



**GOBIERNO
FEDERAL**

SAGARPA



MÉXICO 2010 Bicentenario Independencia
Centenario Revolución

POTENCIAL DE LOS PRINCIPALES MERCADOS INTERNACIONALES DE ORGANICOS

El Mercado de Alimentos Orgánicos en Estados Unidos



Vivir Mejor

***Froylan Gracia Galicia
Consejero Agropecuario para EUA***



EL MERCADO DE EUA

GOBIERNO
FEDERAL

SAGARPA

MÉXICO
2010

- Estados Unidos tienen una población de 307 millones de habitantes.
- El PIB per cápita es de 46 mil dólares.
- 99% de la población esta alfabetizada
- Edad promedio 36.8 años.
 - 0-14 años: 20.2%
 - 15-64 años: 67%
 - 65 + años: 12.8%
- Estados Unidos es el principal socio comercial de México.



Vivir Mejor



EL MERCADO DE EUA

**GOBIERNO
FEDERAL**

SAGARPA

**MÉXICO
2010**

- Más del 72% de nuestras exportaciones agroalimentarias se destinan a este mercado y más del 80% de las exportaciones totales.
- Estados Unidos es uno de los principales importadores de alimentos a nivel mundial.
- El gasto per cápita en alimentos es de 3,929 dólares (2009).
- En 2009, el valor total de las importaciones agroalimentarias de los EE.UU. ascendió a casi 90,000 millones de dólares.



Vivir Mejor



**GOBIERNO
FEDERAL**

SAGARPA

**MÉXICO
2010**

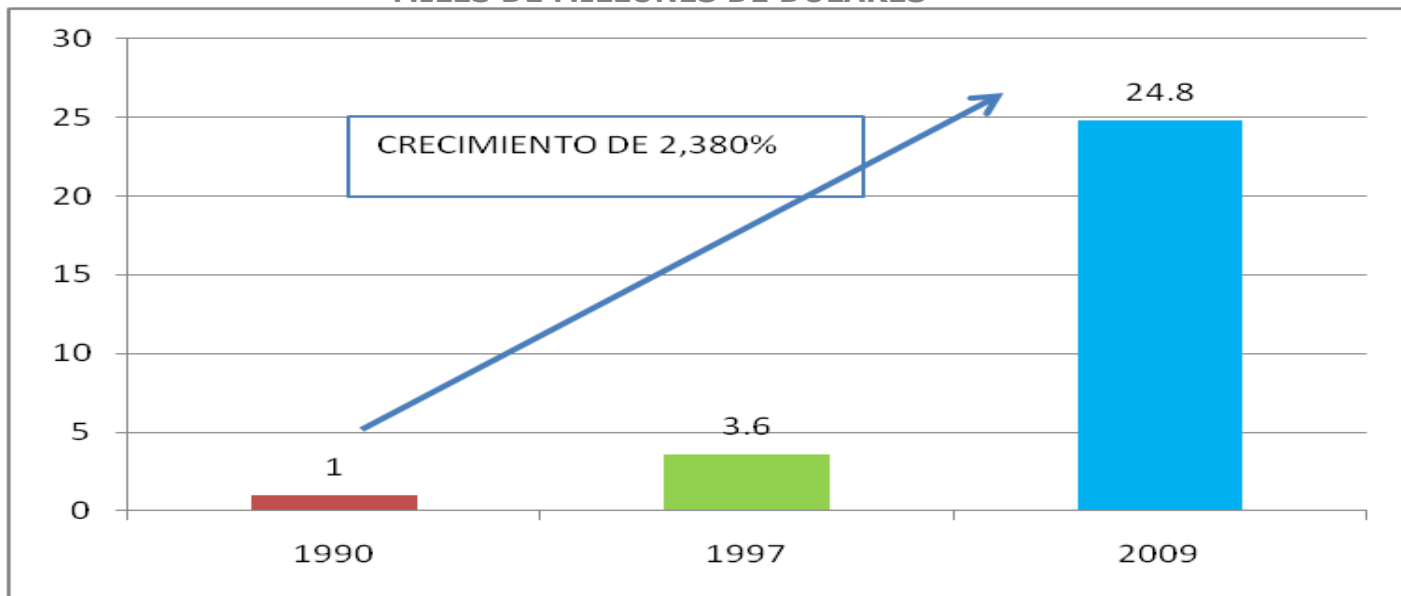


Vivir Mejor

EL MERCADO DE EUA

- EUA cuenta con el mayor mercado de orgánicos a nivel mundial.
- Cerca del 50% del total de las ventas globales de orgánicos lo comprendió este mercado.
- Las ventas de productos orgánicos en EUA (incluye productos alimenticios y no alimenticios) se situaron en 26.6 mil millones de dólares.
- Las ventas de alimentos orgánicos en EUA durante el 2009 ascendieron a 24.8 mil millones de dólares, un incremento del 5.1% con respecto al 2008, contra un crecimiento del 1.6% de los alimentos en general.

**VENTAS DE ALIMENTOS ORGANICOS EN EUA
MILES DE MILLONES DE DOLARES**



FUENTE: ERS/USDA, Organic Trade Association Survey 2010



**GOBIERNO
FEDERAL**

SAGARPA

**MÉXICO
2010**



Vivir Mejor

EL MERCADO DE EUA

- Las ventas de alimentos orgánicos representa tan solo el 3.7% del total de las ventas de alimentos en EUA.
- Δ 20% anual desde 1990.
- El sector de alimentos orgánicos registra el crecimiento mas dinámico en el sector de alimentos.
- La demanda continuara incrementándose en EUA y a nivel global.
- El crecimiento en la producción agrícola orgánica sucede en tanto en países desarrollados como aquellos en vías de desarrollo y la competencia se intensificará en los mercados demandantes de estos productos.





PROGRAMA ORGANICO EUA

**GOBIERNO
FEDERAL**

SAGARPA

- Parte del crecimiento del sector de alimentos orgánicos se puede atribuir a las regulaciones instrumentadas por el USDA en el 2002, el cual facilitó la transparencia y confiabilidad sobre la integridad del producto orgánico en el mercado.

**MÉXICO
2010**



Vivir Mejor



PROGRAMA ORGANICO EUA

GOBIERNO
FEDERAL

SAGARPA

MÉXICO
2010

- Programa Nacional de Orgánicos (NOP):
- Agricultura Orgánica ***“Un sistema ecológico de producción que responde a las condiciones específicas de la tierra, integrando prácticas culturales, biológicas y mecánicas que fomenten la rotación de recursos, promoviendo el equilibrio biológico y conservando la biodiversidad.”***
- Los productores deben proveer una historia detallada de los sistemas de producción usados en su finca.
- La tierra a certificarse debe estar libre del uso de químicos al menos tres años previo a la fecha de la certificación
- El proceso de certificación lo efectúa personal independiente debidamente calificado perteneciente a alguna de las certificadoras autorizadas por el NOP.
- Este proceso se basa en una inspección visual de la tierra , la historia detallada de los sistemas de producción empleados y en análisis de suelos para determinar el grado de nutrientes, micro nutrientes y residuos químicos.
- Inspecciones por lo menos una vez al año y en algunos casos con mayor frecuencia dependiendo del cultivo.



Vivir Mejor



CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA DEL MERCADO

GOBIERNO
FEDERAL

SAGARPA

MÉXICO
2010

- El rápido crecimiento en el sector ha generado cambios drásticos en el tipo y número de productores, procesadores, distribuidores y expendios de detalle de orgánicos. (Todos quieren participar en este mercado)
 - La venta de alimentos orgánicos en expendios al detalle cambio de tiendas especializadas a supermercados tradicionales. (Whole Foods y cooperativas a Safeway, Wal-Mart, etc)
 - Los pequeños negocios de orgánicos han sido comprados por las grandes corporaciones.
 - Los procesadores de alimentos orgánicos ahora compiten con procesadores de alimentos convencionales. (Gerber, Heinz Catsup, etc)
- Estos cambios generaron que hubiera un mayor número de participantes en el mercado pero con empresas más grandes.



Vivir Mejor



GOBIERNO
FEDERAL

SAGARPA

MÉXICO
2010

SITUACIONES DE MERCADO

- Otro efecto del rápido crecimiento del sector han situaciones de escasez en la oferta de productos orgánicos que no han podido responder a la oferta.
- El crecimiento de las áreas de producción certificadas como orgánicas no ha crecido al ritmo de la demanda.
- Tres motivos influyen en la negativa de los productores de convertir su tierras orgánicas.
 1. *National Organic Program* (3 años de transición antes de poder etiquetar como orgánicos)
 2. Presión social de vecinos y otros campesinos.
 3. Imposibilidad de aguantar los efectos económicos de una reducción de rendimientos e ingresos durante el periodo de transición.



Vivir Mejor



PRODUCCION DE PRODUCTOS ORGANICOS

**GOBIERNO
FEDERAL**

- Los productores orgánicos en EUA no logran abastecer la demanda en este mercado.

SAGARPA

- El área sembrada se duplicó de 1997 al 2008 pasando de 526 mil hectáreas a cerca de 2 millones de hectáreas, un 19% de crecimiento anual y representa (0.8%) de la superficie agrícola total.

- En el mismo periodo el numero de productores creció de 5,021 a 8,493.

**MÉXICO
2010**

- Reticencia a convertir a operaciones orgánicas ya toma aproximadamente 5 años para obtener una producción rentable.



Vivir Mejor





PRODUCCION DE PRODUCTOS ORGANICOS

**GOBIERNO
FEDERAL**

SAGARPA

**MÉXICO
2010**

- El 51% de los productores orgánicos son resultado de la conversión a este sector, mientras que el 49% de los productores iniciaron como orgánicos.
- La gran mayoría de los productores de orgánicos en EUA reportan que su decisión de cultivar bajo esta practica se debe a factores ecológicos.
- Menos de la mitad lo hace para incrementar su ingreso.
- El sector lácteo enfrenta problemas por la lenta adopción de reconversión a granos orgánicos.



Vivir Mejor



PRINCIPALES PRODUCTOS ORGANICOS EN EUA

GOBIERNO
FEDERAL

SAGARPA

- Las frutas y hortalizas orgánicas representan el 38% del total de las ventas de alimentos de orgánicos, alcanzando 9.5 mil millones de dólares en el 2009.
- Las frutas y hortalizas orgánicas representan el 11.4% del total de las frutas y hortalizas vendidas en EUA.
- Le siguen los productos lácteos.

MÉXICO
2010



Vivir Mejor



DISTRIBUIDORES DE PRODUCTOS ORGANICOS

GOBIERNO
FEDERAL

SAGARPA

MÉXICO
2010

- A finales de la década de los 90's los principales canales de venta para los productos orgánicos eran las tiendas naturistas, cooperativas de alimentos, tiendas especializadas (Whole Foods).
- Para el 2006, tiendas tradicionales (*Safeway, Costco*) tienen la misma participación de mercado en las ventas de orgánicos que el canal naturista.
- Estas cadenas de supermercados de vender productos orgánicos pasaron a desarrollar marcas propias de estos productos.
 - En el 2008 las marcas propias orgánicas participaron con el 17.4%, contra el 8% en el 2003.

**PARTICIPACION EN LA VENTA DE ORGANICOS POR CANAL COMERCIAL
1991-2009**



Vivir Mejor



DISTRIBUIDORES DE PRODUCTOS ORGANICOS

GOBIERNO
FEDERAL

SAGARPA

MÉXICO
2010

- En el 2007 se introdujeron mas de 1,100 nuevos productos orgánicos en el mercado de EUA.
- Los comerciantes de orgánicos mueven la gran mayoría de los productos del campo al distribuidor. Estas empresas compran los productos de los campesinos o lo importan; le dan valor agregado (re empaque o procesamiento) y lo venden a las tiendas al detalle o sector institucional.
- El abasto de productos orgánicos se ha complicado conforme crece la demanda. En el 2007, el 57% de los comerciantes de orgánicos reportaron situaciones de escasez.
- El 65% de total de las compras de productos orgánicos, por estos comercializadores de orgánicos, se realizaron mediante contratos comerciales, mientras que el 29% se adquirió en los mercados spot.



Vivir Mejor



EL CASO WAL MART

**GOBIERNO
FEDERAL**

SAGARPA

**MÉXICO
2010**

- En el 2007 Wal-Mart anuncia que ampliará su gama de productos orgánicos con precios 10% por arriba del costo de productos similares convencionales.
 - Pros- Mayores opciones, educación y acceso a productos orgánicos ayudaran a incrementar el mercado.
 - Cons- Presiones para debilitar los estándares y certificaciones.

- Compromiso de Sustentabilidad

“En Wal-Mart sabemos que el ser un negocio eficiente y rentable además de ser un buen líder ambiental son metas que pueden trabajar de la mano.

Nuestros objetivos ambientales en Wal-Mart son sencillos y directos:

- Estar abastecidos al 100 por energía renovable;
- Generar cero desperdicios;
- Vender productos que apoyen a la gente y al medio ambiente.



Vivir Mejor



**GOBIERNO
FEDERAL**

SAGARPA

**MÉXICO
2010**



Vivir Mejor

CONSUMIDORES DE ORGANICOS

- En el 2008 el 69% de los consumidores adultos compraron productos orgánicos ocasionalmente.
- El 19% de los consumidores compraron alimentos orgánicos semanalmente, contra el 3% a finales de los 90's.
- El factor que mas influye en la compra de productos orgánicos es el nivel de educación de los consumidores.
 - Las casas con educación de posgrados son mas susceptibles a comprar productos orgánicos.
- Algunos estudios concluyen que los hispanos son el sector mas comprometido con un estilo de vida orgánico y mas susceptibles en comprar estos productos.
- 75% de los consumidores se consideran que los alimentos orgánicos son muy caros, lo que representa una barrera para la compra de estos productos.
 - Esta barrera de precio no aplica para las frutas y hortalizas y los alimentos de bebe orgánicos.
- Sensibilidad al precio ?
- Durante el segundo semestre del 2008 los consumidores sustituyeron sus compras hacia productos convencionales o de marcas privadas orgánicas mas económicas.



COMERCIO EXTERIOR

GOBIERNO
FEDERAL

SAGARPA

MÉXICO
2010

- El NPO permite la certificación de empresas extranjeras siempre y cuando los productos cumplan los estándares establecidos por esta regulación y están certificados por un organismo autorizado por el USDA.
- EUA no cuenta con estadística comercial actualizada o consistente en materia de productos agrícola ya que estos productos no están diferenciados bajo el sistema armonizado de códigos de comercio, sin embargo, se estima que el valor de las importaciones de productos orgánicos ascendió a 1.5 mil millones de dólares en el 2002.
- Las importaciones de orgánicos han incrementado conforme la demanda a superado la oferta domestica. Siendo la producción orgánica intensiva en mano de obra se considera que los países en desarrollo cuentan con una ventaja competitiva en este sentido.



Vivir Mejor



REGULACION DE ORGANICOS EN EUA

**GOBIERNO
FEDERAL**

SAGARPA

**MÉXICO
2010**

- 1970 certificaciones privadas.
- 1980 certificaciones estatales.
- 1990 *Organic Foods Production Act* – manda el establecimiento de estándares.
- 2000 Regla final del *National Organic Program*.
- 2002 Entra en vigor el *National Organic Program*.
- Farm Bill 2008 – Por primera vez se establecen apoyos para la producción orgánica.
 - Estudios económicos y de mercado. (Resultados ambientales y de conservación de practicas orgánicas y el potencial de la agricultura orgánica para la captura de carbono)
 - Apoyos en certificación. (Costo compartido)
 - Apoyos para conservación. 20,000 USD anuales y hasta 80,000 USD en 6 años.
- 2009 Canadá y EUA suscriben un acuerdo de equivalencia de sus programas orgánicos.



Vivir Mejor



RETOS Y OPORTUNIDADES EN EL MERCADO DE EUA

GOBIERNO
FEDERAL

SAGARPA

MÉXICO
2010

- Economía de EUA débil.
- Altos precios de alimentos
- Competencia de productos locales.
- Industrialización de orgánicos.
- Oportunidades de crecimiento
- Conocer la huella de carbón de nuestros productos orgánicos.
- Advertencias de peligros de residuo de plaguicidas en alimentos.
 - Estudio Medico sobre la correlación entre el consumo de alimentos con residuos de plaguicidas y Desorden de Deficiencia de Atención en niños.
 - “*Dirty Dozen*” - Doce del Patíbulo



Vivir Mejor



DIRTY DOZEN

**GOBIERNO
FEDERAL**

SAGARPA

APIO

FRESAS

ARANDANOS A. DOMESTICOS

PIMIENTOS DULCES

CEREZAS

UVAS DE IMPORTACION

DURAZNOS

MANZANAS

NECTARINAS

ESPINACAS

PAPAS

LECHUGAS

**MÉXICO
2010**



Vivir Mejor



RETOS Y OPORTUNIDADES EN EL MERCADO DE EUA

GOBIERNO
FEDERAL

SAGARPA

Establecer un acuerdo de equivalencia con EUA

- Estándares equivalentes
- Reducción de costos
- Acceso a mercado

| TEMA | SITUACION ACTUAL | POSICION DE MEXICO |
|---|---|---|
| Estándares Mexicanos Orgánicos Durante 2009 se realizaron una serie de talleres orientados en dar a conocer la Ley de Productos Orgánicos, los sujetos que serán regulados, el papel de los sectores gubernamentales que intervienen en la actividad en materia de productos orgánicos y el papel de la secretaría para la aplicación de la legislación, como es la aprobación de organismos de certificación orgánica. | <p>Con fecha de 7 de febrero del 2006, se publicó la Ley de Productos Orgánicos en México. El Reglamento de dicha Ley se publicó el 1 de abril de 2010.</p> <p>La certificación sigue conduciéndose por organismos privados, se está en vías de implementar la aprobación de organismos de certificación orgánica para el reconocimiento por la Secretaría a través del SENASICA.</p> <p>El SENASICA está preparando los proyectos de Lineamientos para la operación orgánica, mismos que tendrán que pasar por el proceso jurídico y de consulta.</p> | <p>Contar con un marco regulatorio completo e implementado y un sistema de control en operaciones que brinde confianza de la calidad de los productos orgánicos mexicanos hacia los mercados de consumo. Así como establecer acuerdos de equivalencia para que los productos que se importen como orgánicos cumplan con la regulación mexicana en materia de productos orgánicos.</p> |

MÉXICO
2010



Vivir Mejor



Contacto

www.aserca.gob.mx

**LIC. FROYLAN GRACIA G.
CONSEJERO AGROPECUARIO PARA EUA
EMBAJADA DE MEXICO EN EUA
ASERCA/SAGARPA**

**Froylangracia.sagarpausa@verizon.net
001-202-728-1729**