

# LA AGRICULTURA ORGÁNICA EN MÉXICO: UN EJEMPLO DE INCORPORACIÓN Y RESISTENCIA A LA GLOBALIZACIÓN

*Laura Gómez Tovar<sup>1</sup> y Manuel Ángel Gómez Cruz<sup>2</sup>*

## INTRODUCCIÓN

La agricultura orgánica, que se caracteriza por excluir el uso de productos de síntesis química (fertilizantes y plaguicidas en general), organismos modificados genéticamente, aguas negras y radiaciones en los alimentos, es una de las pocas alternativas productivas que se están vislumbrando en el campo mexicano.

A nivel mundial, México ocupa el 18º lugar por superficie orgánica y el primero en la producción de café orgánico. Al interior del país, este sector es el subsector agrícola más dinámico, pues ha aumentado su superficie de 23,000 ha en 1996 a 103,000 ha en el 2000, estimándose que alcanzó las 216 mil hectáreas para el año 2002. Esta agricultura es practicada por más de 53 mil productores y genera más de 280 millones de dólares en divisas. Los pequeños productores conforman el 98% del total de productores orgánicos, cultivan el 84% de la superficie y generan el 69% de las divisas orgánicas del país (Gómez C. *et. al.*, 2003:100-102).

En la producción orgánica, los pequeños productores orgánicos mexicanos están tomando ventaja de la creciente demanda de productos sanos, principalmente por parte de los países desarrollados. Lo interesante de este proceso es que a pesar de que por un lado se está respondiendo a una tendencia global de demanda de alimentos verdes, por otro se están desencadenando procesos autogestivos locales en las comunidades rurales.

---

<sup>1</sup> Investigadora Externa del CIESTAAM de la Universidad Autónoma Chapingo, Carretera México - Texcoco, km. 38.5. A.P. 90 C.P. 56230, México. Teléfono y Fax (00 52) 595 95 44928. Correo electrónico: gomezlaura@yahoo.com

<sup>2</sup> Coordinador del Programa de Integración Agricultura Industria del CIESTAAM de la Universidad Autónoma Chapingo, Carretera México - Texcoco, km. 38.5. A.P. 90 C.P. 56230, México. Teléfono y Fax (00 52) 595 95 21506. Correo electrónico: ciestaam@avantel.net

El presente texto se divide en cuatro apartados principales: primero, se hace referencia a la situación mundial de la producción orgánica y el crecimiento del mercado; segundo, se aborda la ubicación general de la agricultura orgánica en México (dinamismo, importancia económica y social, tipos de productores, cultivos, destino de la producción, tipos de mercado, y apoyo); tercero, se hace una consideración sobre como el sector orgánico en México es una ejemplo tanto de incorporación como de resistencia a la globalización, y cuarto se esbozan algunas conclusiones.

### LA AGRICULTURA ORGÁNICA EN EL MUNDO

Con tasas de crecimiento crecientes, los productos orgánicos conquistan cada vez más rápido las estructuras de mercado de alimentos a nivel mundial. En el 2002, las ventas de estos productos alcanzaron 23 mil millones de dólares, superando los 19 mil millones de dólares alcanzados en el 2001 (Sahota A., 2004: 21-26). El mercado de los Estados Unidos registra el primer lugar en ventas de productos orgánicos con un valor por 11.75 mil millones de dólares en el 2002. El mercado alemán ocupa el segundo lugar con 3.06 mil millones de dólares, y el mercado británico el tercer lugar con un valor de 1.5 mil millones de dólares (Willer y Yussefi, 2004: 21-26). Ver Cuadro 1.

**Cuadro 1. Valor de las ventas de productos orgánicos por país, 2002**

<b>País</b>	<b>Valor de la ventas US\$miles</b>
Estados Unidos	11,750
Alemania	3, 060
Inglaterra	1,500
Italia	1,300
Francia	1,300
Suiza	766

Fuente: Elaboración propia a partir de Willer y Yussefi, 2004:21-26.

La importancia en el cuidado de la salud y la protección del medio ambiente son los principales motivos por los cuales los consumidores están eligiendo los productos orgánicos. Otro factor de suma importancia es la disponibilidad de estos productos en los lugares de compra (Kremen A. *et. al.*, 2004: 2).

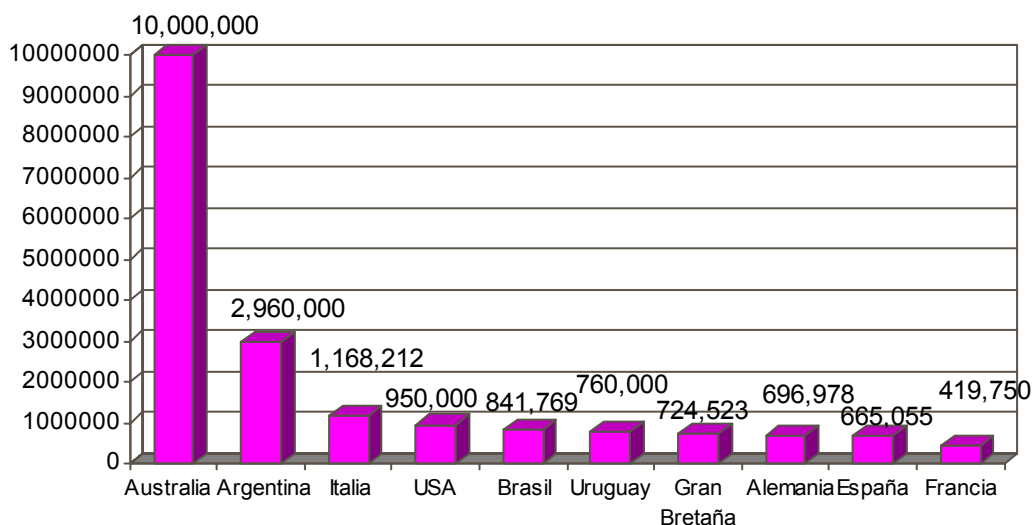
De acuerdo con Sahota (2004), un consumidor típico de productos orgánicos tiene las siguientes características: vive en áreas urbanas (normalmente en una ciudad grande), al momento de comprar toma en cuenta la calidad del producto y los métodos de producción, tiene un nivel educativo alto y pertenece a la clase media-alta. En la mayoría de los países desarrollados, la población tiene un nivel educativo alto y predomina la clase media, lo que hace que la mayor parte de las ventas de los productos orgánicos esté concentrada en estos países. A mayor nivel de educación en un país y una mejoría en el nivel de ingresos, la demanda de productos orgánicos tenderá a crecer.

El dinámico y atractivo mercado de los alimentos orgánicos está estimulado fuertemente la reconversión de la agricultura convencional a la agricultura orgánica. A nivel mundial se registran más de 24 millones de hectáreas cultivadas orgánicamente y más de 10.7 millones de áreas de recolección silvestres. El continente de Oceanía encabeza con 41.8% (10 millones de ha) del total de la superficie agrícola, seguido de América Latina con 24.2% (5.8 millones de ha), y de Europa con el 23.1% (5.5 millones de ha). Entre los países con mayor superficie orgánica cultivada está en primer lugar Australia, con 10 millones de hectáreas, seguido por Argentina, con casi 3 millones, e Italia con 1.2 millones. A estos países les siguen en importancia los Estados Unidos, Brasil, Uruguay, Gran Bretaña, Alemania, España y Francia (ver gráfica 1). México ocupa el 18º lugar a nivel mundial, con casi 216, 000 hectáreas.

En los Estados Unidos la superficie orgánica creció de 370 mil hectáreas a 950 mil en tan sólo 10 años. En Europa, el proceso de conversión ha sido mucho más

espectacular, gracias a las favorables políticas de apoyo a este tipo de agricultura.<sup>3</sup> Así, la superficie orgánica europea creció de 111 mil hectáreas en 1985 (Lampkin, 1999:6) a más de 5.5 millones en el año 2004, lo que corresponde a 2% de la superficie agrícola total.

**Gráfica 1. Principales países por superficie orgánica en el mundo, 2004**



Fuente: Willer y Yusseffi, 2004.

Entre los países que han experimentado un crecimiento en superficie orgánica superior al 25% anual están Argentina, Italia, España, Brasil, México, Finlandia, Gran Bretaña, Dinamarca, Francia y Uruguay.

A escala mundial ya son tres países cuya superficie cultivada con prácticas orgánicas rebasan el 10% de su superficie agrícola total, éstos son: Liechtenstein, con 26.4%; Austria, con 11.6%, y Suiza, con 10%; otros 5 países rebasan el 5%: Italia, con 8%; Finlandia, con 7%; Dinamarca, con 6.6%; Suecia, con 6.1%, y República Checa con 5.1% (Willer y Yusseffi, 2004:16).

<sup>3</sup> Todos los productores orgánicos de la Unión Europea reciben apoyos directos en el marco del programa Agroambiental.

## LA AGRICULTURA ORGÁNICA EN MEXICO

A diferencia de los otros sectores agropecuarios del país, el sector orgánico ha crecido en medio de la crisis económica. La superficie orgánica presenta un dinamismo anual de 45% a partir de 1996; y para el 2002 se estimó un total de casi 216 mil hectáreas. A su vez, el número de productores se ha incrementado a más de 53 mil, mientras que las divisas han alcanzado más de 280 millones de dólares (ver Cuadro 2).

**Cuadro 2. México. Importancia Económica de la Agricultura Orgánica, 1996-2002**

	<b>1996</b>	<b>1998</b>	<b>2000</b>	<b>TMAC</b>	<b>2002*</b>
Superficie (ha)	23 265	54 457	102 802	44.98	215 843
Número de Productores	13 176	27 914	33 587	26.35	53 577
Empleo (1,000 jornales)	3 722	8 713	16 448	44.98	34 534
Divisas generadas (US\$ 1,000)	34 293	72 000	139 404	41.99	280 698

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo, 1996, 1998 y 2000.

\*Estimación propia.

En el año 2000, en México existían 262 zonas de producción orgánica, ubicadas en 28 estados de la República, entre los cuales destacan los de Chiapas, Oaxaca, Michoacán, Chihuahua y Guerrero, que concentran el 82.8% de la superficie orgánica total. Los estados de Chiapas y Oaxaca cubren el 70% del total.

Para el 2004, en resultados preliminares del proyecto de “Actualización del sistema de Seguimiento e información de la agricultura orgánica de México” desarrollado en el CIESTAAM (Universidad Autónoma Chapingo) se detectaron 668 zonas de producción orgánicas, es decir, 154% más que en el año 2000. El 82.49% corresponde a zonas agrícolas, 10.63% a procesadoras-comercializadoras, 3.74% a zonas ganaderas, y 3.14% a zonas apícolas orgánicas. Del total de las zonas detectadas, 25.36% se ubican en Chiapas, 18.8% en Oaxaca, 15.69% en Michoacán, 5.93% en Veracruz, 3.83% en Guerrero y el resto en otros estados.

Recientemente se ha visto que el interés de producir en forma orgánica es más notorio en aquellos agricultores que cultivan productos que enfrentan crisis económicas agudas. Tal es el caso del café (ver Cuadro 3), que ha enfrentado el desplome de la Bolsa Internacional desde 1999 lo que ha provocado la caída de los precios hasta por debajo de los 45 dólares por quintal (100 libras o 46 kg de café oro) con algunas fluctuaciones, pero sin alcanzar precios superiores al equivalente del costo de producción, que se estima por arriba de los 80 dólares por quintal.

**Cuadro 3. México. Superficie de la agricultura orgánica por producto, 1996, 1998 y 2000**

<i>Producto</i>	<i>Superficie orgánica (ha)</i>				
	<b>Total 1996</b>	<b>Total 1998</b>	<b>Orgánica 2000</b>	<b>En transición 2000</b>	<b>Total 2000</b>
Café	19 040.00	32 161.00	49 512.05	21 326.04	70 838.09
Maíz azul y blanco	n.d.	970.00	2 074.00	2 596.50	4 670.50
Ajonjolí	563.00	1 895.00	2 843.50	1 281.25	4 124.75
Hortalizas	2 387.00 <sup>1)</sup>	4 391.00 <sup>1)</sup>	3 307.09	524.40	3 831.49
Maguey	n.d.	n.d.	3 047.00	0.00	3 047.00
Hierbas	<sup>2)</sup>	<sup>2)</sup>	2 454.00	56.90	2 510.90
Mango	n.d.	284.00	875.00	1 200.00	2 075.00
Naranja	n.d.	n.d.	1 849.90	0.00	1 849.90
Frijol	n.d.	1 241.00 <sup>3)</sup>	1 334.00	263.00	1 597.00
Manzana	380.00	2 010.00	743.00	701.50	1 444.50
Papaya	15.00	73.00	71.50	1 100.00	1 171.50

Aguacate	85.00	307.00	891.00	20.00	911.00
Soya	n.d.	n.d.	765.00	100.00	865.00
Plátano	300.00	500.00	826.00	0.00	826.00
Cacao	n.d.	252.00	20.00	636.00	656.00
Palma africana	n.d.	n.d.	0.00	400.00	400.00
Vainilla	150.00	1 203.00	63.00	268.00	331.00
Piña	n.d.	n.d.	34.50	294.50	329.00
Otros	353.00	9 170.00	753.60	570.15	1 323.75
Total	23	54	71	31	102
	273.00	457.00	500.14	302.24	802.38

1) Incluye hierbas; 2) se incluye en hortalizas; 3) Incluye garbanzo; n.d. no disponible.

Fuente: Gómez C. *et al.*, 2001:14.

La alta demanda de frutas tropicales (plátano, mango, piña, aguacate, etc), hortalizas de invierno, y productos que requieren mucha mano de obra (p.e. el ajonjolí) también ha sido un motor importante para la conversión de estos cultivos.

De las 668 zonas de producción orgánicas detectadas para el 2004, el 45.26% corresponden a café orgánico, 29.56% a frutas, 12.77% a aguacate, 6.57% a hortalizas y 5.66% a granos.

La agricultura orgánica ha llamado la atención no sólo de los pequeños productores, sino también de productores medianos y grandes, quienes también buscan opciones que les permitan obtener mejores ingresos. En el año 2000, los productores orgánicos estaban principalmente representados por los pequeños productores (98% del total) de tipo campesino e indígenas, organizados (con promedio de 2 ha por productor), quienes cultivaban 84% de la superficie y generaban 69% de las divisas del sector orgánico. En el caso de los productores medianos y grandes (menos del 2% del total),

estos cultivaban el 15.8% de la superficie orgánica y generaban el 31% del total de divisas de este sector (ver Cuadro 4).

**Cuadro 4. México. Tipología de productores en la agricultura orgánica, 1996-2000**

<b>Tipo de productor</b>	<b>% de productores</b>		<b>% de superficie</b>		<b>% de divisas</b>	
	<b>1996</b>	<b>2000</b>	<b>1996</b>	<b>2000</b>	<b>1996</b>	<b>2000</b>
Pequeño	97.50	98.60	89.00	84.15	78.00	68.84
Grande*	2.50	1.40	11.00	15.85	22.00	31.16

Productor pequeño: menos de 30 hectáreas y organizados en sociedades de producción. Productor grande: más de 100 hectáreas. \* Incluye productores medianos (entre 30 y 100ha). Fuente: Gómez C. *et al.*, 2001:21.

Sumamente importante es la participación de los productores más desprotegidos del país, los indígenas, quienes representan poco más del 50% de los productores orgánicos. Los grupos étnicos que encontramos representados en este tipo de agricultura son: mixtecos, cuicatecos, chatinos, chinantecos, zapotecos, tlapanecos, tojolabales, chontales, totonacos, amusgos, mayas, tepehuas, tzotziles, nahuas, otomíes, y tzeltales, ubicados principalmente en los estados de Chiapas, Oaxaca y Guerrero.

El 85% de los productos orgánicos se canalizan al mercado de exportación, donde existen dos tipos de mercado: el mercado orgánico tradicional y el Mercado Justo (*Fair trade*). En el primero, la empresa comercializadora o “broker” negocia con la organización o la empresa de producción orgánica a través de una forma particular de comercialización, en la que se fija un precio con base en alguna bolsa internacional o alguna tarifa establecida que corresponda al precio del producto en el mercado convencional; a este precio se le suma un incremento, de lo que resulta el *precio premium* o sobreprecio (Gómez L. *et al.*, 2001:90-96).



En el Mercado Justo (*fair trade*) se busca apoyar a los productores de escasos recursos (principalmente productores organizados) de los países en vías de desarrollo pagando el precio justo por sus productos, o sea considerando el costo de producción real que en general está por arriba del precio que corre en el mercado convencional, más un precio *premium*, por tratarse de un producto orgánico (en este mercado también se comercializan productos no orgánicos). A este tipo de mercado se canalizan productos como café, cacao, plátano, caña de azúcar, jugo de naranja, té y miel. Recientemente también se han desarrollado las bases para el Mercado Justo de arroz, frutas y jugos tropicales, nueces, vino y balones de fútbol. Las organizaciones que deseen comercializar sus productos en este mercado deben buscar su inserción en el registro de FLO (Fair Trade Labelling Organizations).<sup>4</sup>

Debido a que los precios otorgados por el Mercado Justo son sumamente atractivos y en general es un mercado más reducido que el tradicional orgánico, existe una fuerte competencia por parte de las organizaciones de productores para participar en él. México tiene una participación importante en el Mercado Justo, con 27.3% del volumen mundial del café justo (año 2001) procedente de 33 organizaciones de un total de 182 a nivel mundial. En miel, México participa con 53% del volumen total mundial, con 12 organizaciones de un total de 26 grupos certificados. En este caso, la miel mexicana ha venido substituyendo la miel de China, gracias a la calidad orgánica que ofrece, en contraste con problemas de antibióticos encontrados en la miel procedente de ese país. Además, hay posibilidades muy interesantes para los pequeños productores mexicanos con la apertura de nuevos productos justos. Los productos que presentan mayor demanda sí se ofrecen en calidad orgánica son: mango (alta demanda para variedades kent y kiss), piña, papaya, frutas deshidratadas (plátano, piña, mango, etc), y jugos de frutas tropicales (naranja, guayaba, toronja y algunas frutas exóticas como maracuyá).<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> <http://www.fairtrade.net>

<sup>5</sup> Información obtenida en la Fair Trade Labelling Organizations Internacional. Bonn, Alemania. Abril, 2003.

Es sumamente claro que los productores orgánicos han tomado mayores ventajas en el Comercio Justo, pues los consumidores prefieren un producto *fair trade orgánico*, que uno que sea sólo *fair trade*, dado a que saben que al mismo tiempo que están ayudando a un grupo de pequeños productores también están protegiendo su salud. La participación del café orgánico en el Mercado Justo se ha aumentado del 15% en 1997 a 44% en el 2002 (ver Cuadro 5).

**Cuadro 5. Venta mundial del Café Justo (*Fair Trade*). 1997-2002**

<b>Tipo de café justo</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
Café oro no-orgánico (t)	11.200	8.800	9.115	8.615	9.488	11.755
Café orgánico (t)	1.900	2.000	4.140	5.421	7.480	9.333
Total (t)	13.100	10.880	13.255	14.036	16.968	*21.108
Participación orgánico (%)	15	20	31	39	44	44

\* 458,870 quintales oro.

Fuente: FLO, 2003

El mercado interno de productos orgánicos en México está en una etapa aún muy incipiente, menos del 5% de la producción orgánica es comercializada a través de tiendas especializadas, tiendas naturistas, y cafeterías, generalmente ubicadas en las principales ciudades del país y sitios turísticos. También se han implementado mercados (tianguis) ecológicos en Guadalajara, Oaxaca, Jalapa y Chapingo (Edo. de México).

Para muchos sería claro que si la agricultura orgánica permite beneficios económicos, sociales y ambientales a los productores debería ser apoyada por el Estado. Sin embargo, el principal apoyo a la agricultura orgánica mexicana ha provenido de fundaciones y organizaciones internacionales extranjeras, entre las cuales figuran las

fundaciones “Pan para el mundo” (Brot für die Welt)<sup>6</sup> y Misereor<sup>7</sup>, de Alemania; la Fundación MOA de Japón; la Fundación Interamericana, las fundaciones McArthur, Rockefeller y Rodin de Estados Unidos; el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Fondo de América del Norte para la Cooperación Ambiental (FANCA). Otra parte del apoyo ha provenido de organizaciones no gubernamentales mexicanas, como la Fundación Vamos (Sierra, 2003:231-240), Servicio de Paz y Justicia A.C., el Centro de Agroecología San Francisco de Asís y el Grupo de Desarrollo Comunitario de los Tuxtles, entre otras.

En realidad, el apoyo a la agricultura orgánica por parte del Estado ha sido muy limitado. Entre las dependencias que han brindado algún tipo de apoyo hasta octubre del 2000 se encuentran: SEDAGRO, del estado de México y de Durango; Secretaría de Desarrollo Social (a través del Fondo Nacional de Apoyo para las Empresas de Solidaridad en Oaxaca, Chiapas y Chihuahua); la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (Programa Alianza para el Campo en los estados de Chihuahua, Chiapas, Oaxaca y Baja California Sur); el Instituto Nacional Indigenista (en Oaxaca, Chiapas y Chihuahua), SEMARNAP; Gobierno del Estado de Veracruz; Secretaria de Desarrollo Rural de Oaxaca; Consejo Mexicano del Café, y recientemente el FIRA.

## **LA AGRICULTURA ORGÁNICA DE MÉXICO: UN EJEMPLO DE INCORPORACIÓN Y RESISTENCIA A LA GLOBALIZACIÓN**

Es conocido por todos que el sector agropecuario mexicano está enfrentando una crisis sin precedentes, no sólo económica, sino de descomposición social, debido a las altas tasas de migración provocadas por la misma crisis. Ante estos hechos, los productores han buscado por varias vías y algunos han encontrado como alternativa la producción orgánica.

---

<sup>6</sup> “Pan para el mundo” de la Iglesia Evangélica apoya por ejemplo al Grupo Vicente Guerrero en Tlaxcala con 114,000 euros para un periodo de tres años.

<sup>7</sup> MISEREOR – Obra Episcopal de cooperación al desarrollo. Central católica alemana de cooperación al desarrollo.

El desarrollo de sistemas de producción orgánicos en México responde a una tendencia mundial de cambio de valores materialistas (prioridad al crecimiento económico, consumo material, y seguridad legal y militar) hacia valores postmaterialistas (mayor preocupación por la calidad de vida, el medio ambiente y la sociedad, autorealización, libertad de expresión, mayor voz en el gobierno y el trabajo, importancia de las ideas, etc.) (Inglehart y Abramson, 1994:336-354). Esta tendencia también se vincula con un mayor nivel de ingresos y con el hecho de que los consumidores gastan relativamente cada vez menos en alimentos (menos del 10% de su ingreso, en promedio, en los países desarrollados), por lo que están en mejor posibilidad de satisfacer sus nuevas necesidades. La creciente demanda por productos verdes<sup>8</sup>, entre ellos, los productos orgánicos, son parte de esta tendencia postmaterialista.

A finales de la década de los ochenta, los países desarrollados comenzaron a solicitar principalmente productos tropicales y productos de invierno orgánicos, que en sus territorios no pueden cultivar, dando lugar con ello a la práctica de la agricultura orgánica en México. A través de comercializadoras, ONG y grupos religiosos (Teología de la Liberación) se fomentó en nuestro país la apropiación de esta nueva forma de producir, para poder surtir la demanda ya creada (Gómez L., 2000:vii-viii).

En un inicio, agentes de países desarrollados se conectaron con diferentes actores en México, solicitándoles la producción de determinados productos orgánicos, iniciándose su cultivo principalmente en áreas donde insumos de síntesis química no eran empleados, tal fue el caso de las regiones indígenas y áreas de agricultura tradicional en los estados de Chiapas y Oaxaca. Posteriormente, compañías comercializadoras, principalmente de los Estados Unidos, influenciaron el cambio a la producción orgánica en la zona norte del país, ofreciendo a empresas y productores privados financiamiento

---

<sup>8</sup> Incluye los alimentos naturistas, los alimentos *slim* o *diet*, los alimentos ambientalmente preferibles, los libres de pesticidas, los localmente producidos, los de la agricultura tradicional, los del comercio justo o solidario, y los alimentos orgánicos o ecológicos.

y capital, a cambio de productos orgánicos. Esto permitiría a las compañías surtir mucho mejor la demanda de los productos solicitados y en los tiempos y temporadas específicas requeridas, obteniendo así mejores precios por ellos (Gómez L., 2000:59).

Los pequeños productores orgánicos mexicanos están aprovechando la creciente demanda de productos orgánicos, además de responder a una tendencia global. Algunos factores que ya caracterizaban a los pequeños productores y de los que se están tomando ventaja para la producción orgánica son:

1) El bajo impacto de la Revolución verde. El hecho que esta tecnología no haya sido adoptada en muchas áreas del país permite que sea más fácil la conversión de estas tierras a la agricultura orgánica.

2) La presencia de la agricultura tradicional. Esto también ha facilitado los procesos de conversión a los métodos orgánicos con el uso del conocimiento campesino e indígena presente en gran parte de la cultura agrícola mexicana. Lo anterior lo demuestra el uso de prácticas tradicionales que han sido incorporadas a los procesos de producción orgánicos, tales como la asociación y la rotación de cultivos, la incorporación de materiales orgánicos, las terrazas y otras prácticas de conservación de suelos.

3) La cosmovisión indígena, que incluye la protección a la *Madre Tierra* como parte del sistema de creencias. Este es sin duda un elemento que ha contribuido a la rápida adopción de los métodos orgánicos en las comunidades indígenas del país.

4) La utilización de los recursos disponibles en las comunidades, tales como insumos locales, mano de obra familiar, etc. Esto permite que el productor elabore sus propios insumos (abonos, preparados a base de plantas para el control de plagas y enfermedades, etc) evitando la inversión inicial que implica la producción convencional (compra de semillas, fertilizantes, plaguicidas, etc) y que en muchos casos resulta ser

su principal limitante. El principal costo de producción en la agricultura orgánica es la mano de obra utilizada, pero ésta es principalmente de tipo familiar.

Algunos procesos que se están desarrollando en las organizaciones de pequeños productores orgánicos y que les permite por un lado eliminar parte de los procesos de exclusión de la globalización y que a la vez les permite ingresar al mercado mundial de productos orgánicos son:

1) Penetración en el mercado al ofrecer productos de alta calidad y en volúmenes adecuados. Un pequeño productor solo no puede satisfacer la demanda existente de los productos orgánicos, pues el mercado requiere de mayores volúmenes, especialmente para la exportación, de ahí que sí un grupo de productores asegura la calidad del producto requerido, entonces tiene la posibilidad de competir en el mercado mundial de orgánicos.

2) La instrumentación de Sistemas Internos de Control para lograr la certificación orgánica. Estos sistemas permiten la certificación en grupo, una mejor manera de asegurar la calidad orgánica del producto y una mayor autonomía del proceso, pero requieren una alta preparación y capacitación por parte de quienes ejecutan esta actividad en las organizaciones. Se trata básicamente de crear una pequeña certificadora al interior del grupo, con inspectores internos, un comité de evaluación o aprobación, visitas de inspección, etc. El Sistema Interno de Control tiene como principal objetivo detectar, separar y sancionar aquellos productores que no cumplen con las normas orgánicas y con el reglamento interno de la organización. Esto permite, que al llevarse a cabo la inspección externa por parte de la agencia certificadora se evalúe sólo un porcentaje de productores (10 o 20% dependiendo de la agencia) y se compare con la documentación. Entre los documentos que normalmente piden las agencias de certificación a los grupos se tienen: un reglamento interno, listas de productores, mapas de cada parcela, solicitudes de ingreso y constancias de alta del programa orgánico, fichas técnica y de inspección interna por cada productor,

historiales de cultivo, programa de trabajo por productor, documentación de los inspectores internos, documentación de la capacitación otorgada a productores, inspectores internos y promotores, documentación para seguir el flujo del producto (acopio, proceso y ventas), entre otros.

3) Aseguramiento de la calidad. Con el objetivo de cumplir los requisitos que impone el mercado, los pequeños productores han puesto en marcha mecanismos que aseguren la alta calidad de sus productos, tales como estrictos sistemas de acopio, capacitación a sus productores, estímulos a la calidad, entre otros. Estos procesos toman tiempo para ser implementados, pero a la larga le permite al grupo lograr corresponsabilidad entre las bases y las estructuras que los representan (el productor entrega un producto de calidad, y la organización le asegura un buen precio y mercado para su producción).

4) La redimensión de sus organizaciones sociales. La organización de la producción orgánica necesita más que una organización esté constituida jurídicamente, pues implica llevar a la práctica una planeación estratégica, además de que el grupo esté bien cohesionado y concientizado para poder cumplir con las exigencias de la certificación y del mercado. Muchas de las organizaciones de pequeños productores han entendido y vivido lo anterior, retomando nuevamente el verdadero papel de las organizaciones sociales.

5) Generación de beneficios sociales al interior de sus organizaciones. Las organizaciones más avanzadas han logrado que la producción orgánica no sólo sea una forma de producción, sino una forma de vida, de tal forma que parte del sobreprecio se canaliza a proyectos de beneficio común y de desarrollo de los miembros, tales como escuelas campesinas, centros de capacitación, cajas de ahorro, seguro y crédito, proyectos de salud, tiendas de abasto comunitario, carreteras, entre otros).

6) Formación de cuadros técnicos. Varios de los procesos mencionados anteriormente requieren de cuadros técnicos propios en las organizaciones. Sumamente fundamental es la formación de “promotores campesinos”, ya que al ser campesinos de las mismas comunidades quienes capacitan a sus compañeros, se eliminan las barreras de lenguaje y cultura, etc; se puede promover un mayor compromiso entre los propios productores, además de ser un método que representa bajos costos en comparación con los sistemas de extensión tradicionales. Los promotores desarrollan varias tareas, entre las que se incluye la capacitación en aspectos técnicos, la instrumentación de los sistemas internos de control, el aseguramiento de la calidad, la concientización social de los miembros, etc.

### **CONCLUSIONES**

La superficie orgánica mundial y el mercado de sus productos a nivel mundial presentan altas tasas de crecimiento. Lo anterior es reflejo de una tendencia postmaterialista en los valores de la sociedad.

En plena crisis del agro mexicano, el acceso a nuevos mercados, la obtención de precios *premium* y en general de mejores ingresos motiva cada día más la incursión de los productores mexicanos a la agricultura orgánica. Incluso, la producción orgánica se ha convertido en un mecanismo de resistencia para estos agricultores, quienes en esta búsqueda de opciones están desencadenando procesos autogestivos locales.

Los pequeños productores organizados orgánicos están tomando ventaja de varios factores que previamente ya los caracterizaban tales como: el bajo impacto de la Revolución Verde en sus sistemas productivos, la presencia de la agricultura tradicional, la cosmovisión indígena, y la utilización de recursos locales en los sistemas de producción orgánicos.

Los procesos que se están desarrollando en las organizaciones de pequeños productores orgánicos y que les permite por un lado eliminar parte de los procesos de



exclusión de la globalización y que a la vez les permite ingresar al mercado mundial de productos orgánicos son: la penetración en el mercado al ofrecer productos de alta calidad y en volúmenes adecuados, la instrumentación de Sistemas Internos de Control para lograr la certificación orgánica, el aseguramiento de la calidad, la redimensión de sus organizaciones, la generación de beneficios sociales al interior de sus organizaciones y la formación de cuadros técnicos.

El factor que repercute en un mayor éxito para las organizaciones orgánicas en todos los niveles, es la formación de los cuadros técnicos, pues esto permite que se ejecuten muchos de los procesos que son necesarios, como un buen Sistema Interno de Control, el aseguramiento de la calidad y la concientización de los socios.

Finalmente, es importante que se favorezca el desarrollo de la agricultura orgánica en México pues se vincula con 5 elementos importantes; los sectores más pobres del ámbito rural, los grupos indígenas y productores de escasos recursos; la producción sustentable de alimentos; la recuperación y conservación ecológica de los recursos naturales; el mejoramiento de los ingresos y la calidad de vida de los productores; y con un desarrollo rural más incluyente.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Gómez Cruz Manuel Ángel, Rita Schwentesius Rindermann, Laura Gómez Tovar, *et al.* 2001. *Agricultura orgánica de México. Datos básicos*. Boletín, SAGARPA-CIESTAAM, México, 46p.

Gómez Cruz, Manuel Ángel; Laura Gómez Tovar; y Rita Schwentesius Rindermann. 2003. *La Agricultura Orgánica en México*. En: Producción, comercialización y certificación de la agricultura orgánica en América Latina. CIESTAAM-AUNA, Edo. de México, pp. 91-108.

Gómez Cruz, Manuel Ángel; Laura Gómez Tovar; y Rita Schwentesius Rindermann. 2002. *Agricultura orgánica. Mercado internacional y propuesta para su desarrollo en México*, reporte de investigación No. 62, CIESTAAM, Chapingo, Edo. de México, 58 p.

Gómez Tovar Laura, Manuel A., Gómez Cruz, y Rita Schwentesius Rindermann. 2001. *Desafíos de la agricultura orgánica. Certificación y comercialización*, Mundi-Prensa-Universidad Autónoma Chapingo, tercera edición, México, 224 p.

Gómez M. et al. (coords). 2003. *Producción, comercialización y certificación de la agricultura orgánica en América Latina*. CIESTAAM y AUNA-Cuba, Chapingo, México, 291p.

Gómez Tovar Laura. 2000. *Proposal for a structural and institutional design for the development of organic farming technology in Mexico*, master thesis, Roskilde University, Aalborg University, Dinamarca, 75 p.

Inglehart Ronald and Paul R. Abramson. 1994. *Economic security and value change*. In: American Journal of political science. Vol. 88, number 2. U.S.A., pp. 336-354.

Kremen Amy, Catherine Greene and Jim Hanson. 2004. *Organic produce, price premiums, and eco-labeling in U.S. farmers' markets*. Economic Research Service, USDA, VGS-301-01, USA, 12p.

Lampkin, Nicolas. 1999. *Organic farming in the European Union. Overview, policies and perspectives*. Ponencia presentada en la conferencia "Farming in the European Union Perspectives for the 21st century". Baden, Austria, 6 p.

MISEREOR. 2003. *MISEREOR. Obra Episcopal de cooperación al desarrollo. Central católica alemana de cooperación al desarrollo*, en internet: <http://www.misereor.de/download/2000-Internat-Jahresber-span.htm>.

Pan para el Mundo. 2003. *Pan para el Mundo (Brot für die Welt)*, en internet: <http://www.brot-fuer-die-welt.de/>.

Sahota Amarjit. 2004. Overview of the global market for organic food and drink. En: *The world of organic agriculture. Statistics and emerging trends 2004*. IFOAM, FIBL, SÖL, Germany, pp. 21-26.

Sierra, Hugo. 2003 “Pobreza, agricultura orgánica y desarrollo regional en la Fundación Vamos, México”, en: *Producción, comercialización y certificación de la agricultura orgánica en América Latina*, CIESTAAM y AUNA-Cuba, Chapingo, México, pp 231-240.

Yussefi, M. and H. Willer 2002. *Organic agriculture worldwide 2002. Statistics and future prospects*, Stiftung Ökologie & Landbau, Germany, 157 p.

Willer Helga and Minou Yussefi. 2004. *The world of organic agriculture. Statistics and emerging trends 2004*. IFOAM, FIBL, SÖL, Germany, 167p.