto ha potencializado a que sean en el segundo canal de

---

<sup>127</sup> Arbulu M.,(2018), *Canada Retail Foods. Retail Sector Overview*, Recuperado el 08 de Marzo de 2019, de: [https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Retail%20Foods\\_Ottawa\\_Canada\\_6-26-2018.pdf](https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Retail%20Foods_Ottawa_Canada_6-26-2018.pdf)

<sup>128</sup> Ecured, (2015), Definición de mayorista, Recuperado el 05 de Enero de 2019, de: <https://www.ecured.cu/Mayorista>

comercialización pues de acuerdo a *Statistics Canada*, el total de sus ventas representan un 24 % de participación en el mercado orgánico.

La importancia de este canal de comercialización varía conforme la provincia que se analice, siendo Ontario, British Columbia y Alberta las más destacadas por el nivel de ventas y cantidades de tiendas. A lo largo de Canadá se pueden ubicar cerca de más de 3,000 tiendas de este tipo.<sup>129</sup>

### **3) Mercado de Campesinos – Venta Directa**

Este canal representa la posibilidad a los campesinos y/o productores de vender directamente sus productos a los consumidores urbanos. Las ventas por este canal en 2012 representaron un valor de CA \$377.6 millones, con un valor del 24% del total de las ventas de productos orgánicos.<sup>130</sup>

Esta vía se ha vuelto una alternativa de mercantilizar localmente, así como un canal destacado pues ofrece una única experiencia de compra para los canadienses. El que los propios productores y/o campesinos ofrezcan sus productos, sin intermediarios, genera un espacio de intercambio, confianza y de un mayor conocimiento sobre el proceso productivo de estos alimentos.

### **4) Venta Online**

La fuerte presencia de canales de venta online en Canadá va en creciente desarrollo, hoy en día un alto porcentaje de compradores realiza sus compras vía online. Este tipo de canal ofrece un acceso real de productos orgánicos frescos, con entregas a domicilio. Actualmente el 4% del total de las ventas orgánicas en

---

<sup>129</sup> TFO Canadá, (2015), *El mercado canadiense. Oportunidades para Colombia*. Recuperado el 05 de Noviembre de 2018, de : <http://www.fedeorganicos.com/wp-content/uploads/2016/08/EXPORTE%20ORGANICOS%20A%20CANADA-ROBERTO%20MOSSERES.pdf>

<sup>130</sup> Canada Organic Trade Association , Shauna MacKinnon,(2013), *The BC Organic Market.Growth Trends and Opportunities*, Recuperado el 27 de Febrero de 2019, de : <https://www.certifiedorganic.bc.ca/programs/osdp/l-154-BC-Organic-Market.pdf>

Canadá<sup>131</sup> se realiza por esta vía, sin embargo el exponencial crecimiento de plataformas online generará un mayor crecimiento en el futuro.

Los alimentos orgánicos hoy en día constituyen una importante alternativa de diferenciación comercial frente a los alimentos convencionales. Esta diferenciación significa que estos productos están destinados a un segmento de mercado diferente al correspondiente de los convencionales, de tal manera que para cualquier productor y/o campesino utilizar algún tipo de canal de comercialización anteriormente mencionado, representa una oportunidad.

Por lo que se refiere a los canales de distribución, se debe de tomar en cuenta que debido a la extensión del país , las grandes distancias entre las ciudades, la baja población y las condiciones climáticas, la distribución de alimentos resulta bastante compleja. Una característica sobresaliente de los canales de distribución en Canadá es que los centros logísticos para almacenamiento y redistribución a lo largo de Canadá en su mayoría se encuentran en, Montreal, Toronto y Vancouver. Un distribuidor que trabaja desde Toronto o Montreal cubre la región oriental de Canadá (Ontario, Québec, y Canadá del Atlántico), y otro distribuidor en Calgary o Vancouver cubre Canadá Occidental. Para garantizar la cobertura del mercado nacional, unos cuantos intermediarios ofrecen verdaderas instalaciones de distribución a nivel nacional. <sup>132</sup> Conviene subrayar que en Canadá la estructura de canales de distribución puede variar según el tipo de producto.

Los exportadores a Canadá deben decidir entre exportar directamente a un importador, distribuidor o minorista en Canadá o indirectamente usando intermediarios como distribuidores, cada opción tiene ventajas y desventajas. La I.E Canada (*Asociación Canadiense de Importadores y Exportadores, Canadian*

---

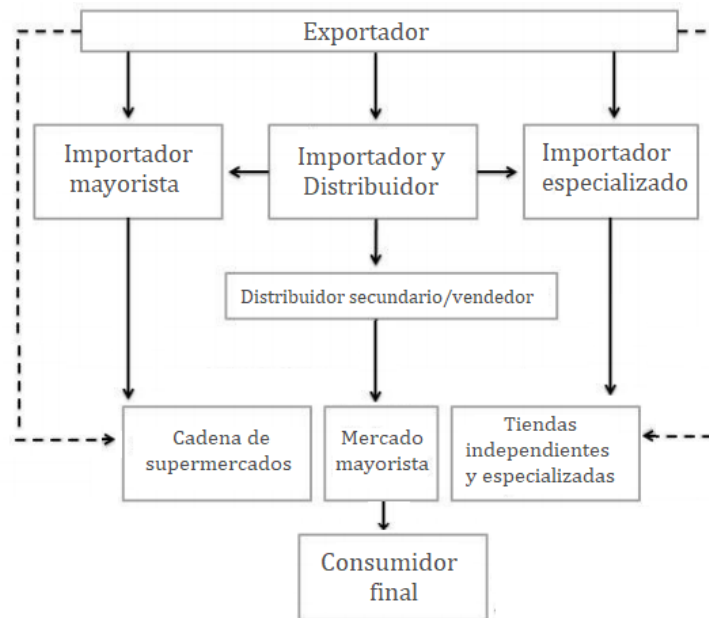
<sup>131</sup> Canada Organic Trade Association, (2017), *The Canadian Organic Market: Trends & Opportunities*, Recuperado el 05 de Marzo de 2019, de : [https://ota.com/sites/default/files/COTA\\_Market\\_Report\\_ToC\\_Index\\_FINAL.pdf](https://ota.com/sites/default/files/COTA_Market_Report_ToC_Index_FINAL.pdf)

<sup>132</sup> Trade Facilitation Office Canada , TFO, (2008), *Guía para la exportación a Canadá, Octava Edición* , Recuperado el 29 de Enero de 2019, de: <https://embamex.sre.gob.mx/canada/images/comercioe inversion/guiaparalaexportacinacanad.pdf>

Association of Importers and Exporters) sugiere a los nuevos exportadores formar una sociedad con intermediarios en su país o en Canadá ya que estos intermediarios están familiarizados con el mercado canadiense y a cambio de una retribución representan y venden los productos en Canadá. En cambio propone que si ya se tiene experiencia, se puede optar por exportar directamente a los compradores, incluyendo minoristas y consumidores.

En la figura 4 se presenta un esquema de los canales de comercialización para los alimentos orgánicos en Canadá:

**FIGURA 4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN CANADÁ**



Fuente: Elaboración propia con datos de Trade Facilitation Office Canada,(2012), *Exporting to Canada*, en: <http://www.tfocanada.ca/global/File/TFO%20CANADA%20AND%20CANADIAN%20MARKET%20-%20INDIAEXPO%202012.pdf>

Es importante entender que cada miembro o participante del canal desempeña diferentes funciones; por ejemplo, el productor/exportador deberá producir aquello que satisfaga las necesidades del consumidor y que gusten o prefieran a éstos; en el caso de los intermediarios, se deberán de encargar de que el producto tenga

disponibilidad y llegue a los anaqueles, de tal forma que el consumidor final encuentre lo que ha ido a buscar.

#### **4.4 Organismos gubernamentales y privados de apoyo a la exportación para productos orgánicos.**

La promoción de exportaciones surge como respuesta al complejo problema de pequeños y medianos productores de exportar sus productos, pues la falta de recursos, capacidades y conocimientos, sin duda alguna los sitúan en desventaja frente a las diversas oportunidades que ofrecen los mercados internacionales. Ante esto, el apoyo a exportaciones se ha convertido en una política prioritaria de los gobiernos, al considerar las fuertes implicaciones que tiene la exportación en la política económica de una nación.

##### **4.4.1 Organismos de apoyo en México.**

La importancia que ha alcanzado la agricultura orgánica en México justifica plenamente la instrumentación de programas de apoyo y promoción para su desarrollo por parte del Estado mexicano. Debido a que la producción orgánica ha alcanzado ser una de las actividades más dinámicas del sector rural, la SAGARPA a través de sus diferentes órganos administrativos desconcentrados a puesto en marcha estrategias de apoyo integrales al sector de orgánicos, las cuales incluyen acciones de fomento para atender las necesidades productivas, de comercialización e infraestructura, así como impulsar la certificación de productos y su exportación .

A continuación se expondrán brevemente algunos programas incrementados durante los años 2017 y 2018 por la SAGARPA y otros órganos administrativos. (Ver cuadro 14).

**CUADRO 14. PROGRAMAS DE APOYO PARA LA AGRICULTURA  
ORGÁNICA 2017-2018**

INSTITUCIÓN	PROGRAMA	OBJETIVO
ASERCA	Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones	Contribuir al impulso comercial en los mercados nacionales e internacionales de productos agroalimentarios, mediante estrategias de promoción comercial, para beneficio de los diversos agentes económicos que integran la cadena productiva agroalimentaria.
ASERCA	Incentivos a la Comercialización	Contribuir al ordenamiento y desarrollo de mercados, para fortalecer a los productores y compradores en el proceso de comercialización de los productos elegibles; a través de incentivos a la administración de riesgos de precios, incentivos y servicios a la comercialización, capacitación e infraestructura de almacenamiento de granos y servicios de información para la competitividad agrícola.
FIRCO	Componente de Certificación y Normalización Agroalimentaria	Incentivar a los productores de las Unidades Económicas Rurales (UER) para que se conviertan de productores tradicionales a productores orgánicos y certifiquen sus procesos a través de incentivos como Capacitación e Implantación de Acciones para la Conversión Orgánica; Formulación de Plan Orgánico y Diseño e implementación de sistemas de control interno; Insumos orgánicos, certificación orgánica, Impresión y etiquetado del distintivo nacional de productos orgánicos.
FIRCO	Programa de Apoyos para Productores de Maíz y Frijol	Incrementar la productividad de pequeños (as) productores de maíz y frijol mediante apoyos económicos para paquetes tecnológicos para maíz (semilla certificada o validada, insumos de nutrición vegetal, insumos de control fitosanitario)
SAGARPA	Componente PROCAFÉ e Impulso Productivo al Café	Incrementar la productividad de manera competitiva de las Unidades Económicas Rurales dedicadas a la producción de café mediante el apoyo de infraestructura, equipamiento e insumos para construcción de semilleros, aplicación de

		insumos y acompañamiento técnico que garantice el buen manejo agronómico del cultivo.
SAGARPA	Infraestructura Productiva para el Aprovechamiento Sustentable del Suelo y Agua	Apoyar a grupos de productores(as) agropecuarios de las regiones con poca disponibilidad de agua y procesos de erosión del suelo para aprovechar sustentablemente los recursos naturales asociados con sus actividades productivas
SAGARPA	Programa de Fomento a la Agricultura	Incrementar la productividad de las Unidades Económicas Rurales Agrícolas mediante incentivos económicos focalizados preferentemente en zonas con potencial productivo y con potencial de mercado, contribuyendo al uso eficiente y aprovechamiento de los recursos naturales asociados a la agricultura, a partir de incentivos para la adopción de tecnologías y buenas prácticas agrícolas.

Fuente: elaboración propia a partir de diversas fuentes confiables como la SAGARPA, SIAP, CEDRSSA.

De la información anteriormente expuesta , es importante mencionar que no todos los programas presentados van direccionados hacia el apoyo de la agricultura orgánica, sin embargo dentro de las descripciones de los mismas se hace mención que estos programas tienen la finalidad de contribuir al desarrollo rural incluyente y sostenible, a la recuperación y conservación de recursos naturales, al incremento de la calidad de vida de los campesinos indígenas , y por ende al apoyo de la producción orgánica. La ASERCA (Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios) por sus siglas es un órgano administrativo desconcentrado de la SAGARPA con autonomía técnica, el cual tiene como objetivo el procurar el correcto funcionamiento de los mercados agroalimentarios, la promoción de sus productos a través de la entrega de apoyos y de servicios con el



propósito de generar un mayor incremento comercial de los productos agroalimentarios.<sup>133</sup>

Por su parte el FIRCO (Fideicomiso de Riesgo Compartido) apoya la realización de inversiones, obras o tareas necesarias para lograr el incremento de la productividad de la tierra. Cabe resaltar que los apoyos que brinda la SAGARPA y sus órganos administrativos están normalmente dirigidos hacia el soporte técnico, orientación y capacitación, soporte para la asistencia a ferias y exposiciones así como simplificación y respaldo financiero para la adquisición de créditos.

Desde otra perspectiva, los avances que se han dado en materia de agricultura orgánica se han centrado fundamentalmente en el establecimiento de un marco legal y normativo mediante la publicación de la Ley de Productos Orgánicos en 2006 y en el 2010 la publicación del Reglamento de la Ley de Productos Orgánicos, los cuales tienen como objetivo el establecimiento de los requisitos para la conversión, producción, procesamiento, elaboración, preparación, acondicionamiento, almacenamiento, identificación, empaque, etiquetado, distribución, transporte de productos orgánicos así mismo regula que todas las fases estén sujetas a inspección y certificación.<sup>134</sup>

Por otro lado en el año 2007 se conformó el CNPO (Consejo Nacional de Producción Orgánica) el cual tiene como función emitir opiniones sobre la regulación de la producción orgánica, especialmente sobre métodos, sustancias y materiales (cómo determinar que un producto es o no orgánico), fomenta también el desarrollo de capacidades de los actores del sector orgánico y promueve acciones para el mejor desarrollo de la producción orgánica.

---

<sup>133</sup> Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios, (s.f), *¿Qué hacemos?*, Recuperado el 10 de Febrero de 2019, de : <https://www.gob.mx/aserca/que-hacemos>

<sup>134</sup> Reglamento de la Ley de los Productos Orgánicos. Diario Oficial de la Federación. México. 1 Abril 2010.

De la misma manera, han surgido alternativas para estimular el crecimiento de la agricultura orgánica a partir del financiamiento, entre estas opciones destacan los créditos y, tal es el caso de FIRA (Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura). El objetivo de FIRA es otorgar crédito, garantías, capacitación, asistencia técnica y transferencia de tecnología a los sectores agropecuario, rural y pesquero del país<sup>135</sup>, dentro de FIRA existen diversos programas de apoyo al fomento, de hecho se estima que un gran porcentaje de los créditos destinados hacia el financiamiento del sector agroalimentario en México proviene de FIRA. Además a lo largo de 60 años ha fomentado el desarrollo del mercado financiero, operando como “banca de segundo piso”, colocando sus recursos a través de bancos y otras intermediarias de crédito. Por ende, aquel agricultor y/o exportador que desee obtener financiamiento para el desarrollo de la producción o comercialización productos puede acercarse a alguno de los programas de la FIRA.

Estos avances que se han tenido en materia de agricultura orgánica representan un paso inicial de un proceso mucho más grande. Ante estos desafíos el gobierno mexicano deberá de seguir trabajando para brindar cada vez mejores instrumentos de política lo suficientemente diseñados y aplicados para el desarrollo de este sector.

Desde otro ángulo, el crecimiento de la agricultura orgánica no solamente se ha fortalecido por los apoyos gubernamentales, sino el papel que han jugado los apoyos de organizaciones no gubernamentales internacionales forman parte del desarrollo, e inclusive, varios autores sostienen que es el principal apoyo que recibe este sector. En el siguiente cuadro se muestra las principales organizaciones internacionales extranjeras que apoyan este sector. ( Ver cuadro 15 )

---

<sup>135</sup> Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura, (s,f), ¿Quiénes somos?, Recuperado el 10 de Febrero de 2019, de : <https://www.fira.gob.mx/Nd/AcercadeNosotros.jsp>

**CUADRO 15 : FUNDACIONES Y ORGANIZACIONES QUE APOYAN A LA AGRICULTURA ORGÁNICA EN MÉXICO**

FUNDACIONES	ASESORÍA TÉCNICA	FINANCIAMIENTO DE PROYECTOS
Pan para el mundo (Brot fur die Welt)	X	X
Fundacion W.K.Kellog	X	X
Fundación MOA de Japón	X	X
Fundación Rockefeller		X
Banco Interamericano de Desarrollo (BID)		X
Fondo de América del Norte para la Cooperación ambiental (FANCA)		X
Fundación Misereor		X
Fundación McArthur		X
Fundación Rodin		X
Fundación Interamericana		X
IDCR de Canadá		X
Fundación Novif de Alemania		X
Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo		X
Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza*		X
Fundación Vamos*		X
Centro de Agroecología San Fco. De Asis *		X
Servicio de Pax y Justicia A.C (SERPA)*	X	
Fundación ISMAM *	X	X
Comisión Nacional de Derechos Humanos*	X	
Unión de Mujeres del Estado de Veracruz*	X	X

Grupo de Desarrollo Comunitario de los Tuxtlas*	X	X
---	---	---

\*Organizaciones no gubernamentales mexicanas

Fuente: Schewentesius R., Gómez L., (2010), Propuesta de Política de Apoyo para la Agricultura Orgánica de México, en : [http://vinculando.org/organicos/apoyo\\_agricultura\\_organica.html](http://vinculando.org/organicos/apoyo_agricultura_organica.html)

Muchas de estas ONG tienen contactos con las organizaciones más importantes de comercio justo, de producción orgánica y certificación orgánica, además cuentan con conocimientos suficientes para asistir a los gobiernos en la redacción de normas y las negociaciones con otros gobiernos.

En el marco institucional, cabe mencionar que aún cuando se está trabajando en el establecimiento de un marco normativo y regulatorio que favorezca la promoción, desarrollo y protección del sector orgánico de México, hay pocos avances. Hoy en día sigue existiendo una ausencia de políticas públicas orientadas a promover el crecimiento y desarrollo del sector. Es de vital importancia el apoyo por parte del Estado a través de una visión y estrategia que contemple una política que potencialice los esfuerzos de los productores y tome en cuenta las ventajas agroecológicas, sociales y culturales. En el corto plazo se requiere una mayor intervención por parte del Estado mexicano para la creación de una mayor política integral y de fomento hacia el sector orgánico para lograr un verdadero desarrollo sostenible.

#### **4.4.2 Organismos de apoyo en Canadá.**

El gobierno canadiense en coordinación con diversos organismos privados ha instrumentado varios programas de apoyo a fin de fortalecer y desarrollar vínculos entre el mercado interno y externo, ofreciendo soporte y asistencia a nuevos exportadores que deseen incursionar en este mercado, facilitando el comercio.

Los organismos y programas de fomento a las exportaciones están orientados a promover la productividad y la calidad de los procesos que elevan la competitividad de las empresas y permiten su incorporación adecuada al mercado deseado.

A continuación se presenta un listado con algunos programas destinados al fomento y apoyo a las empresas o exportadores así como también algunos ejemplos de organismos que llevan a cabo dichos programas:

- **TFO CANADA** (*Trade Facilitation Office Canada*)

Es una organización sin fines de lucro cuya misión es mejorar vidas mediante la creación de asociaciones comerciales sostenibles para los exportadores de países en desarrollo con compradores canadienses y extranjeros. TFO Canadá asiste a pequeñas y medianas empresas (PYMES) e Instituciones de Apoyo al Comercio (ETI) de países en desarrollo para acceder a mercados internacionales a través de información, asesoramiento y servicios de contacto.<sup>136</sup>

Esta organización brinda la oportunidad de aprovechar de manera gratuita diversas herramientas que ofrece a las empresas o exportadores en su portal en su sitio de internet TFO ([www.tfocanada.ca](http://www.tfocanada.ca)). La información proporcionada a esta organización permite incorporar a la empresa exportadora en una base de datos disponible entre los importadores canadienses interesados en sus productos, además pueden obtener constantemente información sobre las oportunidades de exportación (boletín informativo trimestral para el exportador), ferias, recibir asesoría de cómo exportar, acceder a bases de datos para poder hacer estudios de mercado, etc.

- **CANADIAN TRADE COMMISSIONER SERVICE- GLOBAL AFFAIRS CANADA**

Global Affairs Canada forma parte de la TCS (*Canadian Trade Commissioner Service, Servicio Comisionado de Comercio Canadiense*) el cual administra las

---

<sup>136</sup> Trade Facilitation Office Canada, (s.f), *About TFO Canada*, Recuperado e 1 de Febrero de 2019, de: [www.tfocanada.ca](http://www.tfocanada.ca)

relaciones diplomáticas de Canadá, brinda servicios consulares a los canadienses, promueve el comercio internacional del país y lidera el desarrollo internacional. La oficina de *Invest in Canada* tiene la tarea de promover, atraer y retener la inversión extranjera directa en Canadá ofreciendo asistencia a empresas extranjeras interesadas en hacer negocios en Canadá.<sup>137</sup>

Por otro lado, entre los servicios que ofrece esta oficina se encuentra el brindar asesoramiento sobre estrategias de marketing e información actualizada sobre el mercado y el sector, sobre tarifas arancelarias, controles de importación, permisos y licencias, entre otras cosas con el motivo de ayudar a allanar el camino de una empresa o exportador en este nuevo mercado

- **EXPORT DEVELOPMENT CANADA (EDC)**

Es la agencia de crédito a la exportación del gobierno y una empresa estatal de propiedad total del Gobierno de Canadá. Su mandato es apoyar y desarrollar el comercio entre Canadá y otros países, y ayudar a la competitividad de Canadá en el mercado internacional. EDC ofrece seguros de crédito comercial y servicios financieros de exportación, productos de bonos y soluciones para pequeñas empresas a los exportadores e inversores canadienses y sus compradores internacionales. EDC también apoya la inversión en Canadá, a nuevos importadores que deseen incursionar en su mercado. Gran parte de su negocio se realiza en asociación con otras instituciones financieras y mediante la colaboración con el gobierno de Canadá.<sup>138</sup>

Dentro de la página web de este organismo se puede encontrar una biblioteca gratuita de seminarios web llenos de valor, con información internacional proporcionada por panelistas de vanguardia, donde se pueden encontrar temas comerciales como por ejemplo; cómo identificar y ganar nuevos clientes, dónde

---

<sup>137</sup> Global Affairs Canada, (s.f), *About Global Affairs Canada*, Recuperado el 29 de Marzo de 2019, de: <https://www.international.gc.ca/gac-amc/index.aspx?lang=eng>

<sup>138</sup> Export Development Canada,(s.f), *Our Solutions* , Recuperado el 10 de Marzo de 2019 , de: [www.edc.ca](http://www.edc.ca)

encontrar su próximo mercado (y agentes confiables dentro de él), cómo obtener más dinero para crecer y más, etc.

De la misma manera los siguientes sitios web pretenden ser de utilidad para aquellos exportadores que deseen identificar por provincia organizaciones de apoyo empresarial, así como una base de datos de importadores canadienses y listas de compañías que importan productos a Canadá con el propósito de obtener ayuda respecto a la importación de sus productos:

- Organizaciones de apoyo empresarial por provincia  
[www.canadabusiness.ca/growing/business-support-organizations/](http://www.canadabusiness.ca/growing/business-support-organizations/)
- Importadores canadienses  
[www.ic.gc.ca/eic/site/cid-dic.nsf/eng/hom](http://www.ic.gc.ca/eic/site/cid-dic.nsf/eng/hom)

#### **4.5 Aspectos a considerar para potencializar el crecimiento y desarrollo del sector orgánico en México con miras a su participación el mercado internacional.**

La importancia que ha alcanzado la agricultura orgánica en México justifica plenamente la instrumentación del desarrollo de una política de apoyo nacional para incentivar el crecimiento de los sistemas de producción orgánica en el país, así como lograr diversos objetivos de relevancia nacional que ayuden a los campesinos o comercializadores a lograr exportar sus productos al mercado internacional.

En este sentido, resulta importante identificar y proponer aspectos a considerar para potencializar el desarrollo de este sector a futuro:

**1) Aspectos técnicos:** En este aspecto se detectan claramente las limitaciones que frenan el desarrollo del sector orgánico de México; según la percepción de diversos autores, la baja investigación y generación de información técnica y de

insumos, además de la poca formación de profesionales en sistemas de manejo orgánico, constituyen las limitantes técnicas más importantes.<sup>139</sup>

Esta problemática conlleva a un bajo desarrollo de capacidades técnicas pues no hay formación de capital humano. Ante esto la creación de un centro nacional para el desarrollo de la agricultura orgánica ayudaría a consolidar grupos de investigación, a la capacitación a productores, promotores campesinos, técnicos y inspectores técnicos. Es necesario formar cuadros técnicos con el motivo de posibilitar el desarrollo de los sistemas de producción orgánica a mayor escala, de igual manera se puede generar alianzas con universidades ó institutos de investigación los cuales puedan aportar en la transferencia de conocimientos a través de análisis.

Además es importante contar con una sólida base de información y estadísticas en cuanto a cifras de producción, transformación, consumo, comercialización, exportación, etc. que pueda servir de ayuda para futuras investigaciones y se puedan tener datos que respalden el panorama, el crecimiento o los retos para poder generar mayores planes de acción para el desarrollo del sector.

Otra de las propuestas sería la creación de un Sistema Nacional de Certificación, recordemos que uno de los principales problemas con los que se enfrentan los productores a la hora de tratar de certificar sus productos son los altos costos que esto conlleva, este sistema ayudaría a la reducción de costos de certificación a los pequeños productores. De la misma manera la certificación va de la mano hacia la obtención de Acuerdos de Equivalencia para estándares orgánicos y reglamentos técnicos con otros países, los cuales facilitarían el proceso de exportación hacia otros países y de la misma manera se reduciría costos y trámites aduaneros.

---

<sup>139</sup> Centro de Investigaciones Interdisciplinarias para el Desarrollo Rural Integral, CIIDRI-IISEHMER, (2014), *México orgánico. Situación y Perspectivas*, Universidad Autónoma de Chapingo, Recuperado el 26 de Enero de 2019, de : <https://revistas.um.es/agroecologia/article/download/300571/215851/>



## **2) Aspectos económicos:**

Dentro de estos aspectos los agricultores orgánicos se encuentran con diversas problemáticas como; la falta de recurso económicos propios y de financiamiento para hacer la transición de la agricultura convencional hacia la orgánica, elevados costos de producción, certificación y comercialización nacional e internacional.

Por estas razones sería importante considerar la creación de esquemas de subsidios que puedan ser utilizados para la transición , producción y certificación , además de fortalecer, a través de las diversas bancas de desarrollo que existen en el país, el otorgamiento de créditos para el desarrollo del sector entre productores, sobre todo a pequeños y medianos.<sup>140</sup> El proporcionar incentivos ayudaría a propiciar mayores áreas de producción orgánica, y así disminuir uno de los problemas que existe actualmente respecto a la baja existencia de diversificación de los productos de exportación por entidad, haciendo que se estos fondos ayuden a la transición de tierras convencionales a orgánicas.

Así mismo la creación de redes de cooperativas agrícolas pueden ayudar a coordinarse de manera eficiente a lo largo de la cadena de valor, para producir , abastecer y generar demanda en el mercado con los tiempos, características y puntos de vista requeridos para consolidar una oferta nacional suficiente que permita la posibilidad de exportar.

## **3) Aspectos sociales**

La problemática en el aspecto social se encuentra relacionada con la desorganización del sector y la desconfianza que los productores le tienen a las instituciones, ya que la mayor parte de la política agrícola México es regulada y dirigida para la práctica la agricultura convencional, además aún sigue existiendo

---

<sup>140</sup> Zamilpa Johanán, (2014), Fortalecimiento del sector orgánico de México: Aprendiendo de la experiencia de la Unión Europea, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales, Recuperado el 03 de Marzo de 2019, de: [www.ritaschwentesiuss.com/tesis-profesionales/UE\\_M%C3%A9xico\\_y\\_Sector\\_organico.pdf](http://www.ritaschwentesiuss.com/tesis-profesionales/UE_M%C3%A9xico_y_Sector_organico.pdf)

el desconocimiento de los beneficios de los productos orgánicos para diversos consumidores

Dada esta situación es necesario fomentar la creación de canales de distribución, o creación de redes o cooperativas de consumo local y regional, para que la cultura de consumir orgánico se popularice y los productos sean mayormente conocidos y puedan llegar a tener un mejor desempeño y aceptación en este sector.

Finalmente el sector orgánico mexicano deberá de impulsar su desarrollo a través de diversos actores como; productores, comercializadores, instituciones gubernamentales, organizaciones no gubernamentales, etc, aunque es de vital importancia el apoyo del Estado a través de una visión y estrategia que contemple una política que potencie los esfuerzos de los productores y tome en cuenta las ventajas agroecológicas, sociales y culturales de México para lograr un verdadero desarrollo sustentable e incluyente, además de obtener una mayor participación en el mercado orgánico internacional, logrando tener ventajas competitivas que a futuro posicionen a México entre los principales exportadores orgánicos a nivel mundial.

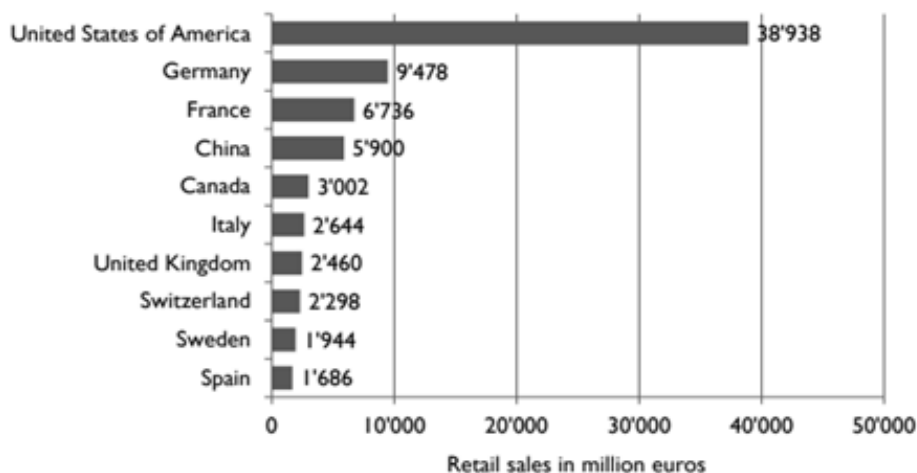
#### **4.6 Perspectivas del sector orgánico en México con respecto a la exportación de productos agrícolas orgánicos hacia el mercado canadiense.**

Con base a lo analizado y concluido por el presente estudio, es posible presentar a continuación las perspectivas del sector orgánico en México con respecto a la exportación de productos agrícolas orgánicos hacia el mercado canadiense, esto conforme al estado actual de dicho estudio (2017-2019) y tendencias observadas respecto a producción, comercialización, consumo, políticas de apoyo y desarrollo.

En primera instancia se considera importante mostrar a manera general las perspectivas del mercado orgánico mundial ya que ofrecen un panorama alentador en el futuro. De acuerdo a la International Federation of Organic Agriculture Movements, en el largo plazo se estima que el crecimiento económico mundial de la agricultura orgánica mantendrá un crecimiento promedio anual del 15%, hasta el

2022 y en cuanto a valor se espera que el mercado alcance los \$ 327,600 millones de USD para 2022 . Lo anterior impulsado por el aumento de la conciencia de los consumidores con respecto a los beneficios para la salud, además del aumento de los niveles de ingresos en países desarrollados, la mejora del nivel de vida y las iniciativas gubernamentales, por su parte la superficie orgánica a nivel mundial continuará en incremento, pues hoy en cerca de 170 países es practicada, lo que significan 57.8 millones de hectáreas a nivel mundial, estas cifras pueden aumentar a medida que el apoyo gubernamental de cada país sea el principal motor para la reconversión. Para visualizar el rápido crecimiento de tierras agrícolas orgánicas a nivel mundial en la siguiente gráfica se representa.

**GRÁFICA 22**  
**LOS DIEZ PAÍSES CON LOS MERCADOS MÁS GRANDES DE ALIMENTOS ORGÁNICOS, 2016**

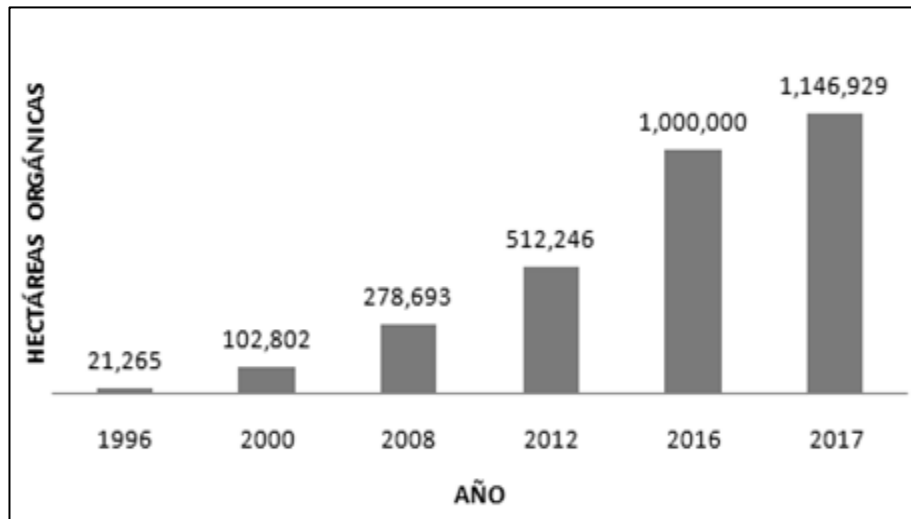


Fuente: FiBL and IFOAM .(2018). *The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trend* , en: <https://shop.fibl.org/CHen/mwdownloads/download/link/id/1093/?ref=1>

De acuerdo a los datos exhibidos en la presente investigación se confirma que a pesar de que es el subsector agrícola más pequeño, es el más dinámico pues ha

presentado tasas de crecimiento anual de cerca del 10% en diversos lapsos de periodos. La siguiente gráfica muestra históricos que afirman el crecimiento de este sector respecto a la superficie sembrada y el inminente crecimiento en el futuro próximo. (Ver gráfica 23)

**GRAFICA 23**  
**SUPERFICIE ORGANICA EN MÉXICO (1996-2017)**



Fuente: Mahecha S., (2017), La agricultura orgánica en las exportaciones de México, Argentina, Uruguay (2010-2017), en : <http://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/6988/1/5131662-2018-II-GE.pdf>

En el futuro cercano la SAGARPA estima que el sector tenga un crecimiento de cerca del 70% , debido al incremento en la conversión de tierras convencionales a tierras orgánicas de los agricultores por las ventajas económicas que conlleva , así como un mayor uso de maquinaria y tecnología agrícola apropiada. En cuanto al cultivo la mayor parte de las superficies orgánicas probablemente seguirán siendo los cultivos de frutas tropicales y hortalizas de invierno para la exportación, aunque se incorporarán cada vez más otro tipo de productos.

A la par, en los últimos 10 años el número de productores orgánicos ha seguido la misma serie de crecimiento pasando de 13,176 en 1996 a 372,000 en 2016, es decir un crecimiento del 30%. Estos datos infieren que en los próximos años el

número de productores continuará multiplicándose, pues la práctica de la agricultura orgánica es incluyente ya que presenta oportunidades para ser practicada en todas las regiones del país, sin embargo, de no fortalecer el desarrollo de una política de apoyo hacia este sector continuará existiendo una dualidad entre los pequeños y grandes productores de productos orgánicos.

Conscientes de que en el desarrollo agrario sostenible solo puede conseguirse con una amplia participación de todos los involucrados e interesados en este sector el desarrollo de programas de apoyo al fomento de la SAGARPA, ASERCA, FIRCO, FIRA y diversas ONG's entre otras instituciones debe de continuar e intensificarse prioritariamente en los principales estados productores, brindando créditos, capacitaciones, asistencia técnica y transferencia de tecnología para el desarrollo de este sector.

En tanto a la comercialización de los productos orgánicos en México, pese a que hoy en día existan pocos canales de comercialización no significa que no hay mercado, sino que el nivel de producción es insuficiente para poder incorporarse a los espacios comerciales ya existentes o fomentar la apertura de nuevos canales. Las cadenas de supermercado en México jugarán un papel determinante en la comercialización, pues algunos productos orgánicos se han venido distribuyendo en estos establecimientos y han comenzado a lograr espacios especiales para su comercialización, el mayor uso de este canal implicaría que los productores desarrollen y mejoren los mecanismos de producción, envasado, etiquetado y certificación, además se podrían llevar a cabo mecanismos de distribución directa para evitar la intermediación, mayores márgenes y evitar un precio excesivo.

En cuanto al crecimiento de los alimentos orgánicos certificados en México este seguirá dependiendo del lado de la oferta, de los subsidios a la producción que se otorguen a los productores y del lado de la demanda, respecto de las impresiones adversas relacionadas con la seguridad de los alimentos convencionales. Desde otro punto este crecimiento igual dependerá en un futuro del desarrollo de un sistema nacional de normatividad y certificación que tenga reconocimiento

internacional, que a su vez, posibilitaría la reducción de los costos de certificación que ofrecen las agencias extranjeras y eliminaría los problemas de logística que enfrentan los productores en este proceso. Esto ayudaría a que todas las zonas de producción sean evaluadas en un futuro a través de los mismos estándares.

Con respecto al mercado orgánico en Canadá se espera que el impresionante crecimiento del sector continúe en los siguientes años, el aumento de la conciencia sobre las ventajas de la ingesta de productos orgánicos continuará impulsando el crecimiento del mercado en un futuro próximo. Además, el aumento de los niveles de ingresos, la mejora de los niveles de vida, el crecimiento de la conciencia ambiental, el aumento de las enfermedades transmitidas por alimentos, entre muchos otros más son factores que continuaran impulsando el consumo por alimentos orgánicos.

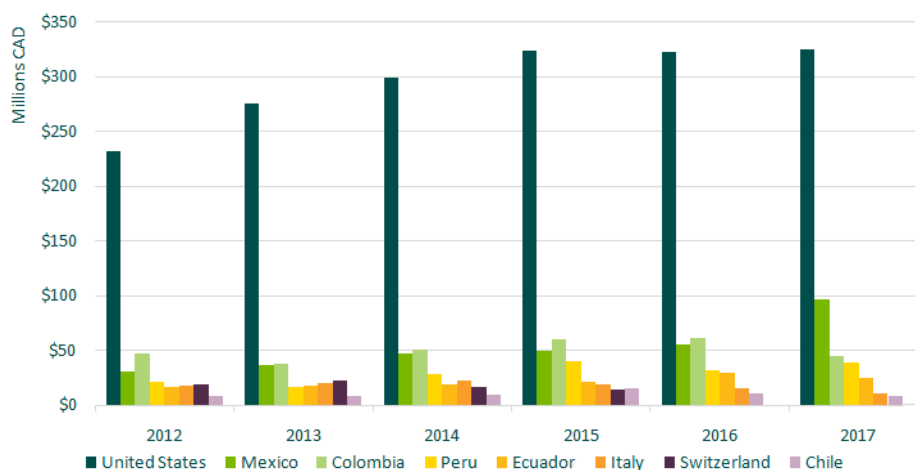
El mercado canadiense continuara siendo cada vez más atractivo pues actualmente es considerado el quinto más grande del mundo, con un valor de \$5.4 mil millones de dólares canadienses, esta cifra en un futuro próximo sin duda irá en aumento ya que se espera que cada año el consumo orgánico crezca entre un 10% o 20 %, y que el mayor grupo de consumidores continúe rondando entre personas de los 18 a los 34 años, este último segmento ya se encuentra transmitiendo sus hábitos orgánicos a la próxima generación ante esto es seguro que en los próximos 10 años se espere ver una oleada de nuevos consumidores, los padres del milenio del mañana y sus hijos.

Los alimentos que presentan mayores potenciales de demanda en el mercado canadiense en el futuro se encuentran en primer lugar las frutas y verduras orgánicas , de estos alimentos se espera registrar la mayor tasa de crecimiento en el futuro cercano, seguido del café y el té orgánicos los cuales son alimentos que han sido testigos de un mayor potencial de demanda. Entre otros productos que se pueden encontrar son el cacao, especias, hierbas, cultivos oleaginosos, cereales, leguminosas secas, carne, productos lácteos, huevos, bebidas y alimentos procesados.

México continuará siendo para Canadá un importante exportador de productos orgánicos, pues en el 2017 se reportó un valor de exportación hacia dicho país por 96.22 millones de dólares canadienses. Además el dato histórico de las exportaciones por valor de productos orgánicos hacia este país reflejan que desde el 2012 el valor de las exportaciones mexicanas ha ido en aumento, siendo el primer exportador de América Latina hacia este país. (Ver gráfica 24)

GRÁFICA 24

VALOR DE LAS IMPORTACIONES DE PRODUCTOS ORGÁNICOS POR PAÍS DE ORIGEN EN CANADÁ, 2012-2017



Fuente: Canada Organic Trade Association, (2017) , The Canadian Organic Market: Trends and Opportunities , en <https://ota.com/sites/files/COTA Market Report Toc.Index Final .pdf>

La posibilidad de exportar orgánicos hacia Canadá se considera viable si las diversas regulaciones que establece el gobierno canadiense como la certificación, el etiquetado y el empaque, además de los correspondientes requerimientos de importación son debidamente cumplidos. Por otro lado el gobierno canadiense en coordinación con diversos organismos privados como; TFO Canada, Canadian Trade Comisionner o Export Development Canada continuarán instrumentado programas de apoyo a la exportación para aquellos productores que deseen incursionar en este mercado, ofreciendo soporte y asistencia a nuevos exportadores, de esta manera el exportador que desee aprovechar los programas

de fomento a la exportación contará con mayor posibilidad de contactar importadores y conocer mejor el mercado, lo que se convierte en una mayor oportunidad de exportar sus productos.

Finalmente al momento de finalizar esta investigación los tres países signatarios del nuevo acuerdo comercial T-MEC (Tratado entre México , Estados Unidos y Canadá) se encuentra en proceso de ratificación, sin embargo materia del sector agropecuario, que de igual manera compite a la agricultura orgánica, se espera que los tres países eliminen los subsidios a las exportaciones agrícolas, establezcan consultas de apoyo interno, exportaciones y se fortalezca la compatibilidad respecto a medidas sanitarias y fitosanitarias. En el caso específico, México- Canadá se espera lograr negociar un acuerdo de equivalencia entre ambos países para productos orgánicos, el poder alcanzar este acuerdo daría pauta a una mayor incorporación de la creación de agencias de certificación nacionales y por lo tanto una disminución respecto a las extranjeras en la producción orgánica que operan en territorio nacional, ocasionando que los costos de certificación de producción orgánica sean más bajos y en moneda nacional , haciendo posible que más agricultores mexicanos puedan lograr la certificación de sus productos viendo una mejora en su comercialización tanto local , como poder lograr exportar alimentos orgánicos hacia Canadá.

Todo lo descrito en este apartado, visto en perspectiva, constituye en sí mismo, la respuesta a la hipótesis general de esta investigación , logrando identificar a su vez, los retos y oportunidades que presenta el sector orgánico en México a manera local y con respecto al comercio exterior.



## CONCLUSIONES

Los problemas ambientales han recorrido ya un largo camino en el debate, en las últimas décadas el mundo ha experimentado severos problemas globales vinculados a la relación agricultura-alimentación como; altos consumos de energía, contaminación de los alimentos, cambio climático, pérdida de biodiversidad y agotamiento de los recursos naturales, entre muchos otros. Es indudable que los diversos diagnósticos sobre la destrucción del planeta han logrado el objetivo de despertar mayor conciencia y respuesta social sobre el problema ecológico; un claro ejemplo es la práctica de la agricultura orgánica como una alternativa alimentaria sustentable que cada vez va tomando mayor relevancia en el mundo por los beneficios saludables, ecológicos, económicos y sociales que aporta.

Las altas tendencias globales de crecimiento de esta práctica llevaron a convertir millones de hectáreas en todo el mundo para el cultivo de producción orgánica . A escala mundial, el beneficioso comercio de estos productos lo ha transformado en un negocio millonario, en donde las altas tasas de crecimiento en ventas son un reflejo de la fuerte demanda que este mercado concentra, principalmente en países desarrollados ya que los consumidores cuentan con mayor poder adquisitivo y una mayor educación ambiental, tal es el caso de Canadá.

En Canadá la sostenibilidad ecológica y social forma parte de la toma de decisiones para la compra de productos orgánicos, los consumidores canadienses hoy en día están muy bien informados sobre los beneficios ecológicos y saludables que conlleva el consumir orgánico, lo que ha llevado a este mercado a un crecimiento extraordinario con tendencia expansionista, convirtiéndolo en un negocio altamente atractivo. Así el objetivo general de esta investigación consistió en evaluar las perspectivas y oportunidades de exportación que tienen los principales productos agrícolas orgánicos mexicanos hacia el mercado canadiense, derivado de la tendencia de este mercado hacia el consumo de alimentos de mayor calidad y más saludables, en el marco de un nivel de ingresos altos de su población.

Fue así como se encontró que el mercado canadiense presenta diversas variables geográficas, económicas y sociales que lo hacen un país viable para la exportación de productos agrícolas orgánicos mexicanos, principalmente para productos hortofrutícolas.

Los datos expuestos en la investigación muestran que en Canadá el mercado orgánico es considerado un sector económico pujante, con altos niveles de compras y que muestra una gran demanda hacia productos de importación, pues cerca del 80% del consumo es importado. Además, las ventas en valor y volumen se han incrementado a lo largo de los años y han comenzado a surgir mayores canales de comercialización.

En la actual dinámica del mercado orgánico en Canadá los productos agrícolas como las frutas frescas orgánicas, los vegetales orgánicos, el café y té orgánico, son los principales productos con mayor demanda, pues capturan el 96% de las ventas orgánicas en el mercado canadiense.

México cuenta con el potencial para la exportación de este tipo de productos, ya que tiene ventajas competitivas para consolidarse como un proveedor sobresaliente de productos orgánicos hacia Canadá, entre las que destacan ; sus recursos naturales, las condiciones medioambientales propicias, la abundante mano de obra semi calificada y barata, menores costos de transporte en relación con otros países gracias a la cercanía geográfica pudiendo abastecer al país principalmente en época invernal, la calidad de sus productos, las técnicas de producción a bajo costo y la posesión de una gran variedad de alimentos orgánicos. Además desde otro enfoque es importante considerar que gracias al acuerdo comercial , TLCAN y ahora el T-MEC, con Canadá no existen tarifas arancelarias para la importación de productos agrícolas, y dentro de estos se incluyen los productos orgánicos.

En este contexto, los alimentos agrícolas como el café, la lechuga, plátanos, espinacas, manzanas , fresas, zanahorias, arándanos, jitomates, frambuesas y moras, uvas, aguacates, limones, brócoli, entre otros cuentan con una buena aceptación y una gran demanda por parte de los consumidores canadienses.

Partiendo de los datos anteriormente proporcionados, al contrastar la hipótesis general de este estudio, se confirma que el mercado canadiense representa una oportunidad para exportar productos agrícolas orgánicos mexicanos, esto tomando en cuenta que sus habitantes poseen un sólido ingreso per cápita y un alto nivel de vida, en donde la opción por consumir productos orgánicos de buena calidad, que contribuyan a mantener un estilo de vida saludable y que al mismo tiempo coadyuven a conservar el medio ambiente ha provocado una alta demanda hacia estos productos.

México se encuentra preparado para producir, comercializar y exportar productos orgánicos, no obstante, pese a tener grandes oportunidades, actualmente se enfrenta a otros países consumidores que han venido fortaleciendo su estructura productora y exportadora como; Brasil, Costa Rica, Perú, Colombia, etc. Ello se convierte en una señal de alerta para los productores y autoridades mexicanas, que les obliga a fortalecer sus estrategias competitivas a fin de no perder en el futuro buena parte del mercado que se ha ganado durante las décadas anteriores.

El desarrollo de la agricultura orgánica en México ha sido el resultado de una demanda constante en los mercados internacionales y el acceso a precios competitivos. Lamentablemente en México aún no se ha implementado una estrategia a nivel nacional, para el desarrollo de sistemas de producción sustentables, en el mejor de los casos la producción orgánica se distingue como una alternativa de generación de ingresos, empleos y divisas, pero sin una visión de largo plazo.

Los hallazgos presentados en esta investigación indican que existen diversas limitantes que obstaculizan el desarrollo de esta forma de producción en el país como , por ejemplo a nivel local la falta de apoyo financiero y créditos hacia pequeños productores, un deficiente marco normativo, el escaso desarrollo de sistemas de producción orgánicos, los altos costos que fijan las agencias de certificación, la falta de espacios para la comercialización, falta de investigación, capacitación e información, desconocimiento de estos alimentos por parte de la población, entre otros, implican ciertas limitantes para el pleno desarrollo del sector.

Otro punto se relaciona directamente con el mercado de exportación en referencia a los elevados costos de exportación, administración y certificación, además del excesivo intermediarismo para la comercialización de los productos en otro país, y la concentración de las exportaciones hacia el mercado de Estados Unidos principalmente.

Con base en lo anterior, es posible identificar que pese a que México cuenta con la competitividad para exportar productos hortofrutícolas al mercado canadiense, este sector presenta diversos desafíos y ciertas problemáticas que han mermado su desarrollo nacional y la estimulación hacia un crecimiento endógeno.

Para aprovechar las ventajas que brinda esta técnica sustentable, es de vital importancia el desarrollo de una política agro nacional que sea sostenible en el mediano y largo plazo, que incluya estrategias que potencien los esfuerzos de los productores y tome en cuenta las ventajas agroecológicas, sociales y culturales de México, logrando generar cambios en el entorno local y en sus relaciones con el exterior ,además de conducir al crecimiento económico, social, cultural y tecnológico de este sector en el país.

La viabilidad del desarrollo de este sector a largo plazo dependerá en gran medida de la suma de voluntades de los actores clave del sector orgánico, es decir a través de una visión sistémica, esto es; del involucramiento de la academia, de la intervención del gobierno, de la convicción de los productores así como de la responsabilidad de los consumidores.

La competitividad sistémica constituye un marco de referencia para visualizar que un sector de actividad no podrá ser competitivo por sí mismo si no cuenta con el apoyo de un nivel macro y meta, donde se examinen la capacidad de la sociedad y el estado para integrar la estrategia de crecimiento del sector , un nivel meso donde se estudia la formación de un entorno capaz de fomentar el crecimiento y un nivel micro que haga énfasis en eficiencia, calidad, flexibilidad y proactividad , las empresas del sector y los actores involucrados .

La manera de trabajar dentro del país debe estar orientada hacia la mejora de la competitividad en un nivel estructural que contempla el desarrollo social de los productores, la disposición hacia un cambio continuo, un constante aprendizaje, a la creación de estrategias claras y una mayor cohesión social , además del fortalecimiento de programas integrales de fomento agropecuario, estos factores estimularían la competitividad del sector a tal grado que los productores tendrían posibilidades reales de capitalización ,tecnificación , solvencia económica , entre otras. Para finalizar, es necesario que el sector agrícola en México cuente con mayores apoyos a la investigación, a la innovación, infraestructura y transferencia de tecnología y con una reorientación de los recursos públicos dedicados a los programas de apoyo al campo , sólo así será posible impulsar el desarrollo y bienestar de los productores agrícolas de alimentos orgánicos.

---

**ANEXO 1. Órganos de certificación en México acreditados por la CFIA.****CCOF Certification Services, LLC**

2155 Delaware Avenue, Suite 150

Santa Cruz, California

95060, United States

Telephone: 831-423-2263

Facsimile: 831-423-4528

E-mail: [ccof@ccof.org](mailto:ccof@ccof.org)**Metrocert Sociedad Civil**

Académico de Letrán 7, Fraccionamiento Andrés Quintana Roo

Morelia, Michoacán

58088, Mexico

Telephone: +52 443 340 7744

E-mail: [contacto@metrocert.com](mailto:contacto@metrocert.com)**International Certification Services Incorporated (ICS)**301 5<sup>th</sup> Avenue Southeast

Medina, North Dakota

58467, United States

Telephone: 701-486-3578

Facsimile: 701-486-3580

E-mail: [info@ics-intl.com](mailto:info@ics-intl.com)**Istituto per la Certificazione Etica e Ambientale (ICEA Srl)**

Nazario Sauro, 2

40121 Bologna, Bologna, Italy

Phone: +39 051 272 986

Facsimile: +39 051 232 011

E-mail: [fo@foobaricea.info](mailto:fo@foobaricea.info)**Oregon Tilth Incorporated (OTCO)**

260 South West Madison Avenue

Suite 106

Corvallis, Oregon

97333, United States

Telephone: +01 877 378 0690

Facsimile: +01 503 378 0809

E-mail: [jim@tilth.org](mailto:jim@tilth.org)**Organización Internacional Agropecuaria S.A. (OIA)**

Avenue Santa Fe 830

B1641ABN Acassuso

Buenos Aires, Argentine  
Telephone: 54 11 4793-4340  
E-mail: [oja@oia.com.ar](mailto:oja@oia.com.ar)

**Quality Assurance International Incorporated (QAI)**

4370 La Jolla Village Drive, Suite 300  
San Diego, California  
92122, United States  
Telephone: 858-792-3531  
Facsimile: 858-792-8665  
E-mail: [kasey@qai-inc.com](mailto:kasey@qai-inc.com)

**Soil Association Certification Limited**

South Plaza, Marlborough Street  
Bristol, BS1 3NX United Kingdom  
Telephone: 0117 314 5000  
Facsimile: 0117 314 5001  
E-mail: [goorganic@soilassociation.org](mailto:goorganic@soilassociation.org)

**TransCanada Organic Certification Services (TCO Cert)**

517 Main Street,  
Humboldt, Saskatchewan, Canada  
Telephone: 306-682-3126  
Facsimile: 306-682-3127  
E-mail: [ahesje@sasktel.net](mailto:ahesje@sasktel.net)

## **ANEXO 2 . Reglamentos de etiquetado y empaquetado para productos orgánicos en Canadá.**

- Principios Generales de Etiquetado y Publicidad (*General Principles of Labelling and Advertising*)  
[www.inspection.gc.ca/food/general-food-requirements-and-guidance/labelling/for-industry/general-principles](http://www.inspection.gc.ca/food/general-food-requirements-and-guidance/labelling/for-industry/general-principles)
- Ley de Empaquetado y Etiquetado para el Consumidor (*Consumer Packaging and Labelling Act*)  
<https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/C-38/>
- Requisitos de Etiquetado para Frutas y Verduras frescas (*Labelling Requirements for Fresh Fruit and Vegetables*)  
<http://inspection.gc.ca/food/general-food-requirements-and-guidance/labelling/for-industry/fresh-fruits-and-vegetables>



## REFERENCIAS CONSULTADAS

## CIBERGRAFIA

- Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios, (s.f), *¿Qué hacemos?*, Recuperado el 10 de Febrero de 2019, de : <https://www.gob.mx/aserca/que-hacemos>
- Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios,(2018). México. *Promueve SAGARPA productos orgánicos mexicanos en mercados internacionales*. Recuperado el 26 de Agosto de 2018, de: <https://www.gob.mx/aserca/prensa/promueve-sagarpa-productos-organicos-mexicanos-en-mercados-internacionales-148896?idiom=es>
- Agriculture and Agri-Food Canada, (s.f), *Los alimentos orgánicos Canadienses*. Recuperado el 06 de Noviembre de 2018, de : <http://www.agr.gc.ca/resources/prod/Internet-Internet/MISB-DGSIM/ATS-SEA/PDF/4704-spa.pdf>
- Agriculture and Agri-Food Canada,(2018), *Statistical Overview of the Canadian Vegetable Industry 2017*. Recuperado el 09 de Febero de 2019, de de:<http://www.agr.gc.ca/eng/industry-markets-and-trade/canadian-agri-food-sector-intelligence/horticulture/horticulture-sector-reports/statistical-overview-of-the-canadian-vegetable-industry-2017/?id=1541522324172>
- Alcalá C., J., (s.f), *La producción de orgánicos como alternativa de desarrollo del campo mexicano*, Recuperado EL 18 de Febrero de 2019, de: <http://www.redinnovagro.in/documentosinnov/laproduccion.pdf>
- Alcalá, X.,(s.f) *La producción de orgánicos como alternativa de desarrollo del campo mexicano*, INNOAGRO, Recuperado el 05 de Noviembre 2018, de : <http://www.redinnovagro.in/documentosinnov/laproduccion.pdf>
- Alcántara Angélica,(2018), México, terreno fértil para el mercado orgánico, *Reporte Índigo*. Recuperado el 26 de Agosto de 2018, de: <https://www.reporteindigo.com/indigonomics/mexico-terreno-fertil-mercado-organico-consumidores-concientes-salud/>
- Arbulu M.,(2018), *Canada Retail Foods. Retail Sector Overview*, ,Recuperado el 08 de Marzo de 2019, de: [https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Retail%20Foods\\_Ottawa\\_Canada\\_6-26-2018.pdf](https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Retail%20Foods_Ottawa_Canada_6-26-2018.pdf)
- Audley, J., Papademetriou, D., Polaski, S. and Vaughan, S. (2003). *La Promesa y la Realidad del TLCAN*. Carnegie Endowment. Recuperado el 20 de Febrero de 2019, de: [https://carnegieendowment.org/pdf/files/NAFTA\\_Spanish\\_fulltext.pdf](https://carnegieendowment.org/pdf/files/NAFTA_Spanish_fulltext.pdf)
- Australian Government Department of Agriculture and Water Resources. (2017). *Accesing Premium Markets: Australian Organics*. Recuperado el 13 de Agosto del 2018, de : <http://www.agriculture.gov.au/SiteCollectionDocuments/organics-discussion-paper.pdf>
- Australian Organic, (2018) , *Australian Organic Market Report 2018*, Recuperado el 07 de julio de 2018, de: [www.austororganic.com](http://www.austororganic.com)
- Canada Health Food Association,(s.f),*About CHFA*, Recuperado el 12 de Febrero de 2019, de : <https://chfa.ca/en/>
- Canada Organic Trade Association , Shauna MacKinnon,(2013), *The BC Organic Market.Growth Trends and Opportunities*, Recuperado el 27 de Febrero de

- 2019, de: [https://www.certifiedorganic.bc.ca/programs/osdp/l-154\\_BC\\_Organic\\_Market.pdf](https://www.certifiedorganic.bc.ca/programs/osdp/l-154_BC_Organic_Market.pdf)
- Canada Organic Trade Association, (2017), *The Canadian Organic Market: Trends & Opportunities*, Recuperado el 05 de Marzo de 2019, de : [https://ota.com/sites/default/files/COTA Market Report ToC Index FINAL.pdf](https://ota.com/sites/default/files/COTA_Market_Report_ToC_Index_FINAL.pdf)
  - Canada Organic Trade Association. (2017). *Organic in Canada by the numbers 2017*. Canadá . Recuperado el 13 de Septiembre de 2018, de: <https://canada-organic.myshopify.com/collections/organic-agriculture-by-the-numbers/products/organic-agriculture-by-the-numbers-2017-data>
  - Canada's Organic Standards, (s.f) , *Canada Organic Council of Ontario*, Recuperado el 28 de Octubre de 2018, de : <https://www.organiccouncil.ca/organics/standards-regulations/>
  - Canadian Federation of Independent Grocers , (s.f), *About CFG*, Recuperado el 12 de Febrero de 2019, de: <https://cfg.ca/>
  - Canadian Food Inspection Agency , (2019), *Regulating Organic Products in Canada*, Recuperado el 24 de Noviembre de 2018, de: [http://www.inspection.gc.ca/food/general-food-requirements-and-guidance/organic-products/regulating/eng/1328082717777/1328082783032\\*\\*](http://www.inspection.gc.ca/food/general-food-requirements-and-guidance/organic-products/regulating/eng/1328082717777/1328082783032**)
  - Canadian Food Inspection Agency, (2015), *Use of the Organic Logo on Organic Products*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2018, de: <http://www.inspection.gc.ca/food/general-food-requirements-and-guidance/labelling/forindustry/organicclaims/eng/1389725994094/1389726052482?chap=5>
  - Canadian Food Inspection Agency,(2019), *Canada Organic Regime Operating Manual*, Recuperado el 24 de Noviembre de 2018, de: <http://www.inspection.gc.ca/food/organic-products/certification-and-verification/operating-manual/eng/1389199079075/1544800597955?chap=2>
  - Canadian Produce Marketing Association, (s.f), *2020 CPMA Convention and Trade Show*, Recuperado el 15 de Febrero de 2019, de : <https://www.cpma.ca/events/cpma-convention>
  - Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria, CEDRSSA, (2014) , *Tarifas y otras barreras al comercio agropecuario*, Recuperado el 09 de Diciembre de 2018, de: [http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/13/52Tarifas\\_arancelarias\\_junio\\_2014.pdf](http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/13/52Tarifas_arancelarias_junio_2014.pdf)
  - Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria, CEDRSS.( 2017), *Las exportaciones agrícolas de México*, Recuperado el 15 de Febrero de 2018, de : <http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/13/67Exportaciones.pdf>
  - Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria, CEDRSSA,(2018), *El comercio agroalimentario de México con Canadá en el marco del TLCAN*, Recuperado el 14 de Octubre de 2018, de : [http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/13/55Comercio\\_Agroalimentario\\_MexCan\\_TLCAN.pdf](http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/13/55Comercio_Agroalimentario_MexCan_TLCAN.pdf)
  - Centro de Investigaciones Interdisciplinarias para el Desarrollo Rural Integral, CIIDRI-IIEHMER, (2014), *México orgánico. Situación y Perspectivas*, Universidad Autónoma de Chapingo, Recuperado el 26 de Enero de 2019, de : <https://revistas.um.es/agroecologia/article/download/300571/215851/>
  - Comisión para la Cooperación Ambiental, (s.f), *Acerca de la ACA*, Recuperado el 13 de Enero de 2019, de: <http://www.cec.org/es/acerca-de-la-cca/acerca-de-la-cca>

- Consorcio COPCA-PAITITI,(2010),*Plan Operativo de Mercado de Canadá*, Recuperado el 15 de Diciembre de 2018, de: [https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio\\_exterior/pla\\_n\\_exportador/Penx\\_2003\\_2013/6Planes\\_Mercados/POM\\_2007\\_2011/POM\\_Cana\\_da.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/pla_n_exportador/Penx_2003_2013/6Planes_Mercados/POM_2007_2011/POM_Cana_da.pdf)
- Corona R. I. & Centro de Estudios de Finanzas Públicas. Cámara de diputados .(2016). *El desarrollo de la agricultura y el impacto que tendría en las finanzas públicas de México*. Recuperado el 03 de Febrero de 2019, de:
- de Agricultura y Desarrollo Rural, (2019), *Impulsa SADER mejora regulatoria en producción animal orgánica*, Recuperado de 30 de agosto de 2018, de: <https://www.gob.mx/sader/prensa/impulsa-sader-mejora-regulatoria-en-produccion-animal-organica>
- Demko I., Dinterman R., Marez M., Jaenicke E., (2017), *U.S Organic Trade Data: 2011 to 2016*, Recuperado el 27 de julio de 2018, de: [https://ota.com/sites/default/files/indexed\\_files/OTATradeReport\\_10-30-2017.pdf](https://ota.com/sites/default/files/indexed_files/OTATradeReport_10-30-2017.pdf)
- Department of Agriculture, Food and the Marine of Ireland, (2019), *Review of organic food sector and strategy for its development 2019-2025*, Recuperado el 16 de Agosto de 2018, de : [https://www.agriculture.gov.ie/media/migration/farmingsectors/organicfarming/orga\\_nicsscheme/ReviewofOrganicFoodSector290119.pdf](https://www.agriculture.gov.ie/media/migration/farmingsectors/organicfarming/orga_nicsscheme/ReviewofOrganicFoodSector290119.pdf)
- Department of Justice Canada. (2013). *Organic Products Regulations 2009*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2018, de: <https://laws-lois.justice.gc.ca/PDF/SOR-2009-176.pdf>
- Diario del Exportador, (2018), *Qué documentos se requieren para exportar a Canadá?*, Recuperado el 07 de Diciembre de 2018, de : <https://www.diariodelexportador.com/2018/05/que-documentos-se-requieren-para.html>
- Ecured, (2015), Definición de mayorista, Recuperado el 05 de Enero de 2019, de: <https://www.ecured.cu/Mayorista>
- Export Development Canada,(s.f), *Our Solutions* , Recuperado el 10 de Marzo de 2019 , de: [www.edc.ca](http://www.edc.ca)
- Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura , (s.f), *¿Quiénes somos?*, Recuperado el 10 de Febrero de 2019, de : <https://www.fira.gob.mx/Nd/AcercadeNosotros.jsp>
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (s.f), *Codex Alimentarius. International Food Standards*, Recuperado el 14 de mayo de 2018, de <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/en/>
- Global Affairs Canada, (s.f), *About Global Affairs Canada*, Recuperado el 29 de Marzo de 2019, de: <https://www.international.gc.ca/gac-amc/index.aspx?lang=eng>
- Global Organic Trade Guide, (s.f), *Qualitative Analysis. Organic Mexico*, Recuperado el 24 de Julio de 2018 de: <https://globalorganictrade.com/country/mexico>
- Gómez, M., Gómez ,L., Schwentesius, R. (2003). México como abastecedor de productos orgánicos . *Revista Comercio Exterior*. Recuperado el 01 de Septiembre de 2018, de : <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/15/4/RCE.pdf>
- González,S.E, (2017), *La Agricultura Orgánica en México*, Mexicampo, Recuperado el 26 de Mayo de 2019, de <https://www.mexicampo.com.mx/la-agricultura-organica-en-mexico-2/>
- Government of Canada , (2019), *Canada Agricultural Product Act* , Recuperado el 10 de Octubre de 2018, de: <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/C-0.4/FullText.html>

- Government of Canada, (2019), *Consumer Packaging and Labelling Act*, Recuperado el 4 de Noviembre de 2018, de: <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/C-38/FullText.html>
- Government of Canada, (2019), *Food and Drugs Regulation*, Recuperado el 13 de Octubre de 2018, de: <https://lawslois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C., c. 870/FullText.html>
- Industria Alimentaria, (2018), *Certifica México a 13,500 productores orgánicos nacionales*, Recuperado el 28 de Octubre de 2018, de : <http://www.industria-alimentaria.com.mx/certifica-mexico-a-13500-productores-organicos-nacionales/>
- International Federation of Organic Agriculture Movements, IFOAM. (s.f), *Los principios de la Agricultura Orgánica*, Recuperado el 15 de Noviembre de 2018 , de : [https://www.ifoam.bio/sites/default/files/poa\\_spanish\\_web.pdf](https://www.ifoam.bio/sites/default/files/poa_spanish_web.pdf)
- International Federation of Organic Agriculture Movements , IFOAM, (2016), *Organic in Europe. Prospects and developments 2016*, Recuperado el 14 de Julio de 2018, de :
- International Federation of Organic Agriculture Movements, (s.f), *Definition of Organic Agriculture*, Recuperado el 06 de Junio de 2019, de [https://www.ifoam.bio/sites/default/files/page/files/doa\\_spanish.pdf](https://www.ifoam.bio/sites/default/files/page/files/doa_spanish.pdf)
- Jarquín G, R., Rosina, B., Flores, G., (2015), *Diagnóstico y capacitación en certificación orgánica participativa*. Recuperado de 15 de septiembre de 2018 , de: <http://tianguisorganicos.org.mx/wp-content/uploads/Reporte CP2015.pdf>.
- Loftsgard, T. , (2018), *The Canadian Organic Landscape* . Recuperado el 18 de Noviembre de 2018 , de : <https://www.certifiedorganic.bc.ca/infonews/conference2018/presentations/GettingToKnowYourCanadianOrganicMarket.pdf>
- Oficina Económica y Comercial de España en Toronto, (2013), *El mercado de la alimentación en Canadá*, Recuperado el 03 de Diciembre de 2018, de: [http://www.iberglobal.com/files/canada\\_alimentacion.pdf](http://www.iberglobal.com/files/canada_alimentacion.pdf)
- Organic Aotearoa New Zealand, (2018), *New Zealand Organic Sector Market Report*, Recuperado el 03 de Julio de 2018 , de: [www.oanz.org/publications/reports.html](http://www.oanz.org/publications/reports.html)
- Organic Produce Network, (2018), *U.S. imports of Mexican organics up 72% in 2017*, Recuperado el 05 de Febrero de 2019, de: <http://www.organicproducenetwork.com/article/186/us-imports-of-mexican-organics-up-72-in-2017>
- Organic Trade Association, (OTA) . (2016), *U.S Organic Trade Data:2011 to 2016*, Recuperado el 14 de Agosto de 2018, de [https://ota.com/sites/default/files/indexed\\_files/OTATradeReport.pdf](https://ota.com/sites/default/files/indexed_files/OTATradeReport.pdf)
- Organic Trade Association, The Ohio State University, (2017), *U.S Organic Trade Data:2011-2016*, Recuperado el 18 de Noviembre de 2018, de: [https://ota.com/sites/default/files/indexed\\_files/OTATradeReport\\_10-30-2017.pdf](https://ota.com/sites/default/files/indexed_files/OTATradeReport_10-30-2017.pdf)
- Organic Trade Association, The Ohio State University, (2017), *U.S Organic Trade Data:2011-2016*, Recuperado el 18 de Noviembre de 2018, de: [https://ota.com/sites/default/files/indexed\\_files/OTATradeReport\\_10-30-2017.pdf](https://ota.com/sites/default/files/indexed_files/OTATradeReport_10-30-2017.pdf)
- Observatorio del Derecho a la Alimentación de España, (2017), *España destaca entre los países en los que se ha incrementado el consumo de productos orgánicos, casi un 25% entre 2014 y 2015*, Recuperado el 10 de Enero de 2020.
- Organización Internacional Agropecuaria, (2018), *El sector orgánico mundial en auge*, Recuperado el 02 de Junio de 2018, de: <https://www.oia.com.ar/novedades/detalle/437/el-sector-organico-mundial-en-auge>

- Organización Mundial de la Salud (FAO) y Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), (2007), *CODEX Alimentarius. Alimentos Producidos Orgánicamente*. (3ra. Edición), Roma. Recuperado el 28 de Septiembre de 2018, de : <http://www.fao.org/docrep/pdf/010/a1385s/a1385s00.pdf>
- Paredes J., Dante A., Schwentesius R., (2015), *Desafíos y prioridades de la agricultura orgánica en México , Mirando a la Unión Europea*, México, Centro de Estudios para el Desarrollo Sustentable y la Soberanía Alimentaria, Recuperado el 03 de Marzo de 2019, de: [http://biblioteca.diputados.gob.mx/janium/bv/cedrssa/lxii/des\\_priagr\\_orgme\\_mue.pdf](http://biblioteca.diputados.gob.mx/janium/bv/cedrssa/lxii/des_priagr_orgme_mue.pdf)
- Peñalosa M., López D. M.,(2016), *La generación de los millennials frente al consumo socialmente responsable*. Recuperado el 09 de Noviembre de 2018, de: <https://www.redalyc.org/pdf/4096/409650120008.pdf>
- Rod, M., Nestour, N., Rojas, J. (2015), *Understanding attitude and behaviour of canadian consumers toward organic wine*, Recuperado el 15 de Noviembre de 2018,de: [https://www.researchgate.net/publication/273895268\\_Understanding\\_Attitude\\_and\\_Behavior\\_of\\_Canadian\\_Consumers\\_Toward\\_Organic\\_Wine](https://www.researchgate.net/publication/273895268_Understanding_Attitude_and_Behavior_of_Canadian_Consumers_Toward_Organic_Wine)
- Rodríguez D., (2016), *Supermercados de lujo: una apuesta “gourmet” de alto riesgo, Alto Nivel*. Recuperado el 1de Septiembre 2018, de : <https://www.altonivel.com.mx/empresas/supermercados-de-lujo-una-apuesta-gourmet-de-alto-riesgo-57126/>
- S.A, (2011), *Estudio de posicionamiento estratégico en internacionalización de la Euroregión Galicia –Norte Portugal : El mercado Agroalimentario de la Euroregión en Canadá*. España. Fondo Europeo de Desarrollo Personal. , Recuperado el 25 de Diciembre de 2018 , de :<https://www.clusteralimentariodegalicia.org/images/editor/86129397-canada.pdf>
- S/A, (2018/05/13), México consume la mitad de los alimentos que consume, alertan, *Periódico en línea “La vanguardia”*, Recuperado el 01 de Febrero de 2019, de: <https://vanguardia.com.mx/articulo/mexico-importa-la-mitad-de-los-alimentos-que-consume-alertan>
- Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural, (2019), *Impulsa SADER mejora regulatoria en producción animal orgánica*, Recuperado el 30 de Agosto de 2018, de: <https://www.gob.mx/sader/prensa/impulsa-sader-mejora-regulatoria-en-produccion-animal-organica>
- Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural, (Enero 2019), *Exportamos orgánico a Alemania, Francia, Suiza y Japón*, Recuperado el 06 de Enero de 2019, de: <https://www.gob.mx/sader/colima/articulos/exportamos-organico-a-alemania-francia-suiza-y-japon?idiom=es>
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, SAGARPA. (2017), *Información de productos orgánicos certificados*, Recuperado el 16 de Agosto de 2018, de : [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/314107/SIAPSENASICA\\_Inf\\_produccion\\_organica\\_2016.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/314107/SIAPSENASICA_Inf_produccion_organica_2016.pdf)
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, SAGARPA. (2017), *Promueve SAGARPA desarrollo del sector agroalimentario a través de productos orgánicos*, Recuperado el 21 de Junio de 2018, de:

- <https://www.gob.mx/agricultura/prensa/promueve-sagarpa-desarrollo-del-sector-agroalimentario-a-traves-de-productos-organicos>
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, SAGARPA,(2018), *Promueve SAGARPA productos orgánicos mexicanos en mercados internacionales*, Recuperado el 10 de julio de 2018, de: <https://www.gob.mx/sagarpa/es/prensa/promueve-sagarpa-productos-organicos-mexicanos-en-mercados-internacionales>
  - Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, SIAP ,(2018), *Atlas agroalimentario, 2012-2018* , Recuperado el 19 de Enero de 2019, de: [https://nube.siap.gob.mx/gobmx\\_publicaciones\\_siap/pag/2018/Atlas-Agroalimentario-2018](https://nube.siap.gob.mx/gobmx_publicaciones_siap/pag/2018/Atlas-Agroalimentario-2018)
  - SIAL Canada,(s,f), *About SIAL Canada*, Recuperado 12 de Febrero de 2019 , de: <https://sialcanada.com/en/>
  - Statistics Canada,(2017), *2016 Census of Agriculture*, Canadá. Recuperado el 07 de Septiembre de 2018, de : <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/170510/dq170510a-eng.pdf>
  - TFO Canadá, (2012) , *Exportando a Canadá*, Recuperado el 04 de Octubre de 2018, de: <http://www.tfocanada.ca/global/File/APR%20-%20JUNE%202012%20SPANISH%20FINAL.pdf>
  - The Fruit and Vegetable Dispute Resolution Corporation, (s.f), *¿Qué documentos se requieren para ir exportar a Canadá?* , Recuperado el 18 de Septiembre de 2018, de : <http://fvdrc.com/about/who-we-are/>
  - Trade Facilitation Office Canada , TFO, (2008), *Guía para la exportación a Canadá, Octava Edición* , Recuperado el 29 de Enero de 2019, de: <https://embamex.sre.gob.mx/canada/images/comercioeinversion/guiaparalaexporta cinacanad.pdf>
  - Trade Facilitation Office Canada, (2015) , *Bienvenido al Mercado Canadiense: Un Manual para Exportar a Canadá*, Recuperado el 04 de Diciembre de 2018, de: <http://ctoro.mrecic.gob.ar/userfiles/Bienvenido%20al%20Mercado%20Canadiense Un%20Manual%20para%20Exportar%20a%20Canada.pdf>
  - Trade Facilitation Office Canada, (s.f), *About TFO Canada*, Recuperado e 1 de Febrero de 2019, de: [www.tfocanada.ca](http://www.tfocanada.ca)
  - Wisconsin Economic Development Corporation, (2018), *Rising demand for organic food in México*, Recuperado el 05 de Septiembre de 2019, de: <https://wedc.org/export/market-intelligence/posts/rising-demand-organic-foods-mexico/>
  - Zamilpa Johanán, (2014), *Fortalecimiento del sector orgánico de México: Aprendiendo de la experiencia de la Unión Europea*, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales, Recuperado el 03 de Marzo de 2019, de: [www.ritaschwentesi.us.mx/tesis-profesionales/UE M%C3%A9xico y Sector organico.pdf](http://www.ritaschwentesi.us.mx/tesis-profesionales/UE_M%C3%A9xico_y_Sector_organico.pdf)

**BIBLIOGRAFÍA**

- Carrillo H., M., (2001) ,*El Sector Agropecuario Mexicano Antecedentes Recientes y Perspectivas, Los Efectos del TLCAN*, México, Instituto Politecnico Nacional.
- Cruz M. , (1997), *El TLC: Controversias, soluciones y otros temas anexos. Medidas especiales en la solución de conflictos*, México, McGraw Hill Interamericana Editores, Serie Jurídica
- Escalona, M., A., (2009): *Los tianguis y mercados locales de alimentos ecológicos en México: su papel en el consumo, la producción y la conservación de la biodiversidad y cultura*, (Tesis de doctorado en agroecología, sociología y desarrollo rural sustentable), Universidad de Córdoba, España.
- Gambrill M. , (2006), *Diez años del TLC en México*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Económicas.
- Gómez, M., Gómez, L. , Lobato, A., Shwentesi, R. , Meráz, M. R., (2003), *Producción, Comercialización y certificación de la agricultura orgánica en América Latina*, México, Universidad Autónoma de Chapingo.
- Grammont H., Gómez M., Gonzáles H., Schwentesius R., (1999), *Agricultura de exportación en tiempos de globalización. El caso de las hortalizas, frutas y flores*, México, Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura mundial (CIESTAAM).
- Paredes, Z. J. (2014). *Fortalecimiento del sector orgánico de México: aprendiendo de la experiencia de la unión europea*. México. Universidad Michoacana de San Nicolás Hidalgo
- Reglamento de la Ley de los Productos Orgánicos. Diario Oficial de la Federación. México. 1 Abril 2010.
- Rodríguez, S., D.,(2005) “*Mercado de Canadá : guía para identificar los principales requisitos exigidos para el ingreso de productos agrícolas frescos y procesados*”, IICA. Dirección de Desarrollo de los Agronegocios, San José, Costa Rica.
- Schwentesius R., (2007), *México orgánico: experiencias, reflexiones, propuestas*. México. Universidad Autónoma Chapingo, Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y Agricultura Mundial.
- Willer, H., Lernoud , J. , (2017), *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2017*, Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and IFOAM.Estados Unidos .
- Zamilpa J., Ayala., R., (2015), *Desafíos y Prioridades de la Agricultura Orgánica en México. Mirando a la Unión Europea*, México, CEDRSSA.

## HEMEROGRAFÍA

- Aguirre ,F., Lang-Ovalle ,P., Peralta ,I., Pérez ,A., (Diciembre, 2012) Percepción del consumidor y productor de orgánicos: El mercado Ocelotl de Xalapa, Ver. México, *Revista Mexicana de Agronegocios*, Vol.31, p.29, Recuperado el 23 de Junio de 2018, de: <http://www.redalyc.org/html/141/14123108006/>
- Alcántara Angélica,(2018, Mayo 23), México, terreno fértil para el mercado orgánico, *Reporte Índigo*. Recuperado el 08 de Marzo de 2019, de: <https://www.reporteindigo.com/indigonomics/mexico-terreno-fertil-mercado-organico-consumidores-concientes-salud/>
- Cabrera E. Jair, (2018-09-21), México orgánico :entre la tradición y la modernidad, *Periódico El Economista*, Recuperado el 28 de Diciembre de 2018, de : <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Mexico-organico-entre-la-tradicion-y-la-modernidad-20181021-0087.html>
- Gómez, C.M., Schwentesius, R., Ortigoza, R.J y Gómez, T.L (2010). Situación y desafíos del sector orgánico de México. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*. México, Vol 1 Núm 4. 1 de Octubre-31 de Diciembre 2010, pp.593-608.
- Gómez, M., Gómez ,L., Schwentesius, R. (2003). México como abastecedor de productos orgánicos . *Revista Comercio Exterior*. Recuperado el 12 de Abril de 2019 ,de : <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/15/4/RCE.pdf>
- Guajardo, B. R. , (2017/10/16), El papel de México en la producción y exportación de frutas y verduras, *Periódico “El economista”*, Recuperado de :<https://www.eleconomista.com.mx/opinion/El-papel-de-Mexico-en-la-produccion-de-frutas-y-verduras-ii-20171018-0107.html>
- Magnusson, M.K., Arvola, (2003), Choice of organic foods is related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behaviour, *Appetite*, Vol. 40 No. 2, pp. 109-17
- Mercado A., Mella M., ( Marzo, 2006), La economía agropecuaria mexicana en el TLCAN, *Revista Comercio Exterior*, Vol. 56, Recuperado de <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/89/1/Mella-Mercado.pdf>
- Rivera A., (2018/02/13), Rompe record en 2017 sector agroalimentario en exportaciones: SAGARPA, *Periódico “El Universal”*, Recuperado el 28 de Octubre de 2019, de: <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/sociedad/rompe-record-en-2017-sector-agroalimentario-en-exportaciones-sagarpa>
- S.A, (2017/12/26), Exportaciones agroalimentarias a Canadá crecerán 8.7%, *Periódico El economista*, Recuperado el 17 de Febrero de 2019, de: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Exportaciones-agroalimentarias-a-Canada-creceran-8.7-20171226-0029.html>



- S.A, (2018/12/11), México eleva 2.6% exportaciones agroalimentarias a Canadá, *Periódico Excelsior*, Recuperado el 27 de Febrero de 2019, de: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/mexico-eleva-26-exportaciones-agroalimentarias-a-canada/1284123>
- Silva, M. M., ( Junio, 2018) , La dependencia alimentaria de México, *Periodico La crónica de Chihuahua* Recuperado el 28 de Enero de 2019, de: <http://www.cronicadechihuahua.com/La-dependencia-alimentaria-de.54025.html>
- Silvestre Adriana, (2017, Agosto 03), El café mexicano, todo un orgullo a nivel mundial, *Periódico El Universal*. Recuperado el 02 de Marzo de 2019 , de: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/menu/2017/08/3/el-cafe-mexicano-todo-un-orgullo-nivel-mundial>
- Thøgersen, J. and Olander, F. (2003), Spillover of environment-friendly consumer behaviour", *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 23 No. 3, pp. 225-36.
- Uribe R., J. , (2014), El sector agropecuario en México, una historia de marginación, *Revista Análisis Plural*, ITESCO, segundo semestre de 2013. Recuperado el 18 de Diciembre de 2018, de : <https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/1241/El+sector+agropecuario+en+M%E9xico,+una+historia+de+marginaci%F3n.pdf?sequence=2>