

**Nuevos productos y tendencias de consumo
de productos orgánicos en Canadá**

TABLA DE CONTENIDO

I. EL SECTOR DE PRODUCTOS ORGANICOS EN CANADA.....	3
Producción local.....	3
Subsectores clave.....	5
Estándar local.....	5
Québec posee su propio estándar.....	6
II. CARACTERIZACION DEL CONSUMIDOR CANADIENSE DE PRODUCTOS ORGANICOS.....	7
Frecuencia de compra, grupos de edad, poder adquisitivo.....	7
¿Cuáles son los principales mercados para los productos orgánicos?.....	8
Características que buscan los canadienses en los alimentos.....	8
¿Por qué consumen productos orgánicos los canadienses?.....	9
Principales lugares de compra de productos orgánicos.....	9
Estimación del potencial de mercado para los productos orgánicos.....	10
Elementos que favorecen el desarrollo del mercado de productos orgánicos en Canadá.....	11
III. ANALISIS DE TENDENCIAS EN EL CONSUMO Y DE PRODUCTOS CON POTENCIAL.....	13
Productos con potencial de ventas demostrado.....	13
Productos de baja participación pero elevado potencial de ventas.....	14
Productos con elevado potencial de ventas pero barreras de ingreso altas.....	15
IV. OPORTUNIDADES PARA COSTA RICA.....	16
ANEXOS.....	19

I. EL SECTOR DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN CANADA

El desarrollo del mercado canadiense de productos orgánicos, obedece en parte al apoyo que recibe esta actividad por parte de diversas organizaciones estatales que aportan fondos para proyectos variados, para promover la competitividad en los mercados locales y extranjeros.

Por otra parte, el clima frío que predomina en Canadá, hace éste un territorio apto para la producción orgánica, dado que se reduce la posibilidad de pestes y enfermedades.

Todo lo anterior ha permitido a este país ubicarse entre los cinco principales productores mundiales de granos y semillas orgánicos.

Además, según la *International Federation of Organic Agriculture Movements (INFOAM)*, Canadá es el décimo país a nivel mundial en cuanto a cantidad de hectáreas dedicadas a la producción orgánica con un total de 340.200 hectáreas.¹

Es importante indicar, además, que los productos orgánicos representan actualmente 10% del mercado al detalle total de productos frescos.

Producción local

Según el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA por sus siglas en inglés)², en el año 2001 existían 2.230 fincas de producción orgánica en Canadá de un total de 246.923 fincas.

De estas, el 64,2% correspondía a fincas de cultivos de campo (por ejemplo cereales); el 27,5% correspondía a frutas y vegetales (incluyendo cultivos de invernadero); el 17,1% animales o productos animales y el 15,2% restante correspondía a otros productos como miel de maple y hierbas).

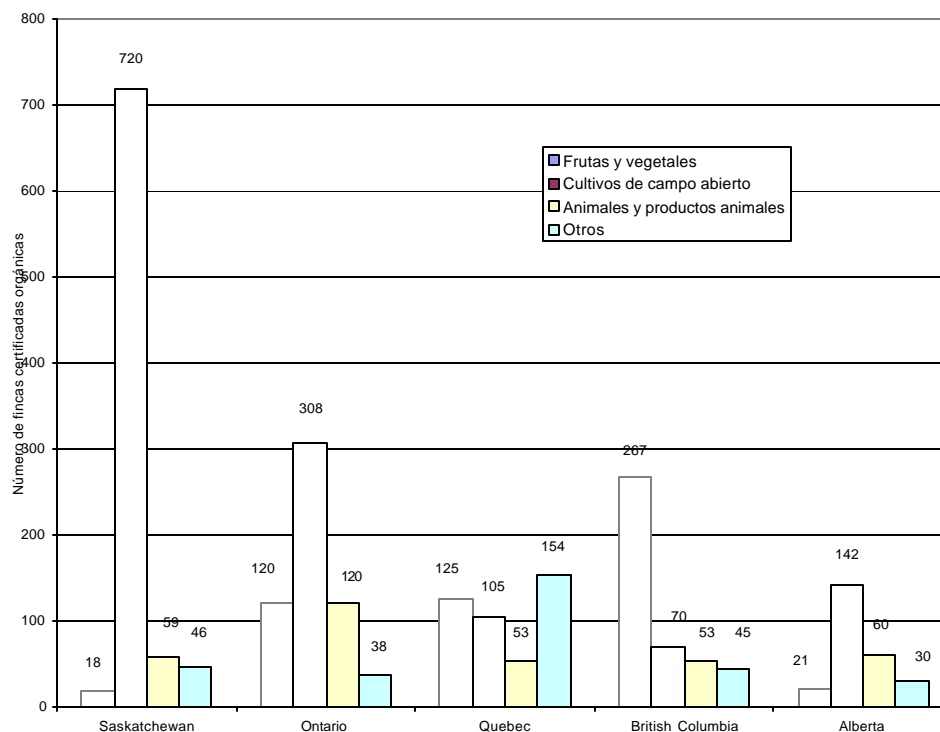
De estas, las provincias de Saskatchewan (773), Ontario (405), Québec (372), British Columbia (319) y Alberta (197) son las que concentran la mayor cantidad de fincas dedicadas a la producción orgánica. Estas fincas se caracterizan por ser pequeñas (menos de 5 acres cada una).

¹ Organic Agriculture Worldwide 2002. Statistics and Future Prospects. INFOAM.

² Canada Organic Products: Organic Food Industry Report 2002.

A continuación puede verse la distribución de estas fincas según el tipo de productos al que están dedicadas:

Canadá: Número de fincas certificadas según tipo de productos
Datos por principales provincias/1



Fuente: 2001 Census of Agriculture. Statcan

/1 Las fincas dedicadas a más de un tipo de producto, se consideran en cada uno de ellos. Por ello la suma del total no coincide con el total de fincas certificadas por provincia.

Del gráfico anterior destaca la más fuerte orientación hacia la producción orgánica de cultivos de campo abierto, dentro de los cuales los más importantes son los cereales. En cuanto al número de fincas dedicadas a la producción de vegetales y frutas, destacan los casos de Ontario, Québec y British Columbia. Sin embargo es importante destacar que las frutas y vegetales producidos en estas regiones³ son:

- Ontario: manzanas, uvas, duraznos, arvejas y tomates.
- Québec: *blueberries*, manzanas, fresas, arvejas y *green beans*.
- British Columbia: manzanas, *blueberries*, uvas, arvejas y *green beans*.

De allí que productos orgánicos en la variedad en la que Costa Rica posee potencial exportador, no tienen mayor competencia interna.

Subsectores clave

En el consumo de orgánicos en Canadá, destacan los siguientes subsectores:

- **Productos procesados:** congelados, preparaciones para desayunos, carnes y pescados procesados, cereales, productos de panadería, pasta, arroz, bebidas y alimentos para bebés. Esta industria a pesar de ser pequeña pero creciente, regularmente recurre a la importación de materia prima.
- **Carnes:** la oferta interna ha crecido rápidamente debido al temor alrededor de diversos problemas, entre ellos el mal de las “Vacas locas”.
- **Granos:** Incluyen trigo, avena, maíz, soya y otros. El trigo es uno de los productos con mayor producción local incluso para la exportación. La producción orgánica de estos granos también es utilizada para la alimentación de ganado y otros animales criados bajo lineamientos orgánicos. La mayor parte de la producción orgánica de granos en Canadá es destinada a la exportación.
- **Lácteos:** es un sector de demanda creciente. Existen restricciones de ingreso a los productos importados.
- **Aves y huevos:** es un subsector creciente e incluso se ha indicado que existe una demanda insatisfecha sobretodo en el caso de los huevos. En el caso de este último producto, una de las limitantes es que se aplican cuotas de producción con el fin de mantener los precios internos estables. Aunque la medida no cubre aún a los productores orgánicos en el futuro podría incluirlos. Tanto en el caso de la carne de ave como en el de los huevos, en los años 70s Canadá impuso cuotas de importación. En 1995 estas se transformaron en *Tariff Rate*. Ambos productos requieren un permiso especial otorgado por el Departamento de Asuntos Internacionales y Comercio para poder ser importados. Más allá de esos permisos, los productos importados están sujetos a aranceles elevados.

Estándar local

El estándar canadiense para productos orgánicos (National Standard of Canada for Organic Agriculture) de Canadá, fue establecido en junio de 1999. Es un estándar voluntario. El National Standard of Canada for Organic Agriculture ha establecido un programa o estándar nacional para la producción orgánica.

³ Se refiere a la producción total y no únicamente a la producción orgánica.

La totalidad del estándar define, a través de sus diversas secciones, en qué consiste, desde el punto de vista de las autoridades canadienses, que un producto sea orgánico. No obstante, la definición que se puede determinar a través de él no difieren de manera substancial de la que posee el *Codex Alimentarius*.

Québec posee su propio estándar.

Para más detalle sobre las regulaciones establecidas en este estándar, puede consultarse el documento titulado “Productos orgánicos: Condiciones de Acceso al mercado canadiense”, elaborado por la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica.⁴

⁴ Disponible para ser consultado en <http://www.procomer.com> y en el Centro de Documentación de PROCOMER.

II. CARACTERIZACION DEL CONSUMIDOR CANADIENSE DE PRODUCTOS ORGANICOS

Algunas estimaciones indican que el mercado de productos orgánicos en Canadá, ascenderá a aproximadamente \$3,1 billones en el 2005, con una tasa de crecimiento anual de aproximadamente 20%.

Frecuencia de compra, grupos de edad, poder adquisitivo

Según un estudio llevado a cabo por Environics International, únicamente un 26% de los canadienses en el año 2000, dijeron no consumir productos orgánicos. Un 18% se declaró como consumidor regular; un 22% como ocasional y un 31% indicó haber consumido una o dos veces en el año este tipo de productos.

Además, se tiene que aunque el grupo de los *baby boomers* es de suma importancia (grupo de edad de entre los 35 y 55 años), las nuevas generaciones mantienen patrones de consumo que atribuyen una gran importancia a los productos orgánicos.

Asimismo, al igual que en otros mercados, existe una relación directa entre el nivel educativo del consumidor y la frecuencia e importancia de compra de productos orgánicos. Desde el punto de vista del ingreso, es importante recalcar que en este caso no se da una gran concentración de consumidores en los niveles elevados de ingreso, sino que la presencia de consumidores de ingresos bajos, es también importante⁵.

Considerando lo anterior, y partiendo de una población total de 21,8 millones de habitantes, se tiene que una aproximación conservadora del mercado de orgánicos en Canadá (considerando únicamente los consumidores regulares), cerca de 4 millones de personas consumen en Canadá productos orgánicos, lo que indica no sólo un mercado de grandes oportunidades, sino sumamente cercano al nuestro.

Principales características de los consumidores regulares de productos orgánicos en Canadá

Los consumidores regulares de productos orgánicos en Canadá, se caracterizan por:

- El 60% son mujeres.
- No se concentran en los grupos de ingresos de \$60 a \$80 mil dólares.
- Un 30% pertenece a British Columbia, un 12% a Alberta y un 7% a Saskatchewan.
- Se ubican en el grupo de 25 a 34 años más que en el de mayores de 55 años.

⁵ Según Rosalie Cunningham, esto puede reflejar dos motivaciones diferentes en torno al consumo de orgánicos: una mayor orientación hacia la salud y por otra parte la creencia en productos que favorecen el ambiente y que son adoptados por esa razón como parte del estilo de vida que se sigue.

Si se consideran también los consumidores regulares, estaríamos hablando más bien de un mercado de aproximadamente 12 millones de consumidores. Es importante decir que el mayor potencial de mercado se encuentra en British Columbia y Alberta. Más de la mitad de estos consumidores se ubican en tres ciudades: Edmonton, Calgary y Vancouver.

¿Cuáles son los principales mercados para los productos orgánicos?

Los principales mercados para los productos orgánicos son los de British Columbia, Alberta, Québec y Ontario.

En el caso de estas dos últimas provincias, se estima que se ha registrado un incremento en el espacio de ventas dedicado a productos orgánicos, de aproximadamente el 20%.

Otras regiones en crecimiento en cuanto a la demanda de orgánicos son Saskatchewan y Manitoba.

Características que buscan los canadienses en los alimentos

Algunas características sobresalientes de los consumidores de alimentos en general en Canadá, permiten señalar aspectos relacionados con las características ofrecidas y buscadas en los productos orgánicos.

Existen cinco tendencias en el consumidor canadiense que deben ser consideradas para promocionar productos orgánicos:

- Esencia: retorno a lo básico.
- Corazón: importancia creciente atribuida a la familia y al hogar.
- Tierra: preocupación por aspectos relacionados con el ambiente.
- Bienestar total: la salud es un concepto integral (cuerpo, mente y alma).
- Ética: se compra a empresas socialmente responsables.

Por otra parte, en cuanto a los factores considerados como decisivos en la compra de alimentos, figuran en orden de importancia:

- Sabor
- Nutrición y salud.
- Facilidad de preparación.

- Tiempo de preparación
- Precio

¿Por qué consumen productos orgánicos los canadienses?

Uno de los factores más importantes en la compra de productos orgánicos por parte de los canadienses, es que perciben estos productos como más saludables y seguros que el resto de los alimentos.

Lo anterior se refleja en que los tres aspectos o motivos básicos por los que se consumen productos orgánicos en este mercado son:

- Niños: en busca de la seguridad y salud, los padres tienden a incluir estos productos en sus compras regulares. Pero se estima que a nivel de adolescentes, existe una amplia preocupación por la salud y la nutrición.
- Alergias a alimentos específicos: según un estudio del *Canadian Restaurant and Foodservice Association*⁶ entre un 1 y un 2% de los adultos canadienses y cerca del 4 al 6% de los niños, presentan algún tipo de alergias a ciertos alimentos. Los orgánicos se perfilan entonces como una alternativa a reducir la exposición a ciertas alergias.
- Estilos de vida saludables: Según la revista *Canadian Grocer*, cerca del 60% de los compradores de alimentos toman sus decisiones de compra basados en elementos de reducción de riesgos y control de enfermedades. Además, cerca del 17% de los hogares, tienen un miembro de su familia bajo dietas especiales.

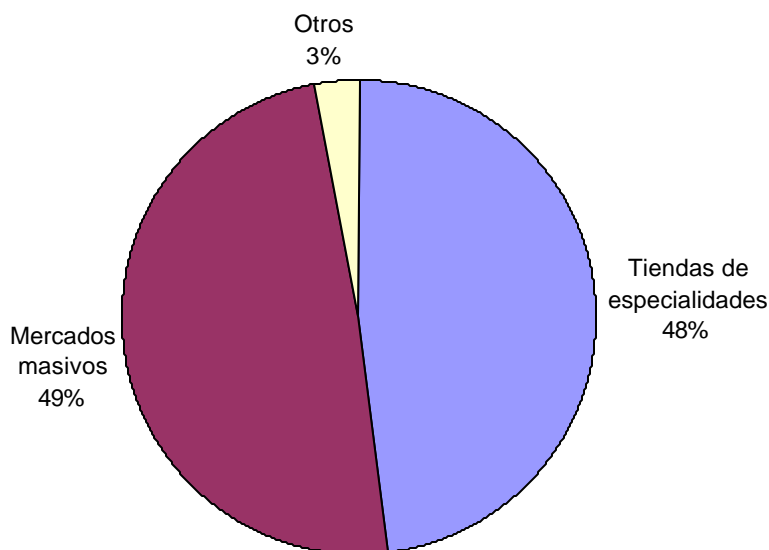
Principales lugares de compra de productos orgánicos

Aunque la cadena de comercialización de los productos orgánicos sea un poco más compleja y tenga una mayor cantidad de actores, es importante destacar que los consumidores finales adquieren este tipo de productos especialmente en los mercados masivos y las tiendas de especialidades.

Cerca del 49% de los consumidores canadienses de orgánicos, adquieren sus productos en los mercados masivos, mientras que el 48% lo hace en tiendas de especialidades.

⁶ Disponible en <http://www.crfca.ca/foodallergy/main.html>

Canadá: Principales lugares de compra de productos orgánicos



Otro tipo de mecanismo de compra que aplican los consumidores de este país, son las ventas en línea y las entregas a domicilio. Estos canales tienden a ser sumamente utilizados por aquellos consumidores que otorgan un papel importante a la calidad y frescura de los productos adquiridos.

También, es importante mencionar que existe una demanda creciente por productos orgánicos en los establecimientos de venta de comidas. Estas empresas se han visto en la necesidad de incluir en su menú, productos orgánicos o platillos preparados con orgánicos. De hecho, los *chefs* destacan el sabor y la facilidad para manipular el producto.

En el Anexo No.1, el lector podrá ubicar una serie de contactos para cada tipo de establecimiento en el cual los consumidores canadienses adquieren productos orgánicos.

Estimación del potencial de mercado para los productos orgánicos

Del total importado por Canadá, se estima que Estados Unidos es el principal proveedor, con un aporte de entre 85% y 90%. Las exportaciones de Estados Unidos a este mercado se concentran en productos empacados, seguidos por las frutas frescas y vegetales.

Dado el valor y la cantidad de los productos frescos exportados hacia Estados Unidos, cabe pensar que este país adquiera sin procesar o semiprocesados o naturales, ciertos productos provenientes de Costa Rica u otros países de la región, con el fin de ser reexportados a Canadá.

A continuación se presentan algunas estimaciones del tamaño del mercado de productos orgánicos, elaborado por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos:

Estimaciones de consumo, producción e importación de orgánicos en Estados Unidos
Cifras en millones de US \$

	1998	1999	2000
Consumo total	530	640	800
Producción local	460	560	700
Exportaciones	195	240	300
Importaciones	265	320	400

Fuente: Canada Organic Products: Organic Food Industry Report 2002. Foreign Agricultural Service, USDA.

Algunas estimaciones más recientes, indican que el mercado total en Canadá (a Julio del 2002) para productos orgánicos era cercano a \$1 billón. Además, se ha estimado, tal como se mencionó anteriormente, que el crecimiento anual es de aproximadamente 20%. Ante esta perspectiva y tal como se desprende del cuadro anterior, es posible indicar que Canadá continuará dependiendo de las importaciones para satisfacer la demanda creciente de estos productos.

Elementos que favorecen el desarrollo del mercado de productos orgánicos en Canadá

Algunas condiciones importantes que favorecen el crecimiento del consumo de orgánicos en Canadá a una tasa anual estimada del 20% son⁷:

- La percepción favorable de los consumidores en torno a lo saludables y seguros que son los productos orgánicos.
- El interés creciente por estos productos en las provincias de Ontario y Québec, en donde se concentra cerca del 60% de la población canadiense.
- El desarrollo de la industria de productos orgánicos procesados, que requieren importar materia prima.

⁷ Canada Organic Products: Organic Food Industry Report 2002. Foreign Agricultural Service, USDA.

- La tendencia a disponer en el comercio, de personal calificado para atender consultas sobre los productos orgánicos.
- El amplio interés que muestra la población joven hacia aquellos productos alimenticios saludables y amigables con el ambiente.
- Los medios de comunicación dan una amplia cobertura a los nuevos productos orgánicos procesados, así como a los puntos de venta.

III. ANALISIS DE TENDENCIAS EN EL CONSUMO Y DE PRODUCTOS CON POTENCIAL⁸

A continuación se presentan las categorías de productos en los que existe potencial para el desarrollo en el mercado de productos orgánicos. Se divide la información en: productos que han demostrado un elevado potencial de ventas, productos no presentes en cantidades significativas, pero con elevado potencial de ventas y productos con potencial de desarrollo pero elevadas barreras de ingreso.

Productos con potencial de ventas demostrado

- **Vegetales y frutas**

En esta categoría de productos figuran las frutas y vegetales, sectores para los cuales la producción local es reducida. El crecimiento estimado del consumo de estos grupos de productos es elevado y cercano al 20% anual.

La diversidad étnica presente en Canadá, favorece la demanda de ciertos productos.

Los productos más demandados incluyen:

- Ensaladas empacadas orgánicas (verdes).
- Manzanas
- Bananos
- Naranjas
- Brócoli
- Lechuga romana.
- Tomates *cherry*

La mayor parte de las importaciones provienen de Estados Unidos. La oferta mexicana es reducida.

- **Soya y leches de soya y de arroz**

Presentan un dinamismo importante en los últimos tres años. Según el *Agriculture and Agri-Food Canada*, entre marzo de 1998 y marzo del 2001, las ventas de estos productos crecieron un 247%.

⁸ Esta sección se basa en el documento elaborado por el USDA, titulado *Canada Organic Products: Organic Food Industry*

La demanda de éstos productos obedece en gran parte de la intolerancia a la lactosa presente en una cantidad importante de consumidores canadienses, la presencia de población asiática, el creciente número de vegetarianos y el consumo por aquellos que buscan los beneficios a la salud que éstos productos ofrecen.

También están creciendo las ventas de *tofu*, helados, pudines, quesos, yogurt y pasta a base de soya.

- **Alimentos para el desayuno**

El cereal es uno de los principales productos consumidos por los canadienses al desayuno. Dentro de éstos, los orgánicos son considerados por los detallistas como uno de los elementos claves para el crecimiento de esta categoría de alimentos.

Otras alternativas orgánicas para el desayuno también son ampliamente buscadas.

- **Productos de panadería**

Los productos orgánicos de panadería, han encontrado un nicho importante en los restaurantes en los que los *chefs* han incorporado a sus menús los platillos orgánicos. Las panaderías también han agregado una cantidad importante de productos elaborados con materias primas orgánicas.

Productos de baja participación pero elevado potencial de ventas

- **Fórmulas y alimentos para bebés**

En el mercado canadiense no existen disponibles fórmulas o alimentos orgánicos para bebés. Sin embargo, sí existe una demanda insatisfecha importante, pues los consumidores solicitan este tipo de productos, sobretodo en las tiendas de especialidades.

- **Bocadillos**

La categoría de bocadillos en Canadá, figura en la posición número 7 del *top 20 Categories, Total Grocery Dollars* (AC Nielsen, Market Track, del año 2000). Prácticamente un 80% de los canadienses recurren diariamente a los *snacks* o bocadillos.

Las frutas frescas son el bocadillo número uno de los adultos y niños, seguidos por las papas fritas, galletas, chocolates, confites, yogurt y barras de granola.

- **Frutas secas y nueces**

Se consumen con bocadillos o *snacks*, pero también son altamente demandadas para incorporarlos en los productos de pastelería y panadería de carácter orgánico.

- **Vinos orgánicos**

La disponibilidad de este producto en el mercado canadiense es limitada.

- **Comidas completas (*Home meal replacement*)**

El crecimiento en la demanda de estos productos obedece a la mayor cantidad de vegetarianos y al elevado crecimiento que en general tienen las comidas completas preparadas.

Productos con elevado potencial de ventas pero barreras de ingreso altas

En esta categoría figuran:

- La carne de aves: requiere permisos de importación, tiene altos aranceles y son sometidas a inspección.
- Huevos: tienen altos aranceles y requieren permiso de importación
- Productos lácteos: Canadá cuenta con una industria láctea sólida; existen altos aranceles y se requiere permisos de importación.

IV. OPORTUNIDADES PARA COSTA RICA

Considerando los aspectos señalados en la sección anterior, el mercado canadiense ofrece oportunidades de desarrollo en el sector de productos orgánicos, en los siguientes grupos de productos específicos:

- Frutas y vegetales: Ensaladas empacadas orgánicas (verdes), manzanas, bananos, naranjas, brócoli, lechuga romana y tomates.
- Soya y leche de soya.
- Cereales
- Alimentos para bebés.
- Productos de panadería.
- Frutas secas y nueces.
- Bocadillos varios
- Vinos
- Comidas completas

Dadas las características de la oferta actual costarricense de productos orgánicos, las posibilidades de exportación para Costa Rica, se encuentran sobretodo en productos tales como frutas, legumbres, vegetales y café.

Debido a que no se disponen de estadísticas correspondientes a las importaciones de orgánicos por tipo de productos en Canadá, se analizaron los datos de las importaciones realizadas por este país para esas y otras categorías de productos en los que existe potencial de desarrollo de mercado, según se analizó en la sección anterior.

Los datos correspondientes a estas estadísticas, se presentan en el Anexo No.2 de este documento. De allí se desprende que nuestro país posee una participación de mercado importante (cifras al año 2001) en las siguientes categorías de producto:

- Azúcar de caña: 3,3%
- Compotas y jaleas de frutas: 3,3%
- Legumbres, hortalizas y tubérculos: 0,1%
- Frutas: 4,7%
- Café: 2,5%

Esto indica que, aprovechando el conocimiento que existe en el mercado canadiense de la oferta exportable costarricense en estos productos, nuestro país podría desarrollar el mercado de orgánicos en estos grupos.

Es importante indicar que, el desarrollo del mercado canadiense de orgánicos, también puede ser abordado por el exportador costarricense, desde el punto de vista de proveedor de las industrias procesadoras. Lo ideal, claro está, sería exportar productos con un mayor valor agregado nacional, no obstante, la venta de materias primas podría ser una vía inicial de acceso a ese mercado.

Por último, es importante destacar que para que los esfuerzos por desarrollar este mercado sean lo más exitosos posibles, se requiere además, que el exportador conozca las regulaciones de etiquetado, el estándar local que aplica a estos productos, así como los canales apropiados para la comercialización de estos productos en el mercado canadiense y esta información puede ser consultada en el documento titulado: “Productos orgánicos: Condiciones de acceso al mercado canadiense” elaborado por PROCOMER.

FUENTES CONSULTADAS

Agriculture and Agri-Food Canada. *Canada's Organic Industry*. En: http://www.agr.ca/cb/factsheets/2industry_e.phtml.

Census of Agriculture, 2001. En Canadian Statistics. <http://www.statcan.ca/english/Pgdb/Economy/Census>.

Cunningham, Rosalie. *The Organic Consumer Profile*. Strategic Information Services Unit. Alberta Agriculture Food and Rural Development. Abril, 2001

Faye Clack Marketing & Communications, Inc. *Canada: Organic Products. Organic Food Industry Report 2002*. USDA. Foreign Agricultural Service.

International Federation of Organic Agriculture Movements. (INFOAM). *Organic Agriculture Worldwide 2002. Statistics and Future Prospects*. Febrero del 2002. Disponible en <http://www.soel.de/oekolandbau/weltweit.html>

US Department of State. *FY 2001 Country Commercial Guide Canada*. US Embassy Ottawa and Bureau of Economic and Business. US & Foreign Commercial Service and US Department of State, 2000.

ANEXOS

**ANEXO No.1
DISTRIBUIDORES TRADICIONALES****Loblaws Companies Ltd. (Corporate Office)**

22 St.Clair Avenue East
Toronto, ON
M4T 2S7
TELÉFONO:(416)922-2500
FAX: (416)922-4395 www.loblaws.com

Loblaws Companies East

2495 Surveyors Rd.
Mississauga, ON-
L5N 3J4
TELÉFONO:(905)567-2438
FAX: (905)567-3150
www.loblaws.com

Sobey's Atlantic Division

293 South Ford, Stellarton, NS
B0K 1S0
TELÉFONO: (902)755-1830
www.sobeys.com

Sobey's Quebec

11281 Boul. Albert- Hudon, Montreal-
Nord, PQ H1G 3J5
TELÉFONO: (514)324-1010
www.sobeys.com

Sobey's Manitoba/Saskatchewan

1800 Inkster Blvd.
Winnipeg, MB
R2X 2Z5
TELÉFONO: (204)632-7550
www.sobeys.com

Sobey's Ontario

2701 Highpoint Drive
Milton, ON
L9T 5G5
TELÉFONO: (905)876-9953
FAX: (905)876-9949
www.sobeys.com

The Great Atlantic and Pacific Tea Company

Canada (A&P Canada)
5559 Dundas St. West

Etobicoke, ON
M9B 1B9
TELÉFONO:(416)239-7171
FAX:(416)234-6527
www.aptea.com

Overwaitea

P.O. Box 7200
Vancouver, British Columbia
V6B 4E4
TELÉFONO: (604)888-2079
FAX: (604)888-3495
www.overwaitea.com

Safeway

(Alberta, Vancouver, Winnipeg)
1020 64th Avenue NE
Calgary, Alberta
T2E 7V8
US: 877-723-3928
Canada: 800-SAFEWAY

DISTRIBUIDORES DE PRODUCTOS NATURALES**Nutter's Bulk and Natural Foods**

107-1601 Dunmore Road
SE, Medicine Hat, AB
T1A 1Z8
TELÉFONO: 403-529-1664
FAX: 403-529-6507
Medicinhat@nutters.com
www.nutters.com

Ontario Natural Food Co-op

70 Fima Crescent,
Toronto, ON
M8W 4V9
TELÉFONO: 800-387-0354
or 416-503-1144, ext.33
FAX: 416-503-2848
www.kd@onfc.on.ca

The Big Carrot

348 Danforth Avenue
Toronto, ON
M4K 1N8
TELÉFONO: 416-466-2129
FAX: 416-466-2366
health@thebigcarrot.ca
www.thebigcarrot.ca

Capers (Wild Oats Community Markets, Inc.)

Wild Oats Community Markets, Inc.
3375 Mitchell Lane
Boulder, CO
80301
TELÉFONO: 303-440-5220
FAX: 303-928-0022
www.wildoats.com/capers/index/htm0.1d

Steep Hill Food Co-op

730 Broadway Avenue
Saskatoon, SK
S7N 1B4
TELÉFONO: 306-664-4455
FAX: 306-664-4595
yak@the.link.ca
www.sfn.saskatoon.sk.ca/business/steep_hill/index.html

Karma Co-op

739 Palmerston Avenue
Toronto, ON
M6G 2R3
TELÉFONO: 416-534-1470
FAX: 416-534-3697
www.freecfm.com/w/w/karma/karma.htm
!

DISTRIBUIDORES EN LINEA Y EXPRESS**WOW Foods**

Greater Toronto area,
Guelph, Barrie
80 Centennial Drive
Unit 8
Orangeville, ON
L9W 1P9
TELÉFONO: 1-877-926-4426
FAX: 519-938-9396
info@mywowbox.com
www.mywowbox.com

Small Potatoes Urban Delivery

Greater Vancouver area
1660 E. Hastings St.
Vancouver, BC
V5L 1S6
TELÉFONO: 604-215-7783
FAX: 604-215-1264
Info@spud.ca
www.spud.ca

Green Earth Organics

Greater Vancouver area,
Greater Toronto area
1864 Triumph Street,
Vancouver, BC
V5L 1K2
TELÉFONO: 604-708-2345
FAX: 604-708-5998
info@greenearthorganics.com
www.greenearthorganics.com
#16 - 1720 Midland
Avenue,
Toronto, ON
M1P 3C8
TELÉFONO: 416-285-5300
Service@greenearthorganics.com

www.greenearthorganics.com

Organics Delivery B.C.

North Vancouver, West
Vancouver, Vancouver,
Burnaby, New Westminster,
Coquitlam, Port Moody and Port
Coquitlam
P.O. Box 38515
126 West 3rd Street
North Vancouver, BC
V7M 3N1
TELÉFONO: 604-307-7618
FAX: 604-291-7244
info@organicsdeliverybc.com
www.organicsdeliverybc.com/

Home Grown Organic Food

Halifax area
6188 Allan Street
Halifax, NS
B3L 1G7
TELÉFONO: 902-492-1412
FAX: 902-492-0986
info@hgof.ns.ca
www.hgof.ns.ca

Grocery Gateway

Greater Toronto area and
surrounding cities
6099A Vipond Drive
Mississauga, ON
L5T 2B2
TELÉFONO: 905-565-5597
FAX: 905-670-6017
info@grocerygateway.com
www.grogate.com

DISTRIBUIDORES CLAVE DE PRODUCTOS ORGÁNICOS**Pro-Organics**

4535 Still Creek Ave.
Burnaby, BC
V5C 5W1
TELÉFONO: 604-253-6549 ext.105
FAX: 604-253-6702
eleung@proorganics.com

Unit #4
433 Horner Avenue
Toronto, ON
M8W 4Y4
TELÉFONO: 416-252-3386
FAX: 416-252-3142
ccottrill@proorganics.com
4783 boul. Couture St
Leonard,
Montreal, PQ
H1R 3H7
TELÉFONO: 514-327-9170
FAX: 514-327-6455
www.proorganics.com

Westpoint Distributors Ltd.

3rd Floor 62 W. 8th
Avenue
Vancouver, BC
V5Y 1M7
TELÉFONO: 604-708-8668
Toll free: 888-838-8758
FAX: 604-708-3328
Toll free: 888-318-3322
wstpoint@westpointonline.com
www.westpointonline.com

Wild West Organic Harvest

2120 Van Dyke Place,
Richmond, BC
V6V 1X6
TELÉFONO: 604-276-2411
or 800-663-0049
FAX: 604-276-8583
Info@wildwestorganicharvest.com
www.wildwestorganicharvest.com

**Ashley-Koffman Foods (Tree of Life,
Inc.)**

6030 Freemont

Boulevard
Mississauga, ON
L5R 3X4
TELÉFONO: (905)507-6161
FAX: (800)263-7054
2600 61st Avenue, S.E.
Calgary, AB
T2C 4V2
TELÉFONO: (403)279-8998
FAX: (800)665-1298

Pure Source

7010 Hwy 24 South
Guelph, ON
N1H 6J4
[www.puresource.ca/newmanufacturers.a
sp](http://www.puresource.ca/newmanufacturers.asp)
www.puresource.ca

ANEXO No. 2

**ESTADISTICAS DE IMPORTACION DE CANADA
DE PRODUCTOS ORGANICOS CON POTENCIAL EXPORTADOR EN COSTA RICA
Y DE DEMANDA POTENCIAL EN CANADA
SEGÚN PAIS DE ORIGEN /1⁹
AÑO 2001**

Grupo de productos	País de origen	Valor US \$	Participación
Semillas y frutos oleaginosos	United States (U.S.)	329.677.112	78,9%
	China	21.637.755	5,2%
	Argentina	11.662.974	2,8%
	Netherlands	7.752.477	1,9%
	India	4.124.114	1,0%
	Hong Kong	3.949.752	0,9%
	United Kingdom (U.K.)	3.341.759	0,8%
	Nicaragua	3.322.413	0,8%
	Germany	2.688.424	0,6%
	Australia	2.388.618	0,6%
	Mexico	2.324.193	0,6%
	Chile	2.296.484	0,5%
	France (incl. Monaco, French Antilles)	2.060.298	0,5%
	Japan	1.934.452	0,5%
	Denmark	1.653.554	0,4%
	Guatemala	1.477.857	0,4%
	Taiwan (Taipei)	1.354.346	0,3%
	Korea, South	1.226.146	0,3%
	Turkey	1.158.658	0,3%
	Ethiopia	1.148.194	0,3%
	Panama	1.133.227	0,3%
	Re-Imports (Canada)	1.107.635	0,3%
	New Zealand	972.049	0,2%
	Belgium	730.696	0,2%
	Israel	591.247	0,1%
	Philippines	510.728	0,1%
	Egypt	496.267	0,1%
	Thailand	485.913	0,1%
	Uruguay	431.285	0,1%
	Italy (includes Vatican City State)	414.381	0,1%
	Morocco	410.976	0,1%
Vietnam	294.798	0,1%	
Iran	242.927	0,1%	

⁹ Se refiere a las importaciones totales. ES decir, incluye productos orgánicos y no orgánicos.

Grupo de productos	País de origen	Valor US \$	Participación
	Burma (Myanmar)	238.642	0,1%
	Singapore	231.928	0,1%
	South Africa	203.384	0,0%
	Czech Republic	191.188	0,0%
	Spain	152.842	0,0%
	Venezuela	147.270	0,0%
	Dominican Republic	138.328	0,0%
	Indonesia (includes East Timor)	131.759	0,0%
	Greece	122.521	0,0%
	El Salvador	109.023	0,0%
	Lebanon	101.119	0,0%
	Hungary	96.418	0,0%
	Ireland	91.877	0,0%
	United Arab Emirates	84.459	0,0%
	Bulgaria	84.136	0,0%
	Peru	79.599	0,0%
	Brazil	61.378	0,0%
	Switzerland	58.533	0,0%
	Paraguay	54.227	0,0%
	Fiji	53.556	0,0%
	Ecuador	52.024	0,0%
	Macau (Macao)	46.729	0,0%
	Poland	42.938	0,0%
	Sweden	40.663	0,0%
	Pakistan	38.166	0,0%
	Bahamas	33.912	0,0%
	Jordan	32.751	0,0%
	Nigeria	28.197	0,0%
	Austria	27.726	0,0%
	Malaysia	24.264	0,0%
	Syria	24.023	0,0%
	Guam (U.S.)	23.303	0,0%
	Cuba	20.837	0,0%
	Ghana	17.029	0,0%
	Niger	16.928	0,0%
	Sudan	16.896	0,0%
	Albania	16.094	0,0%
	Sri Lanka	14.897	0,0%
	Yugoslavia - Serbia and Montenegro	13.664	0,0%
	Macedonia	12.290	0,0%
	Jamaica	11.244	0,0%
	Norway	11.000	0,0%
	Vanuatu (New Hebrides)	10.249	0,0%
	Portugal	8.865	0,0%
	Iceland	7.674	0,0%

Grupo de productos	País de origen	Valor US \$	Participación
	Costa Rica	7.162	0,0%
	Otros	64.821	0,0%
	Total	418.098.242	100,0%
Azúcar de caña o de remolacha	Australia	97.537.366	40,3%
	Brazil	73.376.617	30,3%
	Guatemala	23.924.259	9,9%
	Cuba	17.619.856	7,3%
	Honduras	9.513.408	3,9%
	Costa Rica	8.082.912	3,3%
	United States (U.S.)	6.990.736	2,9%
	Colombia	2.405.752	1,0%
	India	758.127	0,3%
	China	676.947	0,3%
	Belgium	310.350	0,1%
	France (incl. Monaco, French Antilles)	199.141	0,1%
	Hong Kong	154.029	0,1%
	Guam (U.S.)	117.412	0,0%
	Paraguay	89.075	0,0%
	United Arab Emirates	84.061	0,0%
	Argentina	73.722	0,0%
	Thailand	69.073	0,0%
	Korea, South	42.195	0,0%
	United Kingdom (U.K.)	38.540	0,0%
	Mauritius	36.609	0,0%
	Germany	35.754	0,0%
	Belize	35.518	0,0%
	Finland	18.425	0,0%
	Netherlands	17.516	0,0%
	Israel	11.349	0,0%
	Iran	10.746	0,0%
	Otros	56.487	0,0%
	Total	242.285.982	100,0%
Artículos de confitería sin cacao	United States (U.S.)	132.972.116	69,7%
	Germany	8.941.382	4,7%
	Mexico	6.059.630	3,2%
	Belgium	6.035.598	3,2%
	China	5.929.461	3,1%
	Netherlands	5.287.192	2,8%
	United Kingdom (U.K.)	4.326.088	2,3%
	Spain	2.743.462	1,4%
	Brazil	2.086.720	1,1%
	Poland	1.884.324	1,0%
	Italy (includes Vatican City)	1.593.389	0,8%

Grupo de productos	País de origen	Valor US \$	Participación
	State)		
	Thailand	1.284.608	0,7%
	Argentina	1.280.901	0,7%
	Ireland	1.251.246	0,7%
	France (incl. Monaco, French Antilles)	1.205.634	0,6%
	Colombia	731.776	0,4%
	Finland	652.758	0,3%
	Japan	642.496	0,3%
	Taiwan (Taipei)	557.633	0,3%
	Korea, South	442.665	0,2%
	Indonesia (includes East Timor)	423.386	0,2%
	Hong Kong	369.559	0,2%
	Switzerland	353.626	0,2%
	Denmark	341.748	0,2%
	Turkey	315.330	0,2%
	India	268.379	0,1%
	Czech Republic	263.081	0,1%
	Hungary	188.886	0,1%
	Israel	185.339	0,1%
	Lebanon	171.664	0,1%
	Re-Imports (Canada)	171.492	0,1%
	Greece	155.658	0,1%
	South Africa	144.986	0,1%
	Malaysia	144.939	0,1%
	Ecuador	132.404	0,1%
	Australia	131.012	0,1%
	New Zealand	119.928	0,1%
	Trinidad and Tobago	115.052	0,1%
	Sweden	108.078	0,1%
	Chile	86.828	0,0%
	Pakistan	85.431	0,0%
	Philippines	74.064	0,0%
	Croatia	73.092	0,0%
	Egypt	69.808	0,0%
	Portugal	56.977	0,0%
	Vietnam	53.551	0,0%
	Iran	43.074	0,0%
	Dominica	42.386	0,0%
	Uruguay	26.567	0,0%
	Austria	23.836	0,0%
	Yugoslavia - Serbia and Montenegro	22.566	0,0%
	Jordan	19.730	0,0%
	Slovenia	18.288	0,0%
	Singapore	17.652	0,0%

Grupo de productos	País de origen	Valor US \$	Participación
	Saudi Arabia	16.185	0,0%
	Syria	15.278	0,0%
	Tunisia	14.992	0,0%
	Ukraine	11.098	0,0%
	United Arab Emirates	10.228	0,0%
	Otros	25.118	0,0%
Total		190.820.375	100,0%
Cacao en polvo	Netherlands	4.204.782	31,7%
	United States (U.S.)	2.893.209	21,8%
	Côte-D'Ivoire (Ivory Coast)	1.706.893	12,9%
	Brazil	1.468.744	11,1%
	Singapore	1.122.699	8,5%
	United Kingdom (U.K.)	657.927	5,0%
	France (incl. Monaco, French Antilles)	424.256	3,2%
	Germany	335.035	2,5%
	Niger	114.358	0,9%
	Indonesia (includes East Timor)	112.128	0,8%
	Belgium	98.124	0,7%
	South Africa	86.018	0,6%
	Dominican Republic	16.882	0,1%
	Costa Rica	355	0,0%
	Otros	2.244	0,0%
Total		13.250.611	100,0%
Compotas, jales, mermeladas y purés y pastas de frutas	United States (U.S.)	12.218.882	54,4%
	France (incl. Monaco, French Antilles)	2.465.358	11,0%
	United Kingdom (U.K.)	1.696.962	7,6%
	Taiwan (Taipei)	970.700	4,3%
	Costa Rica	741.417	3,3%
	Switzerland	651.550	2,9%
	Germany	571.667	2,5%
	Denmark	564.627	2,5%
	Belgium	384.790	1,7%
	Ecuador	226.988	1,0%
	Italy (includes Vatican City State)	190.079	0,8%
	Sweden	148.404	0,7%
	Poland	130.607	0,6%
	Lebanon	105.002	0,5%
	Bulgaria	96.432	0,4%
	India	94.552	0,4%
	Israel	86.129	0,4%
	Australia	74.096	0,3%
	China	73.558	0,3%

Grupo de productos	País de origen	Valor US \$	Participación
	Sri Lanka	73.542	0,3%
	Egypt	72.833	0,3%
	Japan	59.199	0,3%
	Netherlands	56.566	0,3%
	Portugal	52.678	0,2%
	Spain	52.559	0,2%
	Chile	44.989	0,2%
	Philippines	40.445	0,2%
	Croatia	37.046	0,2%
	Iran	34.794	0,2%
	Hong Kong	33.839	0,2%
	Austria	33.162	0,1%
	Singapore	26.984	0,1%
	Turkey	26.597	0,1%
	Indonesia (includes East Timor)	24.591	0,1%
	Peru	24.365	0,1%
	Trinidad and Tobago	22.102	0,1%
	Jamaica	21.718	0,1%
	Malaysia	20.826	0,1%
	Moldova	19.803	0,1%
	Romania	18.078	0,1%
	Thailand	16.253	0,1%
	Bosnia-Hercegovina	12.741	0,1%
	Colombia	12.465	0,1%
	Ireland	12.334	0,1%
	Russia	12.044	0,1%
	Yugoslavia - Serbia and Montenegro	11.216	0,0%
	Pakistan	11.209	0,0%
	Greece	10.140	0,0%
	Otros	75.878	0,3%
Total		22.462.796	100,0%
Jugos de frutas y hortalizas	United States (U.S.)	241.045.192	66,2%
	Brazil	64.503.926	17,7%
	China	7.477.742	2,1%
	Italy (includes Vatican City State)	7.017.639	1,9%
	South Africa	6.908.439	1,9%
	Argentina	6.907.101	1,9%
	Philippines	6.470.690	1,8%
	Chile	5.775.635	1,6%
	Thailand	2.620.584	0,7%
	Germany	2.206.049	0,6%
	Spain	1.740.465	0,5%
	Poland	1.421.049	0,4%
	Ecuador	1.132.793	0,3%

Grupo de productos	País de origen	Valor US \$	Participación
	Austria	1.099.376	0,3%
	Australia	1.061.348	0,3%
	Mexico	844.418	0,2%
	Hungary	755.866	0,2%
	Switzerland	443.847	0,1%
	Re-Imports (Canada)	441.285	0,1%
	Mauritius	357.266	0,1%
	New Zealand	309.547	0,1%
	Taiwan (Taipei)	277.162	0,1%
	Egypt	274.097	0,1%
	Indonesia (includes East Timor)	263.498	0,1%
	Croatia	262.480	0,1%
	Greece	247.639	0,1%
	France (incl. Monaco, French Antilles)	221.400	0,1%
	United Kingdom (U.K.)	219.572	0,1%
	United Arab Emirates	138.799	0,0%
	Belgium	125.480	0,0%
	Malaysia	124.183	0,0%
	Israel	111.361	0,0%
	Belize	107.764	0,0%
	Slovenia	104.993	0,0%
	India	92.684	0,0%
	Netherlands	86.898	0,0%
	Trinidad and Tobago	82.516	0,0%
	Lebanon	80.410	0,0%
	Peru	70.306	0,0%
	Costa Rica	69.594	0,0%
	Vietnam	64.486	0,0%
	Colombia	62.337	0,0%
	Turkey	58.452	0,0%
	Jamaica	54.833	0,0%
	Iran	54.491	0,0%
	Russia	52.221	0,0%
	Singapore	51.051	0,0%
	Korea, South	45.375	0,0%
	Yugoslavia - Serbia and Montenegro	45.030	0,0%
	Denmark	42.293	0,0%
	Portugal	40.096	0,0%
	Hong Kong	38.164	0,0%
	Saudi Arabia	24.859	0,0%
	Algeria	21.290	0,0%
	Japan	17.184	0,0%
	Fiji	15.947	0,0%
	Romania	14.520	0,0%

Grupo de productos	País de origen	Valor US \$	Participación
	Sri Lanka	14.473	0,0%
	Mauritania	11.913	0,0%
	Otros	80.716	0,0%
	Total	364.310.824	100,0%
Preparaciones alimenticias diversas	United States (U.S.)	325.462.422	86,4%
	United Kingdom (U.K.)	7.860.607	2,1%
	Mexico	5.830.071	1,5%
	Switzerland	5.248.892	1,4%
	New Zealand	3.663.191	1,0%
	Belgium	3.230.727	0,9%
	France (incl. Monaco, French Antilles)	3.115.345	0,8%
	Germany	2.914.190	0,8%
	China	2.651.144	0,7%
	Sweden	2.455.360	0,7%
	Thailand	1.782.919	0,5%
	Denmark	1.471.301	0,4%
	Netherlands	1.289.246	0,3%
	Ireland	1.188.963	0,3%
	Taiwan (Taipei)	1.117.095	0,3%
	Japan	980.516	0,3%
	Re-Imports (Canada)	795.119	0,2%
	Italy (includes Vatican City State)	712.882	0,2%
	Korea, South	583.303	0,2%
	Australia	501.034	0,1%
	Philippines	354.060	0,1%
	Dominican Republic	294.408	0,1%
	India	285.594	0,1%
	Hong Kong	279.630	0,1%
	Austria	228.501	0,1%
	Slovenia	204.991	0,1%
	Norway	190.724	0,1%
	Morocco	171.448	0,0%
	Brazil	160.000	0,0%
	Jamaica	153.372	0,0%
	Israel	150.127	0,0%
	Poland	148.520	0,0%
	Greece	132.633	0,0%
	Pakistan	93.370	0,0%
	Hungary	78.507	0,0%
	Spain	72.915	0,0%
	Lebanon	70.508	0,0%
	Malta	69.803	0,0%
	Singapore	68.189	0,0%

Grupo de productos	País de origen	Valor US \$	Participación
	South Africa	66.600	0,0%
	Vietnam	62.936	0,0%
	Sri Lanka	60.567	0,0%
	Turkey	60.316	0,0%
	Malaysia	53.831	0,0%
	Trinidad and Tobago	30.498	0,0%
	Barbados	25.691	0,0%
	Iran	22.333	0,0%
	Indonesia (includes East Timor)	21.368	0,0%
	Sierra Leone	18.017	0,0%
	Tunisia	17.780	0,0%
	Côte-D'Ivoire (Ivory Coast)	15.776	0,0%
	Ghana	15.013	0,0%
	Costa Rica	14.902	0,0%
	Guyana	13.097	0,0%
	Yugoslavia - Serbia and Montenegro	10.763	0,0%
	Otros	96.173	0,0%
	Total	376.667.288	100,0%
Legumbres, hortalizas y tubérculos	United States (U.S.)	896.969.737	80,3%
	Mexico	97.021.267	8,7%
	Spain	21.531.546	1,9%
	Netherlands	19.366.371	1,7%
	China	17.774.334	1,6%
	Belgium	5.672.790	0,5%
	Peru	5.551.126	0,5%
	Israel	5.140.801	0,5%
	India	5.121.764	0,5%
	Jamaica	4.465.244	0,4%
	Guatemala	4.126.276	0,4%
	France (incl. Monaco, French Antilles)	2.808.375	0,3%
	Greece	2.781.061	0,2%
	Chile	2.422.757	0,2%
	Italy (includes Vatican City State)	2.214.250	0,2%
	Dominican Republic	1.829.886	0,2%
	Morocco	1.750.042	0,2%
	Philippines	1.535.763	0,1%
	Costa Rica	1.484.092	0,1%
	Australia	1.481.369	0,1%
	Turkey	1.463.556	0,1%
	Thailand	1.319.114	0,1%
Germany	1.265.586	0,1%	
Argentina	928.704	0,1%	

Grupo de productos	País de origen	Valor US \$	Participación
	Taiwan (Taipei)	859.933	0,1%
	Cambodia (Kampuchea)	704.917	0,1%
	Pakistan	683.346	0,1%
	Switzerland	660.705	0,1%
	Hong Kong	625.841	0,1%
	Japan	545.795	0,0%
	Indonesia (includes East Timor)	519.718	0,0%
	Poland	486.314	0,0%
	Trinidad and Tobago	460.762	0,0%
	Egypt	386.513	0,0%
	Hungary	381.209	0,0%
	New Zealand	348.352	0,0%
	Re-Imports (Canada)	313.618	0,0%
	United Kingdom (U.K.)	282.497	0,0%
	Ghana	248.546	0,0%
	Brazil	248.174	0,0%
	Cuba	221.791	0,0%
	Honduras	207.725	0,0%
	Sri Lanka	197.004	0,0%
	Colombia	196.008	0,0%
	Portugal	193.667	0,0%
	Vietnam	185.107	0,0%
	El Salvador	178.522	0,0%
	Ecuador	147.308	0,0%
	Denmark	139.361	0,0%
	Bangladesh	132.874	0,0%
	Jordan	116.418	0,0%
	Korea, South	94.502	0,0%
	Guyana	94.204	0,0%
	Azerbaijan	80.805	0,0%
	Cyprus	77.748	0,0%
	United Arab Emirates	76.965	0,0%
	Iran	70.916	0,0%
	Zimbabwe	70.147	0,0%
	Guam (U.S.)	66.041	0,0%
	South Africa	60.257	0,0%
	Lebanon	59.073	0,0%
	Burma (Myanmar)	55.739	0,0%
	Dominica	41.797	0,0%
	Fiji	40.052	0,0%
	Bolivia	38.645	0,0%
	Tunisia	33.096	0,0%
	Macau (Macao)	32.996	0,0%
	Gabon	23.960	0,0%
	Norway	23.484	0,0%
	Bahamas	20.269	0,0%

Grupo de productos	País de origen	Valor US \$	Participación
	New Caledonia	19.637	0,0%
	Malaysia	18.913	0,0%
	Syria	17.939	0,0%
	Madagascar	17.834	0,0%
	Panama	17.559	0,0%
	Belize	17.339	0,0%
	Bulgaria	15.245	0,0%
	Saint Lucia	14.741	0,0%
	Laos	12.990	0,0%
	Austria	12.289	0,0%
	Kenya	12.076	0,0%
	Barbados	11.268	0,0%
	Singapore	83.015	0,0%
	Total	1.117.029.377	100,0%
Frutas	United States (U.S.)	783.725.782	53,6%
	Chile	102.191.622	7,0%
	Mexico	78.449.376	5,4%
	Costa Rica	68.331.831	4,7%
	Ecuador	44.984.136	3,1%
	South Africa	40.456.346	2,8%
	Colombia	38.784.393	2,7%
	Argentina	32.491.208	2,2%
	China	32.150.879	2,2%
	Morocco	31.209.996	2,1%
	Brazil	21.699.467	1,5%
	Guatemala	18.921.594	1,3%
	Italy (includes Vatican City State)	17.409.498	1,2%
	Spain	16.862.815	1,2%
	Honduras	15.677.769	1,1%
	New Zealand	14.453.190	1,0%
	Iran	13.591.953	0,9%
	Turkey	12.273.040	0,8%
	Thailand	12.123.663	0,8%
	India	8.699.990	0,6%
	Vietnam	8.034.771	0,5%
	Australia	6.032.091	0,4%
	Philippines	5.448.484	0,4%
	Korea, South	4.227.808	0,3%
	Japan	3.270.528	0,2%
	Dominican Republic	3.060.387	0,2%
	Peru	2.418.953	0,2%
	France (incl. Monaco, French Antilles)	2.278.405	0,2%
	Saudi Arabia	2.130.595	0,1%
	Taiwan (Taipei)	1.775.484	0,1%

Grupo de productos	País de origen	Valor US \$	Participación
	Greece	1.583.810	0,1%
	Uruguay	1.495.687	0,1%
	Bolivia	1.073.690	0,1%
	Hong Kong	973.391	0,1%
	United Kingdom (U.K.)	940.419	0,1%
	Jamaica	930.424	0,1%
	Poland	860.290	0,1%
	Pakistan	830.254	0,1%
	Portugal	748.144	0,1%
	Tunisia	641.242	0,0%
	Singapore	631.020	0,0%
	Belize	628.718	0,0%
	Israel	511.256	0,0%
	Malaysia	477.906	0,0%
	Belgium	450.031	0,0%
	United Arab Emirates	437.845	0,0%
	Bahamas	421.216	0,0%
	Algeria	411.318	0,0%
	Switzerland	403.681	0,0%
	Indonesia (includes East Timor)	380.586	0,0%
	Macau (Macao)	378.689	0,0%
	Tanzania	310.154	0,0%
	Panama	278.839	0,0%
	Mozambique	254.561	0,0%
	Guam (U.S.)	242.721	0,0%
	Sri Lanka	234.601	0,0%
	Bulgaria	232.403	0,0%
	Venezuela	214.755	0,0%
	Netherlands	200.825	0,0%
	Yugoslavia - Serbia and Montenegro	198.785	0,0%
	Germany	195.943	0,0%
	Haiti	171.629	0,0%
	Guyana	162.958	0,0%
	Egypt	158.734	0,0%
	Dominica	152.948	0,0%
	Re-Imports (Canada)	145.154	0,0%
	Trinidad and Tobago	142.915	0,0%
	Madagascar	98.568	0,0%
	Nicaragua	93.135	0,0%
	Syria	91.810	0,0%
	Uzbekistan	84.710	0,0%
	Hungary	84.211	0,0%
	Malawi	75.837	0,0%
	Finland	56.111	0,0%
	Cyprus	54.436	0,0%

Grupo de productos	País de origen	Valor US \$	Participación
	Afghanistan	45.109	0,0%
	Bangladesh	40.816	0,0%
	British Virgin Islands	31.924	0,0%
	Russia	27.350	0,0%
	Mauritania	27.255	0,0%
	Ukraine	23.753	0,0%
	Azerbaijan	23.474	0,0%
	Fiji	22.004	0,0%
	St.Vincent-Grenadines	19.849	0,0%
	Pitcairn Island	18.227	0,0%
	Romania	16.337	0,0%
	Sweden	15.920	0,0%
	Cambodia (Kampuchea)	15.519	0,0%
	Côte-D'Ivoire (Ivory Coast)	12.924	0,0%
	Bahrain	12.645	0,0%
	Cuba	11.575	0,0%
	Mauritius	11.444	0,0%
	Lebanon	113.885	0,0%
	Total	1.462.802.424	100,0%
Café	United States (U.S.)	151.029.471	31,0%
	Colombia	54.132.934	11,1%
	Brazil	42.979.196	8,8%
	United Kingdom (U.K.)	42.613.199	8,7%
	Guatemala	28.528.441	5,9%
	Vietnam	21.543.448	4,4%
	India	17.153.762	3,5%
	Peru	15.946.240	3,3%
	Indonesia (includes East Timor)	14.834.711	3,0%
	Costa Rica	12.183.142	2,5%
	El Salvador	10.006.572	2,1%
	Mexico	9.340.242	1,9%
	China	6.859.128	1,4%
	Kenya	5.984.569	1,2%
	Sri Lanka	5.717.812	1,2%
	Italy (includes Vatican City State)	5.421.883	1,1%
	Spain	4.572.900	0,9%
	Honduras	2.895.771	0,6%
	Nicaragua	2.828.383	0,6%
	Ethiopia	2.567.948	0,5%
	Thailand	2.347.867	0,5%
	Germany	2.247.158	0,5%
	Taiwan (Taipei)	1.755.818	0,4%
	Panama	1.665.558	0,3%
	Japan	1.302.247	0,3%
	Turkey	1.267.199	0,3%

Grupo de productos	País de origen	Valor US \$	Participación
	Netherlands	1.223.402	0,3%
	Singapore	1.173.135	0,2%
	Uganda	1.059.114	0,2%
	France (incl. Monaco, French Antilles)	1.016.025	0,2%
	Malawi	1.007.619	0,2%
	Ecuador	1.005.239	0,2%
	Madagascar	928.433	0,2%
	Hong Kong	786.399	0,2%
	Poland	614.770	0,1%
	Malaysia	612.947	0,1%
	Jamaica	587.505	0,1%
	Pakistan	586.486	0,1%
	Grenada	520.532	0,1%
	Argentina	518.589	0,1%
	Egypt	472.162	0,1%
	Portugal	454.594	0,1%
	Papua New Guinea	422.622	0,1%
	Greece	419.677	0,1%
	Korea, South	414.931	0,1%
	Tanzania	348.248	0,1%
	Lebanon	338.647	0,1%
	Chile	299.709	0,1%
	Switzerland	298.306	0,1%
	Israel	268.467	0,1%
	Cuba	221.088	0,0%
	Trinidad and Tobago	212.548	0,0%
	Comoros	203.580	0,0%
	Zimbabwe	203.209	0,0%
	Australia	200.295	0,0%
	South Africa	176.707	0,0%
	Slovenia	165.712	0,0%
	Philippines	144.505	0,0%
	Syria	138.021	0,0%
	Morocco	131.465	0,0%
	St. Vincent-Grenadines	128.230	0,0%
	Dominican Republic	125.953	0,0%
	Sierra Leone	117.161	0,0%
	Hungary	114.970	0,0%
	Cayman Islands	99.668	0,0%
	Austria	91.381	0,0%
	Iran	87.513	0,0%
	Re-Imports (Canada)	84.634	0,0%
	Jordan	78.559	0,0%
	Burundi	75.287	0,0%
	Fiji	73.504	0,0%

Grupo de productos	País de origen	Valor US \$	Participación
	Bolivia	67.244	0,0%
	Sweden	66.998	0,0%
	United Arab Emirates	65.722	0,0%
	Venezuela	57.708	0,0%
	Yemen	57.264	0,0%
	Belgium	54.595	0,0%
	Guam (U.S.)	47.237	0,0%
	Côte-D'Ivoire (Ivory Coast)	47.098	0,0%
	Paraguay	46.307	0,0%
	Bulgaria	45.949	0,0%
	Ireland	41.835	0,0%
	Nigeria	40.910	0,0%
	Denmark	39.421	0,0%
	Finland	36.984	0,0%
	Yugoslavi a - Serbia and Montenegro	31.688	0,0%
	Tunisia	29.822	0,0%
	Surinam	28.510	0,0%
	Burma (Myanmar)	28.219	0,0%
	Nauru	28.179	0,0%
	Ghana	26.702	0,0%
	Croatia	26.448	0,0%
	Guinea	26.395	0,0%
	Uruguay	26.332	0,0%
	Saudi Arabia	25.532	0,0%
	Laos	21.395	0,0%
	Seychelles	20.303	0,0%
	Mauritius	15.880	0,0%
	Guyana	15.255	0,0%
	Cameroon	12.721	0,0%
	Barbados	11.698	0,0%
	Saint Lucia	10.026	0,0%
	Otros	76.571	0,0%
	Total	487.154.095	100,0%

Fuente: Strategies