



---

---

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**



**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

*AGRICULTURA ORGÁNICA Y COMERCIO JUSTO: UNA OPCIÓN DE  
EXPORTACIÓN DE MÉXICO AL MERCADO ALEMÁN*

**TESIS**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADA EN RELACIONES INTERNACIONALES**

PRESENTA:

**SHAIRA GUADALUPE GARCÍA CHÁVEZ**

DIRECTOR DE TESIS:

**MTRO. BERNARDINO HUMBERTO SIMONEEN ARDILA**

MÉXICO, CIUDAD UNIVERSITARIA, 2014

---

---



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

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

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

## **AGRADECIMIENTOS**

*A Dios, por permitirme concluir este importante ciclo.*

*A mis padres y hermano, por su amor, apoyo y paciencia. Gracias por estar siempre presentes acompañándome, guiándome, siendo mi ejemplo a seguir y mi principal motivación para ser mejor persona cada día. Los amo con todo mi corazón.*

*A mis amigos, por todos los momentos de dicha y desazón compartidos. Gracias por ser parte fundamental de mi vida.*

*A la Universidad Nacional Autónoma de México y su cuerpo docente, por brindarme la oportunidad de forjarme orgullosamente como profesionista en sus aulas. Institución a la cual refrendo mi compromiso de hacer respetar su nombre mediante un comportamiento digno de los valores aprendidos en ella.*

*Al profesor Humberto Simoneen Ardila, académico ejemplar y mejor persona, de quien aprendí a dar lo mejor de mí a pesar de los traspies. Gracias por todos sus consejos, palabras de aliento, apoyo y paciencia infinita en este largo camino. Siempre le estaré muy agradecida.*

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO 1: LA AGRICULTURA ORGÁNICA</b>	<b>9</b>
<b>1.1 Antecedentes</b>	<b>9</b>
1.1.1 La Revolución Verde	9
1.1.2 La Biotecnología	16
<b>1.2 La Agricultura Orgánica</b>	<b>23</b>
1.2.1 Antecedentes del movimiento orgánico	23
1.2.2 Generalidades de la Agricultura Orgánica	26
1.2.3 Características de la Agricultura Orgánica: Directrices de Producción y Procesamiento Orgánicos	30
1.2.4 Certificación y Normatividad Orgánica a Nivel Internacional	33
<b>1.3 La Agricultura Orgánica y el Mercado Internacional</b>	<b>43</b>
1.3.1 Generalidades	43
1.3.2 Tendencia Mundial de la Agricultura Orgánica	47
1.3.3 La Crisis Económica y su Impacto en la Agricultura Orgánica.	69
<b>CAPÍTULO 2: EL COMERCIO JUSTO</b>	<b>83</b>
<b>2.1 Antecedentes del Comercio Justo</b>	<b>83</b>
2.1.1 El Comercio Internacional Actual	83
2.1.2 El nacimiento del Comercio Justo como alternativa al Sistema Comercial Actual	87
<b>2.2 Generalidades del Comercio Justo</b>	<b>90</b>
2.2.1 Definición	90
2.2.2 Principios Básicos del Comercio Justo	91
2.2.3 Características del Comercio Justo	95
<b>2.3 Estrategias de aplicación del Comercio Justo</b>	<b>97</b>
2.3.1 La Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO) y su estrategia alternativa-global	99
2.3.2 La Organización de Certificación de Comercio Justo (FLO) y su estrategia tradicional dominante.	100
2.3.3 Debate actual entre la Organización de Certificación de Comercio Justo (FLO) y la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO)	103
<b>2.4 Certificación y Normatividad Internacional dentro del esquema de Comercio Justo</b>	<b>107</b>
2.4.1 Los estándares y la certificación avalados por la Organización de Certificación de Comercio Justo (FLO)	108

2.4.2 Los Estándares y el Sistema de Garantía de la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO)	112
2.4.3 Iniciativas públicas en torno al Comercio Justo	119
<b>2.5 Tendencias del mercado mundial de productos a través del Comercio Justo</b>	<b>129</b>
2.5.1 Generalidades	129
2.5.2 Tendencias mundiales del Comercio Justo	141
2.5.3 La Crisis Económica y su impacto en el Comercio Justo	161
<b>2.6 Articulación de la Agricultura Orgánica y el Comercio Justo</b>	<b>165</b>
<b>CAPITULO 3: Agricultura Orgánica y Comercio Justo: Una opción de exportación de México al mercado alemán.</b>	<b>177</b>
<b>3.1 Estrategia comercial y panorama actual del sector agrícola en México</b>	<b>177</b>
3.1.1 Estrategia actual de la política comercial mexicana	177
3.1.2 Situación general del sector agrícola en México	184
3.1.3 Evaluación del sector agrícola en la actividad exportadora de México	199
<b>3.2 El Movimiento Orgánico y de Comercio Justo en México.</b>	<b>211</b>
3.2.1 Antecedentes de la Agricultura Orgánica y el Comercio Justo en México	211
3.2.2 Situación actual de la Agricultura Orgánica y del Comercio Justo en México	218
3.2.3 Exportaciones mexicanas de productos orgánicos y de comercio justo	239
<b>3.3 Alemania como opción de exportación de agroproductos orgánicos mexicanos a través del Comercio Justo</b>	<b>256</b>
3.3.1 El mercado alemán de productos orgánicos en Alemania	256
3.3.2 Regulaciones existentes para la introducción de productos orgánicos y de Comercio Justo al mercado germano.	264
3.3.3 El consumo alemán bajo mecanismos de Comercio Justo	270
3.3.4 La demanda alemana de productos agrícolas orgánicos dentro del Comercio Justo	274
3.3.5 Oferta de productos orgánicos mediante la vía de Comercio Justo en Alemania	277
3.3.6 Mecanismos para el fomento de las exportaciones mexicanas de productos orgánicos hacia Alemania.	282
<b>3.4 Alternativas potenciales de exportación de productos orgánicos mexicanos a través del canal de Comercio Justo en Alemania.</b>	<b>285</b>
3.4.1 Ejemplo de exportación de coco orgánico hacia Alemania a través del mecanismo de Comercio Justo.	293
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>313</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA / HEMEROGRAFÍA</b>	<b>325</b>

## INTRODUCCIÓN

La producción de alimentos y su comercialización son actividades económicas de gran trascendencia y dinamismo dada su vital importancia para el desarrollo de las civilizaciones, así como desde el ángulo de la generación de ingresos que representan.

Las revoluciones agraria, industrial y tecnológica que tuvieron lugar a partir de la segunda mitad del siglo XVIII incidieron en la mejora de la calidad de vida de la población que derivó en un aumento demográfico exponencial. A ello se ha sumado la ampliación de la esperanza de vida, la erradicación y reducción de enfermedades, y la reducción de la mortalidad infantil.

Este “boom” se ha traducido en una tendencia creciente de la demanda de alimentos, convirtiéndose en uno de los mercados más exigidos al ser un sector estratégico. Para satisfacer dicha demanda se ha recurrido a la integración de innovaciones tecnológicas, a la mejora de los procesos productivos y a la racionalización para obtener mayores volúmenes de alimentos.

Bajo esta óptica, se desarrolló en la segunda mitad del siglo XX la “Revolución Verde”, movimiento que comprende la aplicación de la ciencia y la tecnología para realizar mejoras en la producción agrícola (mediante la implementación de la mecanización, fertilizantes, productos fitosanitarios, insecticidas, semillas híbridas, monocultivos, manipulación genética, uso de hormonas para acelerar el crecimiento del ganado, etc.) con el objetivo de reducir hasta erradicar el hambre en el mundo al elevar la producción de alimentos y reducir sus costos.

Al principio, la Revolución Verde fue considerada como un gran acierto ya que el sector agrícola aumentó el suministro de alimentos y los precios se mantuvieron bajos y estables, respondiendo a la demanda alimenticia y coadyuvando a la modernización agrícola y el establecimiento de cadenas de industrialización y procesamiento de alimentos globales, traducándose en mayores volúmenes de

productos con valor agregado comercializados para brindar más alternativas al consumidor.

Sin embargo, en la implementación de este modelo de producción sólo se consideraron los beneficios macroeconómicos a corto plazo, ignorándose los costos sociales, ambientales y económicos reales.

A nivel económico, la Revolución Verde favoreció a la consolidación de empresas transnacionales como las principales proveedoras de alimentos a nivel mundial cuya influencia impactó de manera adversa en los países en desarrollo, quienes no contaban con los recursos financieros que les permitiera enfrentar de manera competitiva este desarrollo, generando una desarticulación y empobrecimiento de los sectores agrícolas tradicionales.

A nivel ambiental, las innovaciones genéticas en semillas han provocado la pérdida de una gran parte de la biodiversidad agrícola; el uso de plaguicidas y otras sustancias agroquímicas causó un grave deterioro del medio ambiente (erosión del terreno, contaminación de los mantos freáticos, envenenamiento de la flora y fauna, etc.), registrándose también impactos nocivos en la salud pública.

A nivel social, la poca competitividad de la actividad agrícola en los países en vías de desarrollo detonó efectos de empobrecimiento masivo, paulatino desempleo y un gradual abandono del campo, traducéndose en éxodo rural.

Paralelamente a este modelo de producción, la dinámica comercial emprendida durante la misma época - basada en la liberalización de los mercados mediante acuerdos comerciales desiguales, manejo de grandes volúmenes, industrialización y competencia desleal- recrudeció los impactos de la Revolución Verde para los sectores más vulnerables.

Actualmente cerca de 1.4 miles de millones de personas en el mundo viven en extrema pobreza, población asentada en los países en desarrollo. Del total de

los ingresos generados en el Comercio Internacional, el 97 por ciento beneficia a países desarrollados mientras que el resto corresponde a ganancias distribuidas entre los países en vías de desarrollo.<sup>i</sup>

Dentro de este contexto, se han consolidado dos movimientos promovidos por la sociedad civil, uno abocado a la producción de alimentos y otro como respuesta a las condiciones de desigualdad existentes en el establecimiento de las relaciones comerciales predominantes, que han demostrado mecanismos efectivos que contrarrestan las deficiencias del sistema actual: Agricultura Orgánica y Comercio Justo.

La Agricultura Orgánica<sup>ii</sup> surge como una alternativa a la Revolución Verde ya que se basa en el uso sustentable<sup>iii</sup> de los recursos y un “sistema de producción holístico”<sup>iv</sup> que excluye el uso de insumos sintéticos que son altamente contaminantes; a su vez, compagina los conocimientos adquiridos de las prácticas agrícolas ancestrales (composta, rotación de cultivos, etc.) con el desarrollo de nuevas tecnología favorables al medio ambiente.<sup>v</sup>

Este movimiento propone la reivindicación del campo mediante prácticas agrícolas que favorezcan la preservación de los recursos naturales, la reincorporación de la mano de obra agrícola de los pequeños productores y el pago justo por su trabajo así como la generación de alimentos más saludables libres de agentes químicos nocivos para la salud.

Actualmente, la producción ecológica es la rama más dinámica del sector agrícola a nivel mundial, con cerca de 37.2 millones de hectáreas manejadas

---

<sup>i</sup> Mark Boonmark, et al; *Fair Trade Facts and Figures 2010. A Success Story for Producers and consumers*, Asociación Holandesa de Tiendas del Tercer Mundo, Holanda, 2011, p. 6.

<sup>ii</sup> El término “agricultura orgánica” puede citarse también como “agricultura ecológica o biológica”. Para fines de este trabajo se emplearán las denominaciones orgánica y ecológica por ser los calificativos empleados en México en el primer caso y el segundo en la referencia de Alemania acorde las legislaciones nacionales de ambos países.

<sup>iii</sup> Entendiéndose el concepto de sustentabilidad como la satisfacción de necesidades presentes sin comprometer las expectativas de generaciones futuras.

<sup>iv</sup> Nicolas Lampkin; *Agricultura Ecológica*. Ediciones Mundi-Prensa, España, 2001, p.5.

<sup>v</sup> Yolanda Trápaga, Felipe Torres; *El Mercado Internacional de la Agricultura Orgánica*. Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, México, 1994, Pág. 86.

por 1.8 millones de agricultores, y una demanda comercial que en 2011 generó ganancias por 62.9 mil millones de dólares, ubicándose los principales mercados en Norteamérica y Europa.<sup>vi</sup>

Por otro lado, el movimiento de Comercio Justo, si bien surge como una iniciativa de corte asistencial de organizaciones civiles situadas en los países del Norte con el objetivo de mejorar las condiciones de vida en comunidades marginadas en los países del Sur, cobra fuerza al compaginarse con el reclamo generalizado de los países en vías de desarrollo gestado en la década de 1960 a través de foros internacionales, basado en la exigencia de reglas de comercio que les permitiera competir en los mercados de una manera más equitativa.

Ante la falta de respuesta, el Comercio Justo se ha consolidado como una alternativa factible para combatir las distorsiones existentes, logrando compaginar la necesidad de un comercio apegado a procesos sustentables<sup>vii</sup>.

Así como el movimiento orgánico apuesta por un nuevo modelo de producción, el Comercio Justo promueve un planteamiento alternativo de reestructuración del comercio actual (donde los beneficios no llegan a todos por igual), mediante la instauración de relaciones comerciales establecidas en la confianza y cooperación existente entre productores y consumidores, condiciones de trabajo “humanas”<sup>viii</sup> basadas en el respeto a los derechos humanos, precios justos<sup>ix</sup> y

---

<sup>vi</sup> Datos disponibles en [www.organic-world.net](http://www.organic-world.net)

<sup>vii</sup> Este concepto fue introducido por primera vez en 1987 ante la Asamblea de Naciones Unidas por parte de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo, producto del informe final titulado “Nuestro futuro común”. Supone que se satisfagan las necesidades fundamentales de todos y que se amplíen las posibilidades de que todos puedan colmar sus aspiraciones a una vida mejor implicando la aceptación de que los niveles de consumo deben ceñirse a los límites de las posibilidades ecológicas y a los que todos puedan aspirar. Definición obtenida de: Hernández-Vela Salgado, Edmundo; Diccionario de Política Internacional, Tomo I, 6° edición, Editorial Porrúa, México, 2002, p.356.

<sup>viii</sup> Entiéndase como la existencia de condiciones laborales seguras, remuneradas acorde a la intensidad del trabajo a realizarse y sobretodo que se asegure que con dicho ingreso los trabajadores podrán tener condiciones de vida dignas.

<sup>ix</sup> Un precio justo es aquel que sea determinado por los gastos generados durante el proceso de producción y la aportación de un excedente que pueda ser dirigido a proyectos de desarrollo dentro de las comunidades y una plena satisfacción de las necesidades básicas. Sichar, Gonzalo; Cabrera, Pablo, *Comercio Justo ¿una alternativa real?*, España, Cideal-Setem, 2002, p. 48.

acceso a mercados para los productores marginados, establecimiento de canales de comercialización que prescindan de la cadena de intermediarios que absorben gran parte de las ganancias, protección y uso racional de los recursos naturales y procesos productivos sustentables por mencionar algunos elementos.

Aun cuando la facturación de productos de Comercio Justo sólo representan una porción apenas representativa (0.03 por ciento del flujo mundial), mostrando en 2011 ventas por 49.6 miles de millones de dólares, ha generado un impacto social que ha beneficiado a 1.2 millones de productores en todo el mundo. <sup>x</sup>

Agricultura Orgánica enfocada en un modelo de producción, y Comercio Justo dirigido a la forma de las interacciones comerciales, a pesar de tener un proceso disgregado, son complementarios ya que manejan al interior de su ideología un desarrollo con implicaciones ambientales y sociales, proporcionando una alternativa a la dinámica actual.

Los países del Sur han encontrado en estas dos vías una alternativa para formar parte de un sector comercial estratégico como es el mercado de alimentos a través de la producción orgánica y el comercio justo como apoyo ante la baja competitividad de su modelo de producción respecto al alto nivel de protección y tecnificación del mismo sector en los países desarrollados.

El sector agrícola mexicano no ha sido inmune a los impactos del sistema convencional promovido por la Revolución Verde y el comercio internacional actual. A pesar de ser un sector estratégico e incluso considerado tema de seguridad nacional, presenta un severo rezago estructural que ha mermado su capacidad productiva y competitiva reales convirtiéndola en una actividad poco rentable que ha generado un empobrecimiento y abandono rural. Además, existe un déficit en la producción de alimentos básicos, soporte de la canasta básica

---

<sup>x</sup> Datos disponibles en <http://fairtrade.net>

nacional, que es demostrable por los altos volúmenes de compra de granos a proveedores extranjeros.

Aunado a lo anterior, la grave dependencia comercial establecida con Estados Unidos -principal socio comercial con más del 78 por ciento del volumen exportado por nuestro país-, representa un rasgo de vulnerabilidad ante posibles contracciones en la demanda estadounidense de productos agroalimentarios mexicanos.

El objetivo del presente trabajo es establecer que la Agricultura Orgánica y el Comercio Justo representan la oportunidad de implementar una estrategia comercial articulada bajo un contexto incluyente y con apego a la realidad del agro mexicano, permitiendo fortalecer un sector de exportación con alto potencial, fomentar una diversificación de mercado y también favorecer a resolver problemáticas de índole social y ambiental que aquejan al sector agrícola en México. A nivel micro económico, permite la reinserción de los pequeños productores en la producción mundial de alimentos y favorece positivamente en la calidad de vida de productores y consumidores.

Alemania representa una gran alternativa para fomentar un crecimiento en el volumen de exportaciones mexicanas ya que posee la oportunidad de infiltrarse en un gran mercado con 82 millones de habitantes, siendo el país con el mayor número de habitantes en la Unión Europea y, consecuentemente, el mayor mercado de la región. Cumplir con los altos estándares y exigencias de este mercado, facultará a los productores a elevar su competitividad de forma gradual, abriendo la oportunidad a los mercados de los países de la Unión Europea y en general, a otros mercados.

La demanda orgánica alemana conforma un mercado estructurado que anualmente genera 4 600 millones de euros, convirtiéndolo en el mercado más grande de Europa con un crecimiento del 18% anual. Por su parte, el consumo

de productos de Comercio Justo generó ganancias por 533 millones de euros y un crecimiento del 33 por ciento en 2012.<sup>xi</sup>

México es un país con gran potencial dadas sus características climatológicas, ubicación geográfica y la variedad de productos que puede comercializar en países que ven interrumpida su producción por cuestiones climáticas como es el caso de Alemania. Además, es reconocido como el primer país en desarrollo beneficiado por este esquema ya que el primer sello para productos de Comercio Justo fue promovido por la fundación holandesa Max Havelaar en 1988, apoyando a la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI)<sup>xii</sup> para la comercialización de su café orgánico en Europa bajo las reglas del incipiente modelo alternativo de Comercio Justo.

A nivel teórico, el Comercio Justo y la Agricultura Orgánica buscan dar alternativas a las deficiencias del sistema comercial y productivo actual partiendo de un enfoque inductivo, ya que más allá de ser simplemente un planteamiento hipotético, han mostrado ser una alternativa llevada a la práctica con un comportamiento de crecimiento en la demanda de estos productos. Por lo anterior, este fenómeno requiere ser estudiado para comprender cuáles son sus alcances y perspectivas.

El presente trabajo de Tesis Profesional está organizado en tres capítulos, siendo la Agricultura Orgánica el objeto de estudio del primero. En él, se desglosan los antecedentes de la Revolución Verde y la Biotecnología, estableciendo el escenario que coadyuvó al desarrollo de la Agricultura

---

<sup>xi</sup> s/a, “Über 500 Mio Euro für Fairtrade”, [artículo en línea], disponible en Fairtrade Alemania, 18 de abril de 2013, dirección URL: <http://www.fairtrade-deutschland.de>, [consulta: 22 de abril de 2013].

<sup>xii</sup> La organización UCIRI se fundó en 1984 como respuesta a la gran cadena de intermediación a la que están sujetos los productos de las pequeñas comunidades. Está constituida por campesinos caficultores pertenecientes a 56 comunidades localizadas en 20 municipios de la zona centro y norte del Istmo de Tehuantepec, Oaxaca, incorporando a cerca de 2600 productores a esta actividad. Actualmente, sus principales destinos de exportación son Alemania, Holanda, Italia, Suiza, Japón, Bélgica, Francia, Canadá y Estados Unidos. Información disponible en: <http://uciri.org>.

Orgánica. También se establecen las generalidades, marcos normativos y tendencias de producción y consumo de productos orgánicos a nivel global.

En el capítulo dos se elabora una descripción del comercio internacional actual de productos agropecuarios, indicándose porqué se considera “Injusto”. Posteriormente se detallan las generalidades del Comercio Justo, principios, normas y las principales organizaciones que conforman este sistema alternativo. Al igual que en el apartado de Agricultura Orgánica, se detallarán los alcances y tendencias del Comercio Justo.

Finalmente, en el capítulo tercero se abordará un análisis de la estrategia comercial y panorama actual del sector agrícola en México, indicándose sus potencialidades y actuales problemáticas. También se citará la situación de la Agricultura Orgánica y el Comercio Justo en México, mediante la evaluación del nivel de desarrollo existente en nuestro país de ambos movimientos y planteándose ambos movimientos como parte de una propuesta de estrategia comercial exportadora de corte sustentable, apegada a la realidad nacional que coadyuve a transformar las debilidades del sector agrícola mexicano en una oportunidad de crecimiento y desarrollo donde se reconstituya la labor del pequeño productor.

# CAPITULO 1

## LA AGRICULTURA ORGÁNICA

### 1.1 Antecedentes

#### 1.1.1 La Revolución Verde

##### a) Inicios de la Revolución Verde

Desde que los seres humanos se hicieron sedentarios y comenzaron a practicar la agricultura se ha promovido una constante generación de innovaciones en las técnicas de siembra con la finalidad de mejorar los cultivos, incrementar los volúmenes obtenidos de cosechas y modificar o controlar las plagas y en cierto modo los fenómenos naturales y la distribución de los recursos disponibles.

Los primeros agricultores elegían las plantas que mostraban mayor resistencia a las variaciones del clima, a las plagas y a las enfermedades. Posteriormente las diversas revoluciones industriales detonaron un desarrollo tecnológico que se ha traducido en mejoramientos en el nivel de vida de la población y los esquemas de producción, como es el caso de las prácticas empleadas en el campo.<sup>1</sup>

Los avances más radicales comenzaron a presentarse durante el siglo XX, cuando los conocimientos científicos y tecnológicos encausados a investigaciones originalmente con propósitos bélico, fueron redireccionados a otros ámbitos, siendo la Agricultura uno de los sectores de mayor desarrollo por su consideración estratégica y sus implicaciones económicas y sociales.

Tal fue el caso de la denominada “Revolución Verde”, que comprende el período de 1965 a 1975, caracterizada por el incremento exponencial en la producción

---

<sup>1</sup> Rosa Elvia Barajas, “Biotecnología y Revolución Verde. Especificidades y divergencias”, *Revista Sociológica*, núm. 16, México, UAM, mayo-agosto, 1994, p. 62.

de granos (arroz, trigo y maíz principalmente) promovido en los países en vías de desarrollo y la introducción de las variedades de alto rendimiento.<sup>2</sup>

Este movimiento surge como producto de la aplicación de la ciencia y la tecnología a las prácticas agrícolas para elevar la producción de alimentos a la luz de un crecimiento de la población mundial y la consecuentemente creciente demanda, así como para contribuir a la erradicación del hambre en el mundo. La intención era la de impulsar a la agricultura tradicional hacia la modernidad entendida como un sinónimo de progreso para los países en desarrollo.

#### b) Expansión de la Revolución Verde

La Revolución Verde se basó en la generación de semillas híbridas o variedades de alto rendimiento (VAR) aunada a la mecanización, el empleo de fertilizantes, insecticidas y herbicidas, la práctica de monocultivos intensivos, la manipulación genética, el uso de hormonas para acelerar el crecimiento del ganado, etc., que en conjunto lograron triplicar los volúmenes obtenidos por métodos tradicionales.

La gran difusión de esta Revolución se debió a la coordinación entre instituciones privadas<sup>3</sup>, gobiernos e instituciones como Fondo Monetario Internacional (FMI), Banco Mundial (BM) y la Organización de las Naciones Unidas (ONU) a través del Comité de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo - Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (UNCTAD-FAO) y grandes industrias interesadas en esas actividades. Los primeros, por que consideraban que estas prácticas eran el medio para solucionar las principales problemáticas como la falta de abastecimiento y encarecimiento en alimentos, el desempleo en algunos sectores rurales, la falta de acceso a mejores niveles de vida, falta de inclusión en el desarrollo y crecimiento de los países del sur, pero fundamentalmente para

---

<sup>2</sup> Isaac Arnon, *Modernization of Agriculture in developing countries*, Reino Unido, John Wileys & Sons, 1987, p. 322.

<sup>3</sup> Para mayor información ver Kenneth Dahlberg, *Beyond the Green Revolution: The Ecology and Politics of Global Agritultural Development*, Estados Unidos, Plenum, 1979. pp. 48-58.

mitigar la hambruna existente en los países de bajos recursos; y los segundos, porque era una interesante oportunidad para hacer negocios.

Las instituciones privadas estuvieron orientadas al desarrollo de investigaciones para optimizar las variedades obtenidas ya que, conforme fueron empleadas, requirieron de modificaciones ya sea para mejorar su calidad o para erradicar anomalías generadas en versiones previas, o bien para crear un proceso de dependencia respecto a las semillas que generaban.

Las Fundaciones Rockefeller y Ford desarrollaron los principales centros de investigación ubicados en países en vías de desarrollo como fue el caso de México en 1941, donde se analizó la viabilidad de incrementar la producción de granos en México y posteriormente en los países en desarrollo. En estos primeros avances se introdujeron las primeras cosechas con VAR siendo estos los inicios de la Revolución Verde.

Las variedades de alto rendimiento en contraste con las tradicionales<sup>4</sup> han sido mejoradas genéticamente y están caracterizadas por su capacidad para soportar espigas o mazorcas de mayor peso, tallos más cortos que aceleran el proceso de maduración del grano bajo condiciones de fertilización y humedad adecuadas obteniendo resultados que llegaron a triplicar la cosecha. También poseían mayor resistencia a variaciones climáticas que las hizo más adaptables en muchas regiones del mundo.

En las décadas de 1950 y siguientes, las inversiones en esta materia fueron incrementadas considerablemente dado el éxito obtenido en el caso de México<sup>5</sup>, siendo Filipinas y otros países del sur donde posteriormente se implementaron estas mejoras tecnológicas en su práctica agrícola.

---

<sup>4</sup> Las variedades tradicionales en condiciones de suelo y humedad inmejorables lejos de tener mejores rendimientos producían cosechas de baja calidad respecto a lo que pudiese esperarse, en razón de las debilidades de la especie ya que al crecer el tamaño de las mazorcas o espigas por los nutrientes del suelo, los tallos no soportaban el peso perdiéndose gran parte de la cosecha.

<sup>5</sup> En 1960 México las nuevas variedades de alto rendimiento de maíz eran empleadas por agricultores mexicanos en el 90% de la tierra arable. Ver Isaac Arnon, op. cit. pp. 323-325.

El trabajo de estas innovaciones no sólo se encauzó a las variedades de alto rendimiento (VAR); a la postre se articularon los “paquetes tecnológicos”, consistentes en una serie de insumos que eran requeridos para garantizar el óptimo crecimiento de las semillas y obtener los rendimientos esperados.

La introducción de las VAR implicaba ineludiblemente fertilizantes sintéticos con altas propiedades nutrimentales para el suelo; condiciones de riego específicas mediante sistemas de irrigación artificiales; mecanización (tractores y dispositivos varios) para realizar la cosecha y siembra en periodos breves de tiempo; y el uso de pesticidas y herbicidas para contrarrestar las plagas, entre otras.

Así se generó un nuevo sector industrial y comercial enfocado a los insumos agrícolas ya que se transformó en uno de los ámbitos de mayor rentabilidad. La demanda de estos artículos se incrementó en tal magnitud que tanto el FMI como el BM promovieron sistemas crediticios y estrategias<sup>6</sup> para obtener las divisas necesarias permitiendo que esta tecnología estuviera al alcance de todos, fundamentalmente de los países en vías de desarrollo<sup>7</sup> ya que el costo era considerablemente elevado en comparación con los empleados en la agricultura tradicional.

Tras haber afrontado las guerras mundiales y en un ánimo por promover la paz y la cooperación internacionales, se echó a andar un concepto de ayuda para los países de bajos recursos económicos para promover una mejor condición de vida e insertarlos a un “modelo de desarrollo” como el seguido por los países del norte. Así surgen diversas estrategias que bajo auspicio de las organizaciones

---

<sup>6</sup> Gran parte de los países en vías de desarrollo obtuvieron préstamos por concepto de fertilizantes, VAR y otros insumos. Así mismo se coordinaron políticas entre el FMI, BM y los gobiernos para generar volúmenes de exportación de granos y semillas que permitiera a estos países obtener más divisas. Sin embargo este esquema generó el desvío de recursos correspondientes a otros sectores.

<sup>7</sup> Los principales consumidores se encontraban en países en vías de desarrollo por poseer las condiciones climatológicas propicias para un mejor crecimiento de las VAR y por representar la forma más eficaz de aumentar los volúmenes de producción.

internacionales (FAO, UNCTAD, OCDE, etc.) fueron orientadas a este fin, contando con el apoyo del sector privado, muy interesado en los beneficios económicos que este nuevo sistema de producción podía generar.

En este sentido la participación de la ONU se encaminó a crear programas a través de la FAO dentro de los cuales se garantizara la seguridad alimentaria de los pueblos más vulnerables mediante el control de la volatilidad en los precios de los alimentos; por su parte, la UNCTAD gestionó los vehículos entre los países del norte y sur para facilitar la transferencia de tecnología, soporte y asesorías técnicas de modo que se encausara a un progreso de los países en vías de desarrollo y paulatinamente orientar su incorporación al mercado mundial de alimentos.

En el caso de los agricultores, el interés por hacerse de estas innovaciones se fundó en la oportunidad que representaba aumentar sus ingresos y facilitar la labor diaria. Si bien en un inicio tanto pequeños agricultores como los de gran escala tuvieron acceso a esta tecnología, la forma de su implementación y los resultados obtenidos fueron muy contrastantes.

#### c) Consecuencias de la Revolución Verde

En un inicio, se consideró exitosa la Revolución Verde ya que los resultados logrados a corto plazo se tradujeron en los grandes volúmenes obtenidos y la extensa implementación del uso de las semillas mejoradas para la década de 1950 y posteriores.

Las políticas gubernamentales se articulaban con el propósito de promover los avances que la Revolución Verde ofrecía, otorgando préstamos o subsidios a los agricultores para adquirir la tecnología necesaria. En este periodo también se buscaba un desarrollo industrial, como fue el caso de México, por ello gran parte de los recursos se destinaron a aquellos grupos con extensiones de tierra de alto

potencial y capacidad para sostener y tecnificar su producción agrícola,<sup>8</sup> o a industrializarla.

Sin embargo, fueron surgiendo problemáticas que este movimiento no divisaba como implicaciones futuras. La generalización en la aplicación de métodos modernos dentro de los esquemas productivos no podía ser aplicada del mismo modo al existir diferencias estructurales entre los países en desarrollo en contraste con los países desarrollados. Para los países desarrollados, la práctica de un modelo industrial es ampliamente dominada en sus estructuras económicas por lo cual la introducción de nuevas formas agrícolas no simbolizaba complicación alguna al poseer los canales para lograr su efectividad (una dinámica económica ampliamente estratificada donde cada rama productiva poseía los mecanismos de abastecimiento, transformación y distribución).

Las industrias, particularmente las incorporadas al sector de alimentos e insumos agrícolas, fueron las más favorecidas por la Revolución Verde ya que se garantizó el abasto de materias primas a grandes volúmenes con bajos costos que les permitió aumentar su producción; adicionalmente, consiguieron el aumento de los precios en fertilizantes y demás compuestos químicos requeridos para la labranza de las VAR.

En el caso de los países en vías de desarrollo se comenzaban a instaurar modelos industriales, presentándose transformaciones de carácter económico y social. La mayoría de los sectores productivos eran incipientes y gran parte de la cadena productiva se encontraba mal articulada; la falta de infraestructura, recursos económicos y sobretodo el conocimiento tecnológico eran algunas de las problemáticas que debían enfrentarse.

La estratificación social a través de la desproporción en el ingreso complicaría más tarde el acceso a los “beneficios de la Revolución Verde” para el sector de los agricultores de menor escala. En efecto, los agricultores con pequeñas

---

<sup>8</sup> Kenneth Dahlberg, op. cit., pp. 59-63.

parcelas en un primer momento optaron por introducir las VAR sabedores de las ganancias que obtendrían a corto plazo; empero, dichas semillas eran efectivas únicamente en la primera cosecha, dejando improductivas sus tierras por no poseer los recursos económicos para obtener el paquete tecnológico requerido; a ello se aunaba la falta de apoyo gubernamental que consideró prioritaria la inversión en el sector industrial o en las grandes zonas agrícolas, desprotegiendo a los pequeños agricultores.

Esto generó que los agricultores pequeños fueran segregados u obligados a incorporarse a laborar en las grandes extensiones de tierra, abandonando las propias que en muchos casos fueron adquiridas por los grandes agricultores. El desempleo aumentó gradualmente en desproporción a los puestos disponibles en la industria o el campo, generando grandes migraciones en busca de nuevas opciones de empleo.

En el caso de las variedades de alto rendimiento, comenzaron a detectarse una serie de anomalías en sus propiedades, como reducción de su capacidad nutricional y carencia de calidad para ser empleadas como materias primas. Sin el uso adecuado de los sistemas de riego, mecanización, fertilizantes y otros productos sintéticos, los rendimientos eran inferiores inclusive a los obtenidos con métodos tradicionales.

El impacto ecológico se vio reflejado en la pérdida de especies locales de semillas, mayor erosión del suelo y un uso exacerbado del recurso hídrico que sumado a una temporada de sequía en gran parte del orbe durante la década de 1970, desencadenó una reducción dramática del volumen de alimentos producidos.

El precio de los alimentos aumentó bajo la amenaza de un nuevo desabastecimiento, y los países que originalmente destinaban grandes recursos a ayuda dentro de los programas existentes, redujeron sus aportaciones para encauzarlas a garantizar su seguridad alimentaria.

Esta situación requirió nuevas soluciones que serían encontradas nuevamente bajo el auspicio de la ciencia y la tecnología.

### 1.1.2 La Biotecnología

#### a) Implementación de la Biotecnología

Con la finalidad de contrarrestar los errores cometidos con las primeras innovaciones de la Revolución Verde, surge la Biotecnología con el fin de llevar a cabo investigaciones en los países desarrollados como parte de una nueva política de conservación de los recursos naturales, búsqueda de fuentes alternativas de energía, así como la obtención de autosuficiencia alimentaria tras la situación presentada en la década de 1970.

La Biotecnología es definida en la Convención sobre Diversidad Biológica como “toda aplicación tecnológica que utilice sistemas biológicos, organismos vivos o sus derivados, para la creación o modificación de productos o procesos para usos específicos”<sup>9</sup>, mostrando así el amplio espectro de estos nuevos conocimientos en diversos campos.

La potencialidad de la Biotecnología depende del encauzamiento que se le dé, ya sea para responder a las necesidades globales por encima de los beneficios particulares, o tendiente a la rentabilidad sobre el beneficio social, situación que dependerá de la utilización de estos medios por parte de los actores involucrados: investigadores, empresarios, gobierno y consumidores.<sup>10</sup>

La Revolución Verde y la Biotecnología son producto de momentos históricos distintos y por ende de diferentes niveles de desarrollo científico. En el caso de la Revolución Verde se optaba por una explotación potenciada de los recursos obtenidos del medio natural; en el caso de la biotecnología, se busca optar por

---

<sup>9</sup> s/a, *Convención sobre Diversidad Biológica*, Artículo 2, [en línea], Brasil, ONU, 1992, Dirección URL: <http://www.cbd.int/Doc/Legal/Cbd-Es.Pdf>, [consulta: 6 de mayo de 2010].

<sup>10</sup> *Ibidem*.

medios “más sustentables<sup>11</sup>” al echar mano de materiales similares a los de origen natural que permitiera su sustitución y por ende la preservación de los recursos biológicos.

Parte de estas nuevas estrategias están articuladas al desarrollo de materiales de origen sintético, a través de procesamiento químico para obtener sustitutos de los recursos obtenidos del ambiente.

El gran elemento distintivo de la Biotecnología es el manejo o manipulación del material genético a través del desarrollo práctico de los hallazgos del genoma, cuya investigación comienza en 1953, que empiezan a cristalizarse hasta finales de la década de los años setenta con su aplicación en diversos ámbitos como la industria farmacéutica, alimentaria, química, energética y la agricultura, lo que ha impactado a todas las ramas de producción, salud y alimentación en diversas escalas.<sup>12</sup>

En el caso de la inserción de la Biotecnología a la modernización agrícola, para este fin específico es entendida como “el conjunto de técnicas aplicadas en los microorganismos de las células vegetales, animales y sus componentes a través de la ingeniería genética, ADN recombinante, procesos enzimáticos y sistemas de ingeniería de cultivos y especies agrícolas para incrementar su productividad”<sup>13</sup>.

El uso de la biotecnología agrícola se caracteriza por la transferencia de información genética de plantas y organismos vivos entre sí, para obtener variedades mejoradas. En cuanto a las técnicas más utilizadas a nivel vegetal

---

<sup>11</sup> El concepto de sustentabilidad en esta primera etapa de la Biotecnología vislumbraba que los materiales sintéticos permitían reducir el consumo de los recursos naturales. Posteriormente se observó que en muchos de los casos la obtención de estos materiales sintéticos generaban mayor explotación de recursos naturales por los altos costos ecológicos que implica su obtención.

<sup>12</sup> Estela Cervantes Reyes, “Agroecología vs. Biotecnología. Consideraciones sobre la polémica”, *Revista Sociológica*, núm. 16, México, UAM, mayo-agosto, 1994, p. 90.

<sup>13</sup> Barajas, op. cit., p. 71.

destacan la fermentación y la micropropagación<sup>14</sup> así como el mejoramiento genético de las plantas; para el caso de la ganadería se manejan los trasplantes de embriones<sup>15</sup> y el uso de hormonas.<sup>16</sup>

Al igual que la Revolución Verde, la intención primaria de la introducción de la Biotecnología en la Agricultura radica en el uso ético de estas nuevas prácticas con la finalidad de disminuir el impacto ambiental, la dependencia alimentaría, los niveles de desnutrición y pobreza en el mundo, así como la incorporación de los sectores agrícolas marginados durante la Revolución Verde.

La gran aportación de la Biotecnología a nivel agrícola es el desarrollo de las plantas transgénicas u organismos genéticamente modificados (OGM's) cuyo origen se sustenta en contrarrestar las deficiencias de las VAR, ya que no sólo fueron mejoradas en cuestiones de adaptabilidad: también las propiedades nutrimentales, facultades para la fijación de nitrógeno o reacciones fotosintéticas, la resistencia y "autodefensa" de plagas - al ser más resistentes a las enfermedades comunes - fueron de las principales innovaciones.

Igualmente, se tenía como finalidad que estas nuevas semillas redujeran el impacto ambiental al aprovechar las condiciones climáticas imperantes en una región dada: escasez de agua, niveles de salinidad elevados, bajos niveles nutrimentales del suelo, etc.; los OGM's debían poder ser cultivados en cualquier condición.

El éxito de la Biotecnología en el orbe se extendió rápidamente en todos los ámbitos y la agricultura no fue la excepción. Actualmente "millones de hectáreas

---

<sup>14</sup> Se entiende por micropropagación de plantas la reproducción vegetativa de las mismas mediante el cultivo de tejidos y fusión de células in vitro, esto permite la producción masiva y rápida de plantas genéticamente idénticas (clones). Estela Cervantes, op. cit. p. 91.

<sup>15</sup> Método que consiste en la utilización de drogas capaces de aumentar la ovulación de los animales, las hembras son fecundadas artificialmente y los embriones resultantes son extraídos quirúrgicamente por succión para posteriormente ser implantados en "nodrizas", se puede incluso seleccionar el sexo de la cría. *Ibídem*.

<sup>16</sup> Las hormonas de crecimiento aceleran el metabolismo y producen un aumento en la producción de leche en las vacas, disminuyen la grasa en los puercos y hacen crecer más rápidamente a los pollos. *Ibídem*.

han sido sembradas anualmente con cultivos transgénicos comerciales, como soya, algodón, tabaco y maíz en varios países entre lo que figuran Estados Unidos (28.7 millones de hectáreas en 1999), Canadá (4 millones de hectáreas), China (0.3 millones de hectáreas) y Argentina (6.7 millones de hectáreas)".<sup>17</sup>

Otro de los beneficios apuntados en un inicio era la posibilidad de incrementar los ingresos de los agricultores al ser posible un uso intensivo de la tierra con rendimientos superiores a los obtenidos con las VAR en la Revolución Verde.

#### b) Consecuencias de la Biotecnología

La Biotecnología ha generado uno de los aportes más revolucionarios y rentables de los que se tiene conocimiento, al abarcar diversas industrias. Se visualizó como una solución a corto plazo para revertir las grandes problemáticas que enfrenta la humanidad, pero nuevamente sin considerar los impactos a largo plazo.

Los resultados hoy indican que al igual que en la Revolución Verde el acceso a esta tecnología se encuentra aún más restringido que en el caso de las variedades de alto rendimiento.

Las investigaciones en el caso de la Revolución Verde fueron promovidas por capital público en colaboración con fundaciones donde las innovaciones se difundían con mayor facilidad en los países en vías de desarrollo y en muchos casos bajo apoyos o financiamientos en las etapas iniciales.

En el caso de la biotecnología, la inyección del capital privado<sup>18</sup> en este sector ha generado que las innovaciones estén altamente protegidas bajo las garantías

---

<sup>17</sup>s/a, "Las Plantas Transgénicas y la Agricultura Mundial", [en línea], Instituto de Biotecnología, UNAM, Dirección URL: [http://www.ibt.unam.mx/server/PRG.base?alterno:0,clase:base,tipo:doc,dir:transge.html,tit:Las\\_Plantas\\_Transg%E9nicas\\_y\\_la\\_Agricultura\\_Mundial,pre:base](http://www.ibt.unam.mx/server/PRG.base?alterno:0,clase:base,tipo:doc,dir:transge.html,tit:Las_Plantas_Transg%E9nicas_y_la_Agricultura_Mundial,pre:base), [consulta: 7 de mayo de 2010].

<sup>18</sup> La participación del sector público limitó su intervención en materia de investigación cediendo a las instituciones privadas los trabajos de laboratorio. La inversión pública en este sector estriba en el 16 % del capital empleado y proviene de los países desarrollados. s/a, op. cit.

de propiedad intelectual para salvaguardar la rentabilidad que este nicho puede generar, siendo posible el acceso a esta tecnología únicamente bajo el pago de derechos o regalías.

La productividad agrícola logró aumentar los rendimientos de las cosechas hasta un 300 por ciento el volumen de producción obtenido durante la Revolución Verde, incidiendo en un comportamiento generalizado de reducción y estabilización en los precios de los commodities.<sup>19</sup>

Los sectores agrícolas beneficiados son aquellos que encuentran asequible el manejo de los OGM's como son los grandes agricultores y empresas transnacionales que manejan el sector de alimentos, obteniendo su ganancia en la obtención de insumos a bajos costos o a la venta por volumen.

Los pequeños agricultores, al no poseer los recursos para comprar estas variedades, nuevamente quedaron excluidos y más severamente perjudicados ya que no sólo su productividad distaba de los niveles óptimos, también los precios de sus productos eran sujetos al valor fijado por el mercado de commodities reduciendo su ingreso.

Sumado a lo anterior, la biotecnología ha dado pie a la sustitución de las materias primas (como en el caso de endulzante por edulcorantes, fibras sintéticas, etc.), impactando el volumen de exportaciones de los países en desarrollo. Paralelamente, se han creado nuevas oportunidades de mercado bajo la demanda de estos productos transgénicos, mercado al cual no todos están en posibilidades de acceder.

Las implicaciones en materia de salud se han comprobado a través de diversos estudios que señalan que el consumo de productos modificados genéticamente o con alto contenido de hormonas de crecimiento ha incidido en un crecimiento

---

<sup>19</sup> Entiéndase como todo bien que tiene valor o utilidad, y un muy bajo nivel de diferenciación o especialización (materias primas o productos básicos). Para este trabajo me remito a hacer alusión a los granos y materias primas obtenidas del campo. Kenneth, op. cit., p. 125.

exponencial en padecimientos como cáncer, malformaciones congénitas, alergias y otros padecimientos. La ingestión de alimentos enriquecidos por manipulación genética sólo en algunos casos contribuyó a combatir los niveles de desnutrición ya que gran parte de los nutrientes adicionales eran incapaces de ser absorbidos por el organismo.

Los OGM's si bien eximen el uso de fertilizantes y pesticidas altamente tóxicos reduciendo los factores de envenenamiento en seres humanos y ecosistemas, han tenido otras consecuencias ambientales. La demanda energética requerida para la elaboración de transgénicos sobrepasa la normal, fomentando al incremento en los niveles de contaminación.

Una de las grandes complicaciones encontradas en los OGM's radica en que los máximos rendimientos sólo son obtenidos si las semillas están adaptadas a las condiciones locales, problema también existente en las VAR, siendo éste uno de los principales problemas ya que al ser producidas en países desarrollados su adaptación en otras partes del mundo es muy deficiente, fundamentalmente en regiones tropicales.

En cuanto al consumo, se ha determinado que las propiedades de sabor, textura y procesamiento de los alimentos provenientes de OGM's es menor en comparación con los obtenidos por variedades tradicionales.

El desplazamiento de la diversidad local por las variedades modificadas genéticamente ha arrasado con muchas especies provocando un desequilibrio en los ecosistemas. Las plagas se han hecho más resistentes al adaptarse a los insumos químicos y a la autodefensa de los OGM's.<sup>20</sup>

Tanto la Revolución Verde como la Biotecnología han enfrentado contradicciones entre los objetivos primarios trazados (incremento de la productividad y sustentabilidad, reducción de la pobreza y fomento del

---

<sup>20</sup> Joseph Cooper, et. al., "Agricultural Biodiversity and Biotechnology in economic development", EUA, Springer Science & Business Media, 2005, pág. 58.

desarrollo, mejora de la conservación de la diversidad genética, etc.) y los impactos reales generados.

Los resultados muestran incrementos parciales en la productividad que han ido decreciendo por el desgaste del suelo y los recursos naturales<sup>21</sup>; la brecha entre los sectores agrícolas de menor escala con respecto a los grandes productores, cada día es mayor derivando en desocupación de los campesinos y reducción en las áreas de cultivo de calidad. Actualmente, existe un acaparamiento de la tenencia de las tierras productivas que se encuentran en posesión de los grandes productores capaces de adquirir tecnología de punta.

La consigna de promover el desarrollo en los sectores que más favorecieran a las regiones de bajos recursos se ha transformado nuevamente a un esquema marcado por las demandas propias de los mercados e intereses particulares.

Las innovaciones tecnológicas en afán de maximizar los rendimientos obtenidos durante cada cosecha, han generado una sobreexplotación de los recursos naturales, ajena a un concepto real de sustentabilidad. Con la Biotecnología se da una solución coyuntural sobre la protección de la biodiversidad, al proteger ejemplares de algunas variedades tradicionales. Empero, el balance real está marcado por el grave deterioro ambiental provocado durante el último medio siglo.

Es indispensable explorar nuevos planteamientos para lograr erradicar los problemas que aquejan a la sociedad, que siguen siendo los mismos: seguridad alimentaria, protección del medio ambiente, desarrollo económico y por ende mejores condiciones de vida para la gente de escasos recursos (situación que prevalece en la mayor parte de la población mundial); sin embargo, es preciso buscar medios distintos para lograr dichos fines.

---

<sup>21</sup> En el periodo de 1960 al 2000 se estima que cerca de  $\frac{3}{4}$  partes de la diversidad genética de variedades agrícolas se han perdido. Los niveles de erosión e infertilidad del suelo han reducido los espacios de cultivo reduciendo los volúmenes de producción.

## 1.2 La Agricultura Orgánica

### 1.2.1 Antecedentes del movimiento orgánico

Paralelamente al boom tecnológico registrado en las últimas cinco décadas, se distinguió un movimiento basado en el interés por preservar los recursos naturales y el apego al campo: un estilo de vida en comunión con la naturaleza donde las prácticas de obtención de alimentos mantuvieran ese concepto holístico<sup>22</sup>.

<sup>23</sup> Cuadro 1: Antecedentes de los principales fundamentos de la Agricultura Orgánica			
	Precursor	Concepto	Publicación / aportación
Inglaterra	Alber Howard (1873-1947)	Desarrollo de sistemas de producción en la India sin ayuda de insumos externos. Considerado el padre del compostaje moderno.	“Testamento agrícola” (1940)
	Eve Balfour (1899-1990)	Promueve que la salud del suelo y la del hombre son inseparables. Cofundadora de la organización internacional Soil Association	“The living Soil” (1943)
Alemania	Rudolf Steiner (1861-1925)	Promoción de una agricultura basada en el uso de las fuerzas energéticas de los seres vivos y sus interacciones con el medio.	Agricultura biodinámica (1924)
Japón	Mokichi Okada (1882-1955)	Promueve que la armonía y la prosperidad humana y de los seres vivos pueden ser alcanzadas preservando los	Sistema de Agricultura Natural (1930-1940)

<sup>22</sup> El movimiento holístico contempla a la naturaleza como un conjunto de elementos funcionales que operan bajo la autorregulación. El ser humano al ser parte de ese sistema debe de interactuar interviniendo lo menos posible en estos mecanismos naturales a diferencia del paradigma dominante dentro de las Revoluciones verde y biotecnológica donde se buscaba el control del entorno natural. Nicolas Lampkin, *Agricultura Ecológica*, España, Ediciones Mundi-Prensa, 2001, p.5.

<sup>23</sup> Elaboración propia con base en: Gabriela Soto, Reinhold Muschler, “Génesis, fundamentos y situación actual de la Agricultura Orgánica”, *Manejo Integrado de Plagas y Agroecología*, núm. 62, Sección “Agricultura Orgánica”, Costa Rica, Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza, 2001, pp. 101-105, Dirección URL: <http://web.catie.ac.cr/informacion/rmip/rev62/101-105.pdf>.

		ecosistemas.	
Estados Unidos	Rachel Carson (1907-1964)	Manifiesta los efectos perjudiciales en el medio ambiente causados por el uso desmedido de pesticidas	“La Primavera Silenciosa” (1961)

Múltiples posturas criticaban el uso indiscriminado de la tecnología, ya que ésta generaba consecuencias ambientales, económicas y sociales de gran impacto. Dentro de estos movimientos destaca el surgido a finales del siglo XIX en Alemania denominado “Reforma de Vida” el cual postulaba el regreso al campo en una forma natural de autoconsumo y crítica al deterioro ambiental creciente, producto de la sociedad industrial, siendo este uno de los primeros antecedentes de la Agricultura Orgánica.

Promovía el empleo de técnicas de cultivo producto de tradiciones milenarias de Medio Oriente, haciendo uso responsable de los recursos naturales, una alimentación sana y ajena al devenir urbano. Al inicio fue un movimiento altamente radical que fue evolucionando de forma que esta práctica de agricultura natural se incorporara dentro de la modernidad.

En 1928 se funda la “Asociación de la Agricultura y Colonización Natural” donde se conjunta el conocimiento que se poseía en este momento; era un foro donde científicos agrarios, encabezados por Rudolf Steiner en coordinación con comerciantes de estos productos elaboraron las primeras normas de manejo biodinámico y un sello de calidad, surgiendo para esta labor la organización Demeter Bund.<sup>24</sup>

Por la forma de articulación del movimiento biodinámico al desarrollar normas de producción y control, mecanismos de evaluación y un sello de identificación para estos productos y a la organización Demeter Bund pueden establecerse como los antecedentes más cercanos al funcionamiento de la actual agricultura

---

<sup>24</sup> Vogt G. “Origen y desarrollo de la Agricultura Ecológica, SÖL. Bad Dürkheim, 2000, Págs. 24-40.

orgánica y al primer organismo de certificación para un tipo de producción agrícola sustentable.<sup>25</sup>

Entre 1950 y 1975 se da la articulación de las aportaciones de diversos científicos y productores con prácticas sustentables en la generación de productos saludables que ya habían desarrollado un incipiente mercado de los mismos a través de la venta directa a los consumidores, consolidándose formalmente el concepto de Agricultura Orgánica.<sup>26</sup>

La Agricultura Orgánica surge como una alternativa a la Revolución Verde al basarse en el uso sustentable<sup>27</sup> de los recursos y un “sistema de producción holístico”<sup>28</sup> que excluye el uso de fertilizantes sintéticos, pesticidas convencionales, reguladores de crecimiento etc.; a su vez, compagina los conocimientos adquiridos de técnicas ancestrales (composta, rotación de cultivos, etc.) con tecnología favorable al medio ambiente.<sup>29</sup>

Este modelo agrícola propone a su vez la reivindicación del campo mediante prácticas agrícolas que favorezcan la preservación de los recursos naturales y la recuperación de aquellos suelos erosionados, la reincorporación de la mano de obra agrícola de los pequeños productores y el pago justo por su trabajo así como la generación de alimentos más saludables libres de agentes químicos nocivos para la salud.

En la década de 1960, comienza a promoverse en Europa como una nueva corriente, extendiéndose posteriormente en Estados Unidos, Oceanía, Asia,

---

<sup>25</sup> Para mayor información sobre Demeter Bund consúltese <http://www.demeter.net/>.

<sup>26</sup> El término “agricultura orgánica” puede citarse también como “agricultura ecológica o biológica”. Para fines de este trabajo se emplearán las denominaciones orgánica y ecológica por ser los calificativos empleados en México en el primer caso y el segundo en la referencia de Alemania acorde las legislaciones nacionales de ambos países.

<sup>27</sup> Entendiéndose el concepto de sustentabilidad como la satisfacción de necesidades presentes sin comprometer las expectativas de generaciones futuras.

<sup>28</sup> Nicolas Lampkin, op. cit., pág. 5

<sup>29</sup> Yolanda Trápaga, Felipe Torres; *El Mercado Internacional de la Agricultura Orgánica*. Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, México, 1994, Pág. 86.

África y América Latina, donde se ha ido consolidando a partir de 1980 una oferta y demanda crecientes de productos orgánicos.

Bajo este contexto, en 1972 representantes de diversas asociaciones de productores orgánicos, ante la necesidad de una institución que homologara conceptos, mecanismos de producción y comercialización, crearon la Federación Internacional de los Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM) con el fin de impulsar la divulgación de la agricultura ecológica en todo el mundo, disponer de un foro internacional para el intercambio de experiencias y representar los movimientos orgánicos ante instituciones internacionales, empleándose oficialmente la denominación de “Agricultura Orgánica” en todo el mundo.<sup>30</sup>

### 1.2.2 Generalidades de la Agricultura Orgánica

#### a) Definición

La multiplicidad de ámbitos que son abordados dentro de la filosofía del movimiento orgánico (impacto social, técnicas de producción, sustentabilidad e inocuidad, entre otros) ha hecho compleja la labor de elaborar una definición de Agricultura Orgánica, dando pie a que varios países y una multitud de organizaciones de certificación privadas desarrollen sus propias definiciones.

Dentro de las más importantes pueden señalarse las promovidas por la FAO, la Comunidad Europea y finalmente la definición creada por la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM), principal organización internacional creada ante la exigencia de una coherencia y unificación en los conceptos y la práctica de este tipo de agricultura.

La FAO, a través del *Codex Alimentarius* establece que la Agricultura Orgánica “es un sistema holístico de gestión de la producción que fomenta y mejora la salud del agroecosistema, y en particular la biodiversidad, los ciclos biológicos, y la actividad biológica del suelo. Hace hincapié en el empleo de prácticas de

---

<sup>30</sup>Vogt G., op. cit. págs. 40-59.

gestión prefiriéndolas respecto al empleo de insumos externos, teniendo en cuenta que las condiciones regionales requerirán sistemas adaptados localmente. Esto se consigue empleando, siempre que sea posible, métodos culturales, biológicos y mecánicos, en contraposición al uso de materiales sintéticos, para cumplir cada función específica dentro del sistema”.<sup>31</sup>

La Comunidad Europea define a la Agricultura Orgánica como “un método de producción ecológica que implica importantes restricciones en la utilización de fertilizantes o pesticidas que puedan tener efectos desfavorables para el medio ambiente y dar lugar a la presencia de residuos en los productos agrarios, prácticas de cultivo variadas y un aporte limitado de abonos no químicos y poco solubles”<sup>32</sup>

Por otro lado, siendo IFOAM la institución con mayor reconocimiento en este ámbito, tras años de un arduo debate sostenido entre todos los involucrados, elaboró la definición más sólida que existe estableciendo que la Agricultura Orgánica es:

*“Un sistema de producción que sustenta la salud del suelo, ecosistemas y gente. Depende de los procesos ecológicos, biodiversidad y los ciclos adaptados a las condiciones locales, en lugar del uso de insumos con efectos adversos. La agricultura orgánica combina tradición, innovación y ciencia para beneficio del ambiente compartido y promueve relaciones justas y buena calidad de vida para todos los involucrados”.*<sup>33</sup>

De esta definición se desprenden los principios de Salud, Ecología, Justicia y Precaución que caracterizan al movimiento orgánico en todo el mundo, preceptos basados en los medios y fines perseguidos en esta forma de

---

<sup>31</sup> Comisión del Codex Alimentarius, “Directrices para la producción, elaboración, etiquetado y comercialización de alimentos producidos orgánicamente” documento GL 32-1999, Italia, 1999, p. 3.

<sup>32</sup> Diario Oficial de las Comunidades Europeas, “Reglamento CEE No. 2092/91 Sobre la Producción Agrícola Ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios”, 1991, p. 3 y 4

<sup>33</sup> Definición de IFOAM

agricultura. A su vez, estos principios conducen el desarrollo de posiciones, programas y normas creadas al interior de IFOAM y su implementación futura por los gobiernos e instituciones comprometidos con este movimiento.

b) El principio de Salud

Este principio sostiene que la salud de los individuos y las comunidades no puede ser separada de la salud de los ecosistemas ya que existe una relación simbiótica. El perjuicio de una de las entidades de esta relación se traduce en daños para el resto, por lo cuál es fundamental preservar el equilibrio.

El objetivo primigenio de la agricultura orgánica, ya sea en la producción, transformación, distribución o consumo, es el de mantener y mejorar la salud de los ecosistemas y organismos. En particular, tiene la finalidad de producir alimentos nutritivos de alta calidad que promuevan un cuidado preventivo de la salud y del bienestar por lo cual debe evitarse el uso de fertilizantes, plaguicidas, productos veterinarios y aditivos en alimentos que puedan ocasionar efectos negativos en la salud.

c) El principio de Ecología

Los sistemas de agricultura orgánica, pastoreo y aprovechamiento de productos silvestres, al desarrollarse dentro de los ecosistemas, deben de realizarse en estricto apego a los ciclos naturales para evitar, en la medida de lo posible, las alteraciones dentro de los hábitats y su biodiversidad. Para ello el manejo orgánico debe gestionarse acorde a las condiciones sustentables, culturales y de desarrollo específicas de una región determinada.

La reutilización de los insumos mediante el reciclaje y manejo eficiente de materiales y energía debe de ser implementado por los agentes que intervienen en esta actividad económica (productores, procesadores, comercializadores y consumidores) para mantener y mejorar la calidad ambiental y la conservación de los recursos.

#### d) El principio de Justicia

La agricultura orgánica está caracterizada por promover la igualdad, el respeto y la justicia tanto entre humanos como en su interacción con el ambiente. Las relaciones humanas deben de conducirse asegurando la justicia en todos los niveles, particularmente entre los agentes involucrados proporcionando una buena calidad de vida al favorecer la reducción de los niveles de pobreza y contribuir a la soberanía alimentaria mediante una producción suficiente de alimentos de calidad.

También se debe de otorgar a los animales las condiciones de vida acordes a un estado de bienestar que responda a las necesidades propias de la especie. Los recursos naturales y ambientales deben emplearse dentro de la producción y el consumo bajo un manejo sustentable para preservar los recursos de generaciones futuras.

La equidad requiere de sistemas de producción, distribución y comercio abiertos y justos que tomen en cuenta los verdaderos costos ambientales y sociales que bajo el esquema convencional no son considerados como rubros dentro de los costos de producción.

#### e) El principio de Precaución

Este principio establece que dentro de la agricultura orgánica la precaución y la responsabilidad son elementos clave en la gestión, desarrollo y elección de tecnologías empleadas para incrementar la eficiencia y la productividad siempre que no comprometan la salud y el bienestar.

La ciencia es necesaria para asegurar que la agricultura orgánica sea saludable, segura y ecológicamente responsable; está compaginada con la experiencia práctica, la sabiduría acumulada y el conocimiento local y tradicional, que ofrecen soluciones a los problemas que implica la supresión de insumos sintéticos en casos como control de plagas, maleza, etc.

La agricultura orgánica debe prevenir riesgos importantes adoptando tecnologías apropiadas y rechazando aquellas que causen perjuicios a la salud o al ecosistema. Las decisiones deben reflejar los valores y las necesidades de todos los posibles afectados a través de procesos transparentes y participativos.

Actualmente, la filosofía del movimiento orgánico se encuentra plenamente consolidada, promoviendo una expansión sostenida del manejo orgánico en todo el mundo.

### 1.2.3 Características de la Agricultura Orgánica: Directrices de Producción y Procesamiento Orgánicos

La agricultura orgánica tiene como objetivo la obtención de alimentos más sanos a través de un proceso que elimine la utilización de pesticidas, fungicidas, fertilizantes o sustancias químicas y otras sustancias que dañan o pueden dañar la naturaleza, especies vegetales o animales, el medio ambiente y /o que generen residuos tóxicos; y que posean, asimismo, alto contenido nutrimental, mediante el aprovechamiento racional de los recursos naturales, calidad superior en comparación con los alimentos convencionales, generación de trabajo y mejora de la calidad de vida de la gente que habita en el campo. Con esas características, se propician productos diferenciados que constituyen un nuevo nicho de mercado.

El concepto de “orgánico”, además de la referencia inmediata a términos como sustentabilidad, justicia social, salud, calidad, etc., denota una serie de requisitos y características en cuanto a las propiedades específicas del producto. En el caso de los productos agrícolas, remiten a un manejo cuidadoso a lo largo de la cosecha o transformación, avalado bajo un proceso de certificación y etiquetado meticuloso de los mismos.

Estas exigencias surgen con la finalidad de dar certeza a los consumidores y a los productores; en el primer caso, de que los productos que adquieren

realmente han sido obtenidos bajo un manejo orgánico; en el segundo, de justificar el pago justo o “sobreprecio” por sus productos.

Por tal razón, diversos organismos como la Comisión del Codex Alimentarius (FAO) y entidades gubernamentales de todo el orbe, en coordinación con IFOAM, han establecido una serie de prácticas comunes, obligatorias, que se deben seguir para avalar la legitimidad de la producción orgánica.

Algunos de los ámbitos y prácticas obligatorias de los estándares básicos de producción y procesamiento orgánicos<sup>34</sup> son:

A nivel Ecosistema: Se debe de procurar la conservación del ambiente por lo cuál cualquier actividad agrícola o ganadera tiene prohibida la destrucción de medios naturales para obtener mayores áreas de cultivo o pastoreo.

A nivel de Conservación del Suelo y Agua: Se debe de emplear uso racional del recurso hídrico aprovechando tanto las condiciones climáticas de la región y el uso de flora o microorganismos que favorezcan la retención de agua. Debe evitarse cualquier contaminación de mantos acuíferos cuando se haga uso de guanos, herbicidas, pesticidas o cualquier sustancia que se emplee en la actividad. También se debe controlar el manejo del suelo para evitar un proceso de erosión, salinización, pérdida de nutrientes o toda práctica en miras de incrementar la producción excediendo la capacidad del suelo. Asimismo, esta excluido el manejo de cultivos intensivos, quema de vegetación para preparación de suelos, etc. por ser altamente desgastantes para el suelo. Para ello, se deben de implementar técnicas como rotación de cultivos que restablezcan, en la medida de lo posible, las condiciones del suelo a su forma previa al uso agrícola.

Uso de Ingeniería Genética: El uso de organismos genéticamente modificados esta estrictamente prohibido en las prácticas orgánicas, así como todo insumo

---

<sup>34</sup> IFOAM, Normas de IFOAM para producción y procesamiento de orgánicos, Alemania, 2007, Págs.15-28.

agrícola o ganadero con esa misma tecnología, o que intente modificar las condiciones naturales de los suelos o animales (vacunas, hormonas, etc.).

Conversión de cultivos convencionales. En el caso de cambiar la forma de manejo arable del modo convencional a las prácticas orgánicas, se deberá establecer un *periodo de conversión*, en el cual se modifiquen los patrones empleados en la agricultura convencional, permitiendo la restauración paulatina del suelo, balance del ecosistema, así como la eliminación de los residuos producto del uso de sustancias prohibidas. El tiempo dependerá de los ciclos naturales particulares de cada especie a cosecharse. Empero, se determina un periodo entre 18 a 36 meses a partir de la fecha en que se suspendió el uso de insumos convencionales.

Producción vegetal: La especies deben ser seleccionadas acorde a las condiciones climatológicas y su adaptabilidad a éstas, resistencia a plagas, condiciones de riego, etc. Se permite el uso de abonos verdes, leguminosas y plantas de raíces profundas para favorecer a un mejor crecimiento de los productos agrícolas y una preservación de nutrientes del suelo.

Fertilidad del suelo y fertilización: Cualquier insumo que se aplique para mantener o mejorar los nutrientes del suelo deberán de estar en concordancia con la protección del ambiente. Por tal motivo, existe una lista rigurosa<sup>35</sup> de aquellas sustancias que son permitidas dentro del manejo orgánico. “La fertilidad del suelo se mantiene y mejora mediante un sistema que optimiza la actividad biológica del suelo así como su naturaleza física y mineral, como medio para proporcionar un suministro equilibrado de nutrientes para la vida animal y vegetal y conservar los recursos del suelo”.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Las sustancias permitidas dentro del manejo orgánico están contenidas en los anexos de las normas de IFOAM, el Codex Alimentarius y las legislaciones nacionales. Para el caso de la Unión Europea se encuentran en el Reglamento 834/2007 y 889/2008 sobre la producción orgánica.

<sup>36</sup> CODEX ALIMENTARIUS, “Directrices para la Producción, Elaboración, Etiquetado y Comercialización de Alimentos Producidos Orgánicamente”, FAO, Italia, 2007, Pág. 6. Disponible en versión electrónica en <http://www.codexalimentarius.net>, [consulta: 15 mayo de 2010].

Manejo de enfermedades, plagas y maleza: La selección de especies de cultivo depende en gran medida de su resistencia natural a los depredadores de la región. Aunado a lo anterior, algunos de los mecanismos empleados para el control de plagas son la promoción de hábitats<sup>37</sup> de los depredadores naturales (animales, aves, roedores o insectos) de las plagas o malezas de la región (alelopatía, plantas acompañantes, plantas repelentes, plantas trampa). También puede emplearse rotación de cultivos, control mecánico a través del uso de ciertas trampas, barreras, luz o sonido; *insumos orgánicos* o alguna de las sustancias descritas en los anexos de las diversas regulaciones de producción orgánica.

El uso de los procedimientos anteriores condiciona en gran medida la obtención de *sellos de certificación orgánica*, los cuales validan el origen orgánico de los productos bajo el respaldo de un *organismo de certificación*, facilitando su comercialización en los mercados internacionales.

#### 1.2.4 Certificación y Normatividad Orgánica a Nivel Internacional

La comercialización de los productos orgánicos se efectuaba inicialmente en las propias granjas o parcelas de donde provenían los productos, existiendo una relación de confianza entre consumidores y productores al constatar físicamente el origen de sus productos.

Ante la creciente demanda de productos orgánicos, se ha generado una expansión de los canales de distribución, fundamentalmente por el abastecimiento en las zonas urbanas o lugares lejanos a los puntos de origen de los productos, que se ha traducido en una incertidumbre para el consumidor respecto al tipo de alimentos que consumen<sup>38</sup>.

---

<sup>37</sup> Para esto se provee de zonas adecuadas para anidación, cercos y plantación de zonas arbóreas que atraigan a los animales o insectos deseados. Cabe recalcar que esto está condicionado a especies de la misma región, evitando a toda costa la introducción de algún organismo ajeno que pueda quebrantar el equilibrio ecológico en el ecosistema.

<sup>38</sup> El sobreprecio de los productos orgánicos en comparación con sus símiles convencionales, hace atractiva la oferta fraudulenta de productos convencionales, como si hubiesen sido obtenidos ecológicamente, al no tenerse un control adecuado de los productos orgánicos.

La certificación y normatividad orgánica surgen como respuesta ante esa necesidad, avalando la calidad de los productos orgánicos en los mercados internacionales, evitando así cualquier operación fraudulenta hacia el consumidor.

La certificación puede definirse como *“el procedimiento por el cual, una tercera parte asegura por escrito, qué procesos claramente identificados han sido metodológicamente evaluados, de tal manera de entregar la confianza necesaria, de que los productos identificados cumplen con los requisitos especificados”*<sup>39</sup>.

Estados Unidos, Japón y la Unión Europea, siendo los países pioneros del manejo orgánico, son claro ejemplo de un entramado congruente entre el crecimiento de su producción orgánica y el desarrollo de una normatividad e instrumentos que den observancia del cumplimiento de la misma. En el caso de México, existen incipientes marcos normativos y de certificación para la producción orgánica.<sup>40</sup>

Por lo anterior, la legislación y la certificación en materia orgánica imperante a nivel internacional responden en gran medida a las necesidades, experiencias y exigencias de los gobiernos de estos países coadyuvando con el sector privado y organizaciones internacionales como IFOAM.

a) Principales normativas para la Producción Orgánica y Acreditación de las agencias de certificación en el mundo

Las normas internacionales compilan los estándares y prácticas mínimas para la producción y manejo orgánico, requisitos de etiquetado y empaque, así como el procedimiento para la certificación orgánica. Igualmente, definen los

---

<sup>39</sup> IFOAM, op. cit., Pág. 81.

<sup>40</sup> Para mayor información véase Capítulo 3.

mecanismos para la acreditación de las agencias certificadoras que otorgan dichos certificados.

Es importante destacar que, en un principio, el establecimiento de reglamentaciones sin la demostración previa y detallada de los certificadoras, propició la proliferación de diversos organismos de certificación que establecían sus propios lineamientos o se basaban únicamente en la normatividad del país donde se ubicaban, trayendo consigo un sin número de marcas de certificación cuya validez era limitada. Paulatinamente, esto se ha ido reduciendo al instaurarse estándares y normas más homogéneas a nivel de países, y la consolidación de marcas o sellos de certificación de reconocimiento internacional.

Acorde con datos publicados por IFOAM, actualmente 86 países cuentan con algún tipo de regulación para la producción orgánica, destacando:<sup>41</sup>

#### Unión Europea

- Reglamento CEE 2092 / 91 “sobre la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios” (derogado en 2007)
- Reglamento CE No. 834 / 2007 “sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos y por el que se deroga el Reglamento CEE 2092 / 91”. (Vigente a partir del 1º enero de 2009)
- Reglamento CE No. 889 / 2008 “por el que se establecen disposiciones de aplicación el Reglamento 834 / 2007 del Consejo sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, con respecto a la producción ecológica, su etiquetado y su control”. (Vigente a partir de 2009)

#### Norteamérica

- Ley de Producción de Alimentos Orgánicos de 1990, Estados Unidos (enmienda 2005).
- Reglamento NOP- USDA “Programa Nacional Orgánico - Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de Norteamérica”

---

<sup>41</sup> Para mayor información sobre el contenido de las diversas normas, véase ANEXO 1 al final del capítulo.

- Reglamentación del Consejo de Apelaciones Agroalimentarias de Québec, Canadá
- Ley de Producción Orgánica, México, 2006 <sup>42</sup>
- Reglamento de la Ley de Producción Orgánica, México, 2010 <sup>43</sup>

#### Otras

- Reglamento JAS de Japón
- Estándar y reglamento para la producción orgánica nacional de China, 2005-2012.
- Norma BIOSUISSE para mercado suizo
- Codex Alimentarius: “Directrices para la Producción, Elaboración, Etiquetado y Comercialización de Alimentos Producidos Orgánicamente
- Normas de IFOAM para producción y procesamiento de orgánicos

Cabe resaltar, que las autoridades han dado especial énfasis en el establecimiento de lineamientos claros para dar certidumbre al desempeño de las agencias de certificación. El Foro de Acreditación Internacional, IAF<sup>44</sup> por sus siglas en inglés, se encarga de vigilar el desempeño de los organismos de certificación a nivel internacional, en la calificación en la calidad de sistemas, producción, servicios o personal. Para el caso de agencias de certificación de productos orgánicos se opera bajo los estándares de calidad de la Guía ISO/IEC – 65 o equivalentes como el caso de la EN 45011 para Estados Unidos.

La Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica también ha creado un sistema de acreditación para agencias llamado “Servicio de Acreditación Orgánica Internacional”<sup>45</sup>, el cuál maneja los estándares apeados

<sup>42</sup> La Ley de Producción Orgánica fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 7 de febrero de 2006.

<sup>43</sup> Publicado el 1 de abril de 2010 en el Diario Oficial de la Federación.

<sup>44</sup> Información obtenida del sitio electrónico oficial del Foro de Acreditación Internacional, <http://www.iaf.nu/>, [consulta: 20 de mayo de 2010].

<sup>45</sup> En esta instancia están acreditadas 53 agencias certificadoras, 14 europeas, 14 localizadas en la región Asia-Pacífico, 7 en Estados Unidos, 10 en Latinoamérica, 4 en Medio Oriente y 4 en África, con operaciones en 75 países y un registro de 150 000 productores orgánicos. Datos obtenidos del sitio electrónico oficial del Servicio de Acreditación Orgánica Internacional. <http://www.ioas.org/>. [consulta: 26 de marzo de 2013].

a las legislaciones más importantes, ya sean privadas o públicas, en el rubro orgánico. Esto respalda el Sistema de Garantía Orgánica de IFOAM, el cuál, debido a que se conduce bajo estándares de rigurosa evaluación, ha desarrollando una validez internacional equiparable a la instancia de IAF.

Alterna a estas opciones de evaluación internacional, se contemplan mecanismos nacionales de acreditación bajo listas de registro de agencias de certificación en las cuales, una vez cubierto el proceso de acreditación ante la autoridad nacional<sup>46</sup>, se avala la labor de operación de éstas. Cabe resaltar que dicha validez será de alcance limitado ya sea de aplicación nacional o regional, dependiendo de la confiabilidad del marco normativo que opere en un país dado.

#### b) Principales Tipos de Certificación Local e Internacional de Productos Orgánicos

El mercado de productos orgánicos, dependiendo del punto de venta, ya sea local, regional o internacional, exige niveles de garantía de que los productos han sido obtenidos orgánicamente; certeza avalada por la expedición de un certificado de manejo orgánico emitido por las agencias autorizadas.

La certificación eleva considerablemente los costos,<sup>47</sup> impactando en el margen de ganancia del productor, por lo cual, se han desarrollado diversos mecanismos de certificación: para aquellos productos que se comercializan en mercados locales donde el sello de certificación no es necesario; y aquellos productos destinados para exportación, donde el certificado y sellos avalados por una

---

<sup>46</sup> Las principales entidades públicas de acreditación son: El Sistema de Acreditación Alemán, DakKS, los Sistemas operados bajo el Programa Nacional Orgánico de Estados Unidos y las Normas JAS de Japón,

<sup>47</sup> Dependiendo del organismo de certificación dependerá el monto de la certificación, empero, dependiendo del volumen de la producción, tamaño de la empresa y la eficiencia de la agencia certificadora pueden ser costos equiparables hasta el cinco por ciento del valor de las ventas. El monto estimado para operaciones oscila entre 400 y 1500 USD. Datos obtenidos de la ponencia "Guía para la estimación de costos de certificación orgánica en México" presentada en el Taller de Inducción a la Operación Orgánica realizada en la Universidad Autónoma Chapingo por Homero Blas Bustamante, presidente de la Sociedad Mexicana de Producción Orgánica, SOMEXPRO.

agencia certificadora son obligatorios. Desde luego, el precio del producto suele diferir entre los productos certificados y los que no lo son.

De tal suerte, dependiendo de la instancia de acreditación, cobertura del certificado y nicho de mercado, pueden distinguirse dos tipos de certificación de productos orgánicos:<sup>48</sup>

1) Certificación participativa: Los propietarios de pequeñas parcelas, al no contar con la capacidad monetaria para la certificación, y por ende al no poder justificar el sobreprecio por concepto de la producción orgánica, se ven obligados a vender sus productos como si fueran de procedencia convencional. Para evitar dicha situación, se crearon instancias locales donde se determine el origen orgánico de sus productos y así favorecer al agricultor a obtener una mejor remuneración.

Esta certificación la realiza un comité de certificación integrado por productores, consumidores y representantes de alguna institución vinculada con la agricultura orgánica (instituciones educativas o especializadas en la materia). Los costos por gestión son simbólicos aunque la cobertura del certificado es limitada y únicamente válida dentro de las redes creadas por las partes involucradas. Dependiendo del alcance de las instituciones que conformen al comité, los productos son destinados fundamentalmente a mercados locales o regionales que estén adscritos dentro del comité.

Este tipo de certificación es contemplada dentro de normas internacionales como las de IFOAM, así como algunas de las principales legislaciones orgánicas nacionales como es el caso de Estados Unidos, Brasil, Bolivia, Costa Rica, Perú, Uruguay, India, entre otros.

---

<sup>48</sup> Los tipos de clasificación presentados fueron elaborados a partir de la ponencia “Introducción al sistema de producción orgánica: principios básicos, producción, transformación, certificación y comercialización” presentada en el Taller de Inducción a la Operación Orgánica por el M.C. Lucino Sosa Maldonado

En México, esta certificación hasta ahora ha sido promovida por la Red Mexicana de Mercados y Tianguis Orgánicos<sup>49</sup>, en cooperación con la Sociedad Mexicana de Producción Orgánica (SOMEXPRO), instancias de investigación como la Universidad Autónoma Chapingo y productores locales. Cabe destacar, que tanto la Ley como el Reglamento de Producción Orgánica contemplan este esquema el cuál operará bajo observancia de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, creando un marco jurídico para este esquema. Con esta normativa se espera un trabajo conjunto entre la Red existente y las instancias gubernamentales, favoreciendo el fortalecimiento de este sistema de certificación, y de este modo, proporcionar mayores alternativas a los pequeños productores.

2) Certificación ejercida por agencias o certificación externa: Esta certificación es la que prolifera al estar contemplada en toda la normativa internacional, basada en una certificación e inspecciones anuales, visitas repentinas y control de inventarios de los productos orgánicos. Los comités encargados de la certificación, excluyen a productores y consumidores, conformándose enteramente por especialistas en producción y manejo orgánico. La gestión representa costos considerables dependiendo del agente de certificación al que se acuda<sup>50</sup>, sin embargo la cobertura de los certificados es amplia al ser instituciones de validez internacional, permitiendo al productor la exportación de sus productos o la venta en el mercado local en cualquier punto de distribución.

---

<sup>49</sup> La Red está conformada por 20 mercados distribuidos a lo largo de la República Mexicana donde participan cerca de 1136 integrantes; además, es uno de los ocho miembros mexicanos adscritos a IFOAM. La Red Mexicana ha establecido nexos con Instituciones de Educación, Organización de productores e Instancias gubernamentales.

<sup>50</sup> Los costos de la certificación pueden estar influidos por la fluctuación del tipo de cambio del Dólar Americano o del Euro al ser agencias extranjeras las encargadas de las certificaciones. Los rubros que generan gastos en la gestión derivan de: inspección, honorarios, toma de muestras, viáticos de los inspectores, gastos administrativos y el uso del sello de la agencia certificadora por mencionar algunos.

**Cuadro 2 Tipos de Certificación Orgánica.**

Tipo de Certificación	Gestoría	Costos	Mercado	Validez	Marco Regulatorio	Sello de identificación
<b>Certificación Participativa</b>	Mecanismo simplificado que ahorra tiempo en papeleo.	Costos de gestión muy bajos	Mercado limitado a las redes creadas por esta instancia	De carácter nacional o local.  Aplicado en Argentina, Brasil, España, etc. México planea su aplicación.	Generalmente se adoptan lineamientos de control propios o adecuados a las normas nacionales	En muchos casos no hay una marca determinada.  Los puntos de venta dan la certeza del origen del producto.
<b>Certificación Privada</b> (ejercida por agencias nacionales o certificación externa)	Tramitología compleja, dependiendo del tipo de agencia certificadora.	Altos costos de gestión.  Pago de derechos por uso de sello	Accesibilidad en cualquier nicho de mercado, nacional o de exportación.	Reconocimiento internacional.	Operan bajo reglas con armonización internacional	Uso sello de certificación de fácil identificación

**Fuente:** Elaboración propia con base en: M.C. Lucino Sosa Maldonado, "Introducción al sistema de producción orgánica: principios básicos, producción, transformación, certificación y comercialización", Ponencia presentada en el *Taller de Inducción a la Operación Orgánica*, Universidad Autónoma Chapingo, 22 - 25 de Septiembre de 2009.

Independientemente del tipo de certificación al que se remita, ambas tienen procedimientos similares, pues sustentan sus operaciones bajo estricta vigilancia de que efectivamente se ejerza un manejo orgánico adecuado.

Los principales procedimientos a seguir por las agencias certificadoras son:

- Solicitud de la certificación por escrito
- Elaboración de costos de inspección
- Firma de contrato y costos de inspección
- Pago de los costos acordados
- Encargo de inspección para el inspector asignado
- Realización de la inspección en campo
- Elaboración del reporte de inspección
- Envío del informe de inspección a la oficina de la agencia de certificación
- Dictaminación del informe de inspección por el personal de certificación

- Emisión del **certificado**<sup>51</sup>
- Apelación de la decisión tomada por el comité, en caso de resultado desfavorable.<sup>52</sup>

Paralelamente, algunos de los requisitos que las agencias solicitan al productor y que se evalúan a lo largo del proceso de certificación son: plano de localización de la unidad de producción, plan de manejo (prácticas orgánicas empleadas), bitácoras o registro de las actividades de la huerta, sistema de seguimiento y registros de cosecha, almacenamiento y ventas, entre otros.<sup>53</sup>

La certificación da al productor el derecho de emplear el sello que le otorga la agencia, proporcionándole la seguridad y facilidad para comercializar sus productos en cualquier mercado y obtener el sobreprecio que usualmente se paga por ellos.

#### c) Principales Organismos de Certificación Internacional

Debido a la gran tendencia a certificar los productos existen más de 570 empresas que operan a nivel internacional, según datos de IFOAM, ya sea por certificación directa o bajo el esquema de co-certificación.

La certificación directa es realizada con los recursos propios de las entidades de certificación, mayoritariamente extranjeras. Por su parte, la co-certificación consiste en la elaboración del proceso de certificación entre dos agencias, la primera de prestigio internacional que avala las labores gestionadas por una agencia de ámbito local.

---

<sup>51</sup> Existen diversos tipos de certificado, dependiendo de la extensión de terreno cultivado a certificar y del estatus del productor: productor individual, empresa o grupo de pequeños productores. Datos obtenidos de la ponencia de Homero Blas Bustamante, "Guía para la estimación de costos de certificación orgánica en México" citada con anterioridad.

<sup>52</sup> Reyes Santiago, Taurino, "Experiencias y Retos de la certificación de Productos Orgánicos en México" en México Orgánico. Experiencias, Reflexiones, Propuestas, CIESTAAM-SOMEXPRO-Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos, México, 2007, Pág. 72.

<sup>53</sup> Tovar Gómez Laura, et. al. , Desafíos de la Agricultura Orgánica. Comercialización y Certificación, Mundi-Presa, México, 1999, Pág. 41.

Dentro de las principales empresas certificadoras que operan a nivel internacional destacan: Organic Crop Improvement Association Internacional (OCIA Internacional), Organic Growers & Buyers Association, Organic Verification Organization of North America, Oregon Tilth Certified Organic (OTCO), de Estados Unidos; Naturland, Demeter Bund y Bioland, de Alemania; Soil Association y Organic Farmers and Growers (OFG), de Inglaterra, Institut für Marktökologie, de Suiza, CERTIMEX de México; entre otras.<sup>54</sup>

Las agencias internacionales, en muchos casos, manejan operaciones con altos costos para los productores, que merman el ingreso de éstos. Ante la obligatoriedad de poseer un sello de validez internacional se ha creado una dependencia de las entidades certificadoras extranjeras.

Ante tal situación, la co-certificación es una alternativa para echar mano de aquellos cuerpos de certificación más próximos al lugar donde se le requiera, permitiendo una reducción de los costos a los productores en la obtención de su certificado. La mayoría de las agencias certificadoras en países en vías de desarrollo operan de este modo, en coordinación con las certificadoras más importantes a nivel internacional que no cuentan con centro operativo en gran parte de estos países.

La selección de una agencia de certificación no siempre puede interpretarse como una relación en la cuál los mayores costos de gestión, por ser agencias internacionales, son equivalentes a un mejor servicio.

Un productor debe analizar opciones y desglosar los costos por concepto de gestoría (especialmente cuando se trate de una co-certificación donde la triangulación puede elevar los costos y los trámites), visualizar cuál será el nicho de mercado para determinar si dicha agencia es reconocida en ese sector y, particularmente, tener presente que solicitar la certificación de un área de cultivo no garantiza que ésta vaya a ser otorgada, en caso de no cumplir con los

---

<sup>54</sup> Tovar Gómez Laura, op. cit. Pág. 44. Para mayor información de las agencias de certificación orgánica más importantes a nivel internacional, véase ANEXO 2 al final del capítulo.

requisitos solicitados por la agencia referentes a un correcto manejo orgánico, aún con la cobertura de los honorarios de la agencia.

### 1.3 La Agricultura Orgánica y el Mercado Internacional

#### 1.3.1 Generalidades

##### a) Tipos de Agricultura Orgánica

El proceso de expansión orgánico, que maneja rasgos característicos comunes apegados a los principios de la filosofía orgánica, presenta diferenciaciones en su implementación al existir condiciones desiguales en las diversas regiones.

Estas peculiaridades producto de cuestiones culturales, económicas, sociales, tecnológicas, etc., se han traducido en diversos tipos de agricultura orgánica.

Acorde a lo anterior, pueden destacarse tres tipos de agricultura orgánica<sup>55</sup>:

- **Tipo IFOAM:** Es el tipo de producción imperante en el comercio mundial de productos orgánicos. Esta sustentada bajo estricto apego a estándares definidos (reglas de producción orgánica), procesos de certificación (controles obligatorios) y un sistema de trazabilidad para los productos basado en un sello o logotipo que facilita su distinción respecto a sus símiles convencionales, creando un mercado especializado que da certeza a los consumidores. Es un esquema implementado por agencias de acreditación nacionales, organismos de certificación privados, coordinados por la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica.
- **Tipo Tradicional:** Es el manejo bajo técnicas específicas de la localidad, donde la labranza se sustenta en los conocimientos populares. La producción generalmente es destinada para el autoconsumo o a la venta en mercados locales ya que, al ser desarrollada en pequeñas parcelas familiares, los

---

<sup>55</sup> Esta clasificación toma en cuenta los recursos tecnológicos, apego a regulaciones nacionales e internacionales, certificación, puntos de venta, etc. Basada en la tipología publicada en "Agricultura Orgánica. Mercado Internacional y Propuesta para su desarrollo en México", UACH-CIESTAAM, Serie Reportes de Investigación No.62, Febrero, 2004, Pág. 34.

volúmenes producidos son reducidos. Este tipo de agricultura predomina en los lugares de bajos recursos ya que, al no contarse con los insumos costosos producidos por los avances tecnológicos, la preparación de los cultivos para el manejo orgánico es casi inmediata. La certificación no es necesaria, aunque, en algunos casos, los productos de este tipo de agricultura esta respaldada por la certificación participativa, permitiendo su venta dentro de las redes creadas por la instancia de certificación.

- **Tipo Empresarial:** Corresponde a grandes extensiones de tierra que anteriormente estaban bajo manejo convencional intensivo y que han basado su conversión al manejo orgánico impulsados por la lógica de aprovechar un nuevo sector de mercado con un potencial de mayores ganancias por el precio premium inherente a estos productos. Existe un fuerte debate en torno a este tipo de agricultura ya que se ciñe bajo la idea del cumplimiento de las normas para obtener la certificación y con ello tener acceso al mercado especializado y no con la mística del movimiento orgánico cuyo objetivo es la implementación de un modelo de producción sustentable global.

Respecto a los canales de distribución para productos orgánicos, existen dos tipos:

- **Comercio convencional:** se distingue por basarse en las estructuras prevalecientes donde la intermediación y la sobreoferta reduce en gran medida el ingreso de los productores. El precio responde a una competencia de bajos precios para posicionarse en el mercado.
- **Comercio justo:** es una alternativa al comercio convencional, surgido en la década de 1960, basado en la colaboración entre productores y consumidores. Ofrece a los productores un mejor trato y mejora en los términos de intercambios comerciales. Esto les permite la oportunidad de mejorar sus vidas; a su vez, brinda a los consumidores una poderosa forma de reducir la pobreza a través de

sus compras diarias. Cabe señalar que este tipo de comercio es aplicable tanto en productos convencionales como en los de producción ecológica.<sup>56</sup>

## b) Motivos de la Demanda de Productos Orgánicos

Los alimentos producidos ecológicamente son apreciados por el consumidor por poseer cualidades distintivas respecto a los generados bajo el modelo convencional. Dichas cualidades inciden en sus propiedades físicas, precio, impacto social y ecológico, entre otras. Dentro de las principales características de los productos orgánicos destacan:

- Inocuidad: Los productos orgánicos al estar libres de agentes tóxicos, provenientes de los fertilizantes, herbicidas y pesticidas producidos sintéticamente, no contienen agentes nocivos para la salud humana y animal.
- Calidad organoléptica<sup>57</sup>: Gracias al procedimiento empleado en su labranza y la nula manipulación genética se aprecian propiedades de sabor, olor, apariencia y textura superiores en comparación con los productos convencionales.
- Calidad nutrimental: A diferencia de los productos convencionales, que tras la manipulación genética en gran parte de los casos pierden propiedades nutrimentales, los productos orgánicos presentan valores nutrimentales superiores producto de un proceso de rotación de cultivos e insumos naturales que favorecen a un mejor desarrollo de los cultivos.
- Calidad social: Los productos orgánicos, al estar sujetos a un manejo manual más intenso propicia la generación de empleo en el campo. Los agricultores perciben un ingreso adecuado, óptimo para cubrir sus necesidades. Los consumidores se identifican como promotores de empleo y oportunidades de una vida digna en el campo.

---

<sup>56</sup> En este concepto se profundizará más adelante.

<sup>57</sup> Este término hace referencia a las propiedades físicas de un objeto determinado. Dichas características son apreciadas a través de los sentidos: vista, olfato, gusto, tacto y oído.

- **Sobreprecio:** Los productos orgánicos al requerir sellos de certificación, empleo de mayor mano de obra durante todo el proceso de cosecha y siembra, y al existir una menor oferta, presentan un precio superior en comparación con los productos convencionales. Sin embargo, en muchos casos las variaciones en los precios entre convencionales y orgánicos son ínfimas; el impacto social a futuro, en cuanto a costos, se traduce en una tendencia positiva para el caso de los orgánicos al ser productos saludables y sustentables, cualidades que inciden en una reducción de costos médicos y ambientales aunado a la mejor calidad de los productos orgánicos, generándose una mejor satisfacción del cliente que consume dichos productos.

La demanda de los productos orgánicos ha crecido exponencialmente en la última década gracias a la creciente concientización de la población por los daños colaterales de los productos convencionales, así como la inquietud por una dieta saludable y la preocupación por la protección al medio ambiente y relaciones sociales justas.



### 1.3.2 Tendencia Mundial de la Agricultura Orgánica

Actualmente, la producción agrícola orgánica, también conocida como agricultura ecológica es la rama más dinámica del sector agrícola a nivel mundial. La agricultura orgánica es practicada en más de 162 países, cerca de 37.2 millones de hectáreas son manejadas bajo este método por aproximadamente 1.8 millones de agricultores, registrándose un crecimiento promedio del 14.4 por ciento durante el periodo 2000-2007, previo al escenario de crisis económica.<sup>58</sup>

Si bien el área orgánica sólo constituye el 0.9 por ciento de la superficie agrícola total (5 mil 400 millones de ha aprox.), el movimiento ecológico ha mostrado un incremento positivo de dos dígitos, salvo en el periodo de crisis económica que registró un crecimiento del 7 % en contraste con el crecimiento de la agricultura convencional que se estima en el 2 por ciento. Sin embargo, es importante indicar que en el último bienio se ha generado un proceso de estancamiento en el cual no se ha mostrado crecimiento del área agrícola que se detallará posteriormente.<sup>59</sup>

Según estadística publicada por IFOAM en 2013, Oceanía representa el 33 por ciento del total de tierra orgánica en el mundo, seguida por Europa con 29 por ciento y América Latina con el 18.4 por ciento.

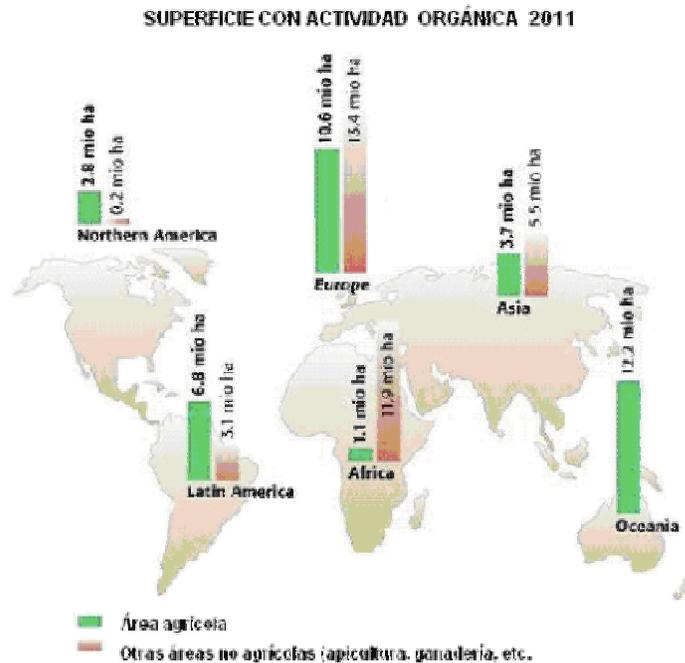
En cuanto a la distribución por países con las superficies orgánicas más importantes destacan Australia con 12 millones de hectáreas, seguido por Argentina con 3.8 millones, Estados Unidos y China con 1.9 millones de hectáreas respectivamente. México produce 366 904 ha. de productos orgánicos y cuenta con 169 570 productores, ubicándose en el vigésimo primer lugar de los

---

<sup>58</sup> Los datos de 2008 arrojaban 35 millones de ha. y 1.4 millones de productores en el mundo. Cabe destacar que la tasa de crecimiento del área orgánica varía por región, con fluctuaciones que oscilan del 10 hasta el 30 por ciento, registrándose en promedio un crecimiento de 11.2 puntos porcentuales durante el periodo 1999-2011.

<sup>59</sup> Helga Willer, et al.; "The World of Organic Agriculture. Statistics and Trends 2013", IFOAM, Alemania, 2013 p. 26

países con mayor extensión y tercera posición mundial en cuanto al número de productores orgánicos.<sup>60</sup>



Fuente: Helga Willer, et al., "The World of Organic Agriculture. Statistics and Trends 2013", IFOAM.

Una tercera parte del área orgánica de cultivo (12 millones de ha.) y más del 80 por ciento de los productores orgánicos (1.5 millones) se localizan en países en vías de desarrollo.<sup>61</sup>

Quienes se han abocado a participar en este mercado, dedican la mayor proporción de su producción a la exportación (aproximadamente un 80 por ciento), ante la oportunidad de desarrollo que representa para sus economías. Argentina, China e India son ejemplo de ello, mostrando los comportamientos de crecimiento más acelerados al incrementar su área de producción bajo manejo orgánico.

<sup>60</sup> Helga Willer, op.cit.p.320

<sup>61</sup> Ibíd., p. 27

**Cuadro 3: Países con mayor área orgánica durante 2011**

	<b>País</b>	<b>Superficie (Ha.)</b>
1	Australia	12,001,724
2	Argentina	3,796,136
3	Estados Unidos	1,948,946
4	China	1,900,000
5	España	1,621,898
6	Italia	1,096,889
7	India	1,084,266
8	Alemania	1,015,626
9	Francia	975,141
10	Uruguay	930,965
11	Canadá	841,216
12	Brasil	687,040
13	Reino Unido	638,528
14	Polonia	609,412
15	Austria	542,553
16	Suecia	480,185
17	Rep. Checa	460,498
18	Turquía	442,582
19	Islas Falkland (Malvinas)	398,806
20	<b>México</b>	<b>366,904</b>
	Resto Mundo (141 Países)	5,406,370
	Total Mundial	37,245,686

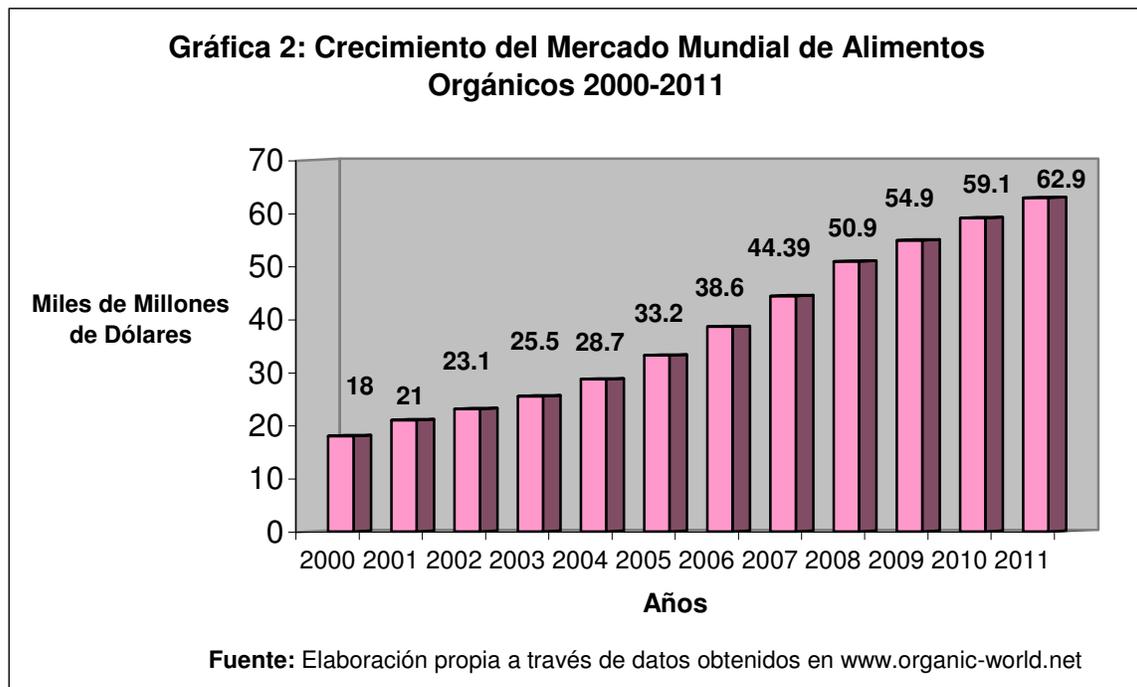
**Fuente:** Elaboración propia con base en "The World of Organic Agriculture. Statistics and Trends 2013"

Esta oleada orgánica ha sido posible por el proceso de reconversión de los cultivos convencionales<sup>62</sup> promovido por los países desarrollados, como forma de combate al déficit de su producción en correlación con la demanda de su mercado interno, a través del lanzamiento de políticas nacionales en los países de la Unión Europea, Estados Unidos y Oceanía principalmente.

La demanda constante de productos ecológicos en el mercado mundial generó en 2011 ganancias por 63 mil millones de dólares, ubicándose poco más 90 por

<sup>62</sup> Entiéndase por el término "convencional" a aquello relacionado con la Revolución Verde que haya estado bajo manejo de sustancias químicas frecuentemente nocivas.

ciento de los consumidores en los principales mercados: Norteamérica (con el 46 % de los ingresos) y Europa con un valor de 29 mil 800 millones de dólares, equivalentes al 47 % de los recursos generados. Por país, Estados Unidos (44 %), Alemania (14%) y Francia (8%) representan 2 terceras partes del mercado mundial orgánico. El crecimiento del mercado de alimentos registra un comportamiento a la alza con un 12.1 % y 4 mil millones de dólares anuales promedio en la última década.<sup>63</sup>



A pesar del fomento a la conversión de los cultivos, uno de los principales problemas radica en que la producción<sup>64</sup> resulta insuficiente para la satisfacción de la demanda existente, lo cual ha derivado en la interrupción del abastecimiento de los productos y materias primas de origen orgánico, limitando el crecimiento potencial del mercado y de una nueva industria “orgánica”. Se prevé que esta situación aquejará al nicho orgánico por varios años más, ya que

<sup>63</sup> Datos disponibles en [www.organic-world.net](http://www.organic-world.net)

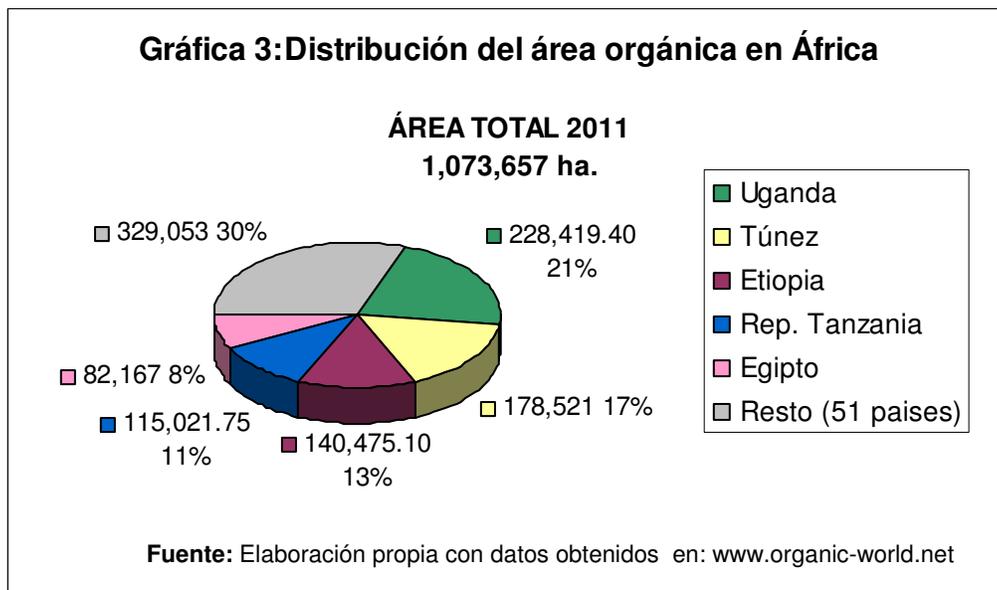
<sup>64</sup> Se distinguen tres tipos de uso para la disposición de la tierra orgánica: a) tierra arable correspondiente a 6.3 millones de ha. o 17% del área orgánica (cereales, arroz y forrajes), cultivada en Europa, Norteamérica y Asia; b) cosechas permanentes con una superficie del 7 % total equivalente a 2.6 millones de ha. (olivo, café, frutas y nueces) distribuidas en Europa, América Latina y África; c) Pastizales con una superficie de 2/3 del total mundial (23.2 millones de ha.), ubicadas en Oceanía, Latinoamérica y Europa.

hay que enfatizar que el volumen orgánico producido es inferior al uno por ciento del área total destinada al uso agrícola.

a) África

El continente africano posee una extensión orgánica equivalente a 1 073 657 ha., correspondiente al 3 % mundial y un tercio del total de productores orgánicos (541 000 productores). Los principales productores son Uganda (228 419 ha.), Túnez (178,521 ha.) y Etiopía (140 475 hectáreas), cuyos productos son destinados a la exportación hacia la Unión Europea (frutos tropicales, cereales, etc.).<sup>65</sup>

El desarrollo del movimiento orgánico es reciente y ha sido posible por la participación de agencias extranjeras, principalmente europeas, interesadas por promover mejores condiciones de vida a la población, alimentos más sanos y productos de calidad exportables a la Unión Europea.



Los productores son mayoritariamente grupos de productores con pequeñas áreas de cultivo (1 a 3 ha.) que son asesorados por ONG's particularmente para enfrentar las condiciones climáticas de la región que aquejan a los cultivos.

<sup>65</sup> Datos disponibles en [www.organic-world.net](http://www.organic-world.net)

Uganda es el segundo país con mayor número de productores a nivel mundial, con 188 625 agricultores.

El mercado interno se encuentra escasamente estructurado, siendo los principales consumidores los países con mayores ingresos como Sudáfrica y Egipto. Los principales puntos de venta son las tiendas especializadas y algunos supermercados o cadenas especializadas en orgánicos en las principales urbes, teniendo acceso a estos productos un número muy limitado de la población, ya sea por la capacidad adquisitiva, la falta de puntos de venta o el desconocimiento de los productos orgánicos.

A nivel local, en la última década han surgido asociaciones africanas, como El Movimiento Nacional de Agricultura Orgánica de Uganda (NOGAMU), la Asociación de Productores y Procesadores Orgánicos de Zambia (OPPAZ) y Orgánicos de Sudáfrica (OSA), orientadas a la promoción de este tipo de agricultura y a la consolidación de agencias de certificación y un marco normativo propio (pero similar a la legislación europea) que disminuya la dependencia de las agencias de certificación foráneas y así, reducir los costos de certificación.<sup>66</sup>

El trabajo de investigación en materia agrícola está fragmentado; parte de éste es realizado a través de las instancias de educación superior locales aunque el trabajo es limitado por la falta de financiamiento. La mayor parte de la investigación existente es realizada por instancias privadas de capital extranjero, como el Centro Mundial de Agroforestaría (ICRAF por sus siglas en inglés).<sup>67</sup>

## b) Asia

China e India, con 1 900 000 y 1 084 266 hectáreas respectivamente, destacan dentro de los principales productores orgánicos a nivel mundial (ocupando el 4°

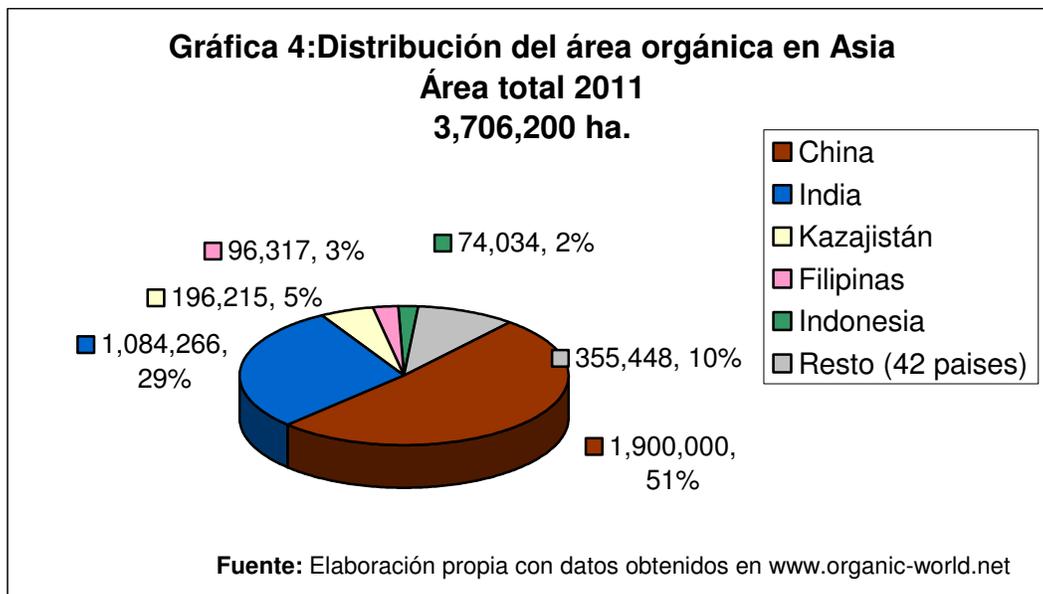
---

<sup>66</sup> Los Estándares de Productos Orgánicos del África del Este (EAOPS por sus siglas en inglés) es el segundo estándar orgánico de alcance regional en el mundo, cuya creación está basada en el marco regulatorio de la Unión Europea.

<sup>67</sup> Helga Willer, op.cit., p. 93. Edición 2008

y 7° lugar respectivamente). Localizados en el continente asiático, cuyo manejo orgánico regional es generado en un área promedio de 3 millones 706 mil 248 ha., representan al 10 % del área orgánica total y un estimado de 600 000 productores destinados a esta actividad, equivalente al 33 por ciento del total.<sup>68</sup>

La producción asiática está encauzada al aprovisionamiento de commodities en el mercado internacional, siendo gran parte destinada al mercado regional (cerca del 70% según UNCTAD), donde las principales demandas de alimentos orgánicos provienen de Japón, Taiwán, Corea del Sur y Singapur, logrando ventas en 2011 por 3 083.6 millones de dólares<sup>69</sup>. Los productos predominantes son las especias, cereales y plantas para infusiones herbales. También forman parte de la oferta asiática los productos procesados, generando un valor agregado a los insumos.



El mercado asiático se caracteriza por un crecimiento constante de la producción de orgánicos y su consumo derivado de la ampliación en la disponibilidad de este tipo de alimentos, la pujanza económica de la región y una mayor concientización de la población sobre los beneficios del consumo de estos

<sup>68</sup> El valor generado en el mercado asiático durante 2011 fue de 2 033 millones de euros, según tipo de cambio 1€ = 1.38095 USD acorde estadística publicada. Datos obtenidos de [www.organic-world.net](http://www.organic-world.net). [consulta: 22 marzo de 2013].

<sup>69</sup> Helga Willer, op.cit., p. 106. Edición 2008.

viveres. Empero, al igual que en otras regiones del planeta, el precio de los productos orgánicos presentan sobrepuestos superiores a 4 o 5 veces el costo en comparación con los de origen convencional, lo que limita su adquisición. Gran parte de la producción asiática es encausada a la exportación teniendo por destino Australia, Nueva Zelanda, Europa y Estados Unidos.

Japón destaca por poseer una de las legislaciones nacionales más desarrolladas y estándares de certificación estrictos que lo avalan a nivel internacional (ver anexo 1); aunado a ello, otras diez naciones cuentan con un marco normativo establecido lo cuál le facilita en mucho el comercio en la región, aunque su producción sea exigua<sup>70</sup>.

Por su parte, India está siendo apoyada a través de organizaciones internacionales para fomentar la agricultura orgánica, la cuál se ha incrementado de 500 000 ha. en 2006 a poco más de un millón en 2011; de igual manera, posee la mayor proporción a nivel mundial de agricultores dentro del sector con un total de 547 591.

China, a pesar de ser de los productores con una naciente producción orgánica, ha logrado establecer en un corto periodo de tiempo una legislación nacional plenamente implementada en 2012 cuyos lineamientos la catalogan, según expertos, como la regulación más estricta en el mundo. A pesar de ello, aún no ha logrado el tratamiento de tercer país con la Unión Europea, como ya lo han obtenido Japón e India, o el reconocimiento de equivalencia por parte de Estados Unidos que facilite su acceso a dichos mercados ya que su incipiente implementación aún causa reservas.

El movimiento orgánico se ha desarrollado en los últimos veinte años de forma apabullante, siendo sede de múltiples eventos internacionales especializados en el tópico. Cabe destacar, que el desarrollo del sector en la región ha seguido dos

---

<sup>70</sup> Japón posee un área agrícola orgánica de 9 401 ha., ocupando el 19° lugar regional. Evidentemente el rezago en su producción es producto de su limitación geográfica. La madurez de su marco normativo se debe a que fue de los países pioneros en introducir esta forma de producción en la región.

modelos; el primero, basado en el esquema de las ONG's y el desarrollo rural; y el segundo, promovido por empresas con proyectos mayoritariamente de exportación abocados netamente al ámbito redituable.

Dentro de los esfuerzos regionales en materia de armonización puede mencionarse la participación de China, Laos, Indonesia, Malasia, Nepal, Nueva Zelanda, Filipinas y Corea del Sur, entre otros, para el establecimiento de una cadena de colaboración y procedimientos para la obtención de un solo tipo de certificación regional con reconocimiento internacional.

Hoy día, existe gran interés por parte de los gobiernos asiáticos por seguir impulsando la conversión de los cultivos convencionales para garantizar un abastecimiento constante así como para establecer legislaciones sólidas que permitan una diversificación en sus exportaciones por lo que se ha logrado consolidar un bloque orgánico regional que de la mano de IFOAM promueva el movimiento orgánico en el continente.

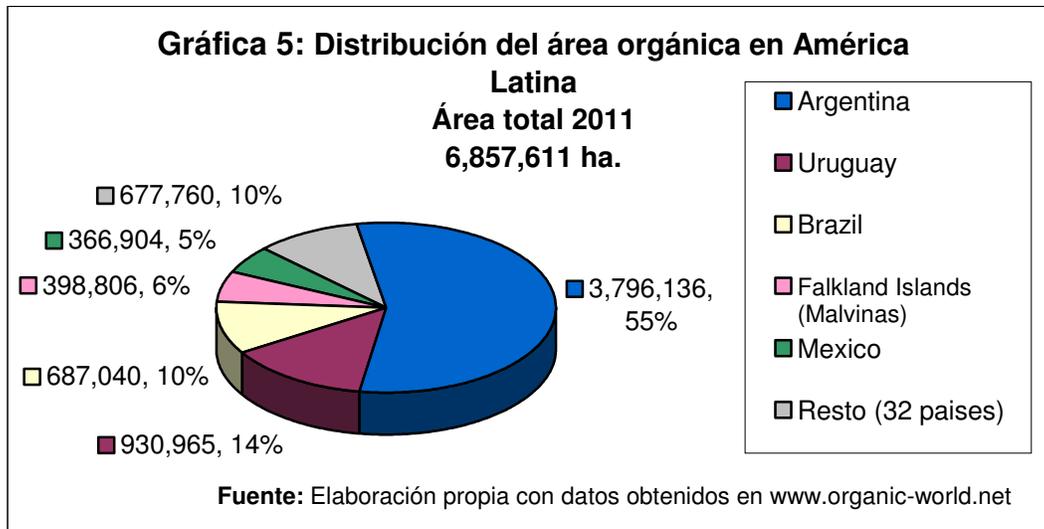
#### c) América Latina

El área agrícola orgánica cultivada en América Latina es de 6 857 611 ha. por 315 000 agricultores (17.5 por ciento mundial), ocupando el tercer lugar del volumen orgánico total con 18 por ciento. Argentina, Uruguay y Brasil encabezan la producción regional, ubicándose también dentro de los 12 países con mayor extensión orgánica dedicada en el orbe.<sup>71</sup>

Por su parte, México presenta el mayor número de productores en la zona con una participación de 169 570 y está ubicado dentro de los primeros lugares a nivel mundial, sólo superado por India y Uganda. En cuanto a producción a nivel regional se localiza en el quinto sitio con 366 904 ha.

---

<sup>71</sup> Datos obtenidos de [www.organic-world.net](http://www.organic-world.net)



Al igual que África y Asia, el mayor volumen de la producción, correspondiente al 85 por ciento, es conducido a la exportación ante la falta de un mercado local desarrollado, siendo los principales destinos Estados Unidos, Japón y la Unión Europea. Los principales productos son café, cacao, caña de azúcar, frutos tropicales y cárnicos, entre otros. Dentro de los países con mayor participación en los mercados internacionales destacan Argentina, Brasil y Uruguay.

México se destaca dentro de los principales exportadores a nivel mundial de café orgánico, siendo más de la mitad de la producción orgánica nacional destinada al cultivo de este grano<sup>72</sup>. Gran parte de las áreas de cultivo se localizan en los estados de Chiapas, Oaxaca, Guerrero, Michoacán, Chihuahua, Jalisco y Veracruz, siendo los principales cultivos aparte del café, miel, hortalizas, semillas, plantas medicinales, maíz, frijol, papaya, manzana y aguacate entre otros.<sup>73</sup>

<sup>72</sup> La producción de café (orgánico y convencional) fue de 4.5 millones de sacos de 60 kg. en 2010 y un valor comercial de 400 millones de dólares, ubicándose como el séptimo exportador a nivel mundial según datos publicados por la Organización Internacional de Café. Sin embargo, en el rubro orgánico se localiza como el principal productor a nivel mundial. Ruiz-Funes Macedo, Mariano, Subsecretario de Agricultura de la SAGARPA, Declaración emitida en la 9° Expo Orgánicos 2010, WTC México, 2-4 de Septiembre 2010.

<sup>73</sup> La generación de divisas por las exportaciones mexicanas de productos orgánicos ascienden a 400 millones de dólares anuales. Información publicada por el Consejo Nacional de Producción Orgánica, SAGARPA, disponible en <http://www.cnpo.org.mx/objetivos.htm> [consulta: 25 de marzo de 2013].

El mercado latinoamericano aunque aún es limitado para los productos orgánicos, alcanzó un valor de 51 millones de dólares en 2011 siendo Brasil el país con mayor consolidación. Entre los principales factores que han frenado el desarrollo del mercado se encuentran el precio de los productos, el limitado poder adquisitivo de la gente y la falta de conocimiento de la población sobre estos productos. Por tal razón el 85 por ciento es destinado a la exportación; sólo el 5 por ciento se comercializa a través de puntos de venta especializados y el 10 por ciento restante es distribuido con precio de producto convencional.<sup>74</sup>

A pesar de ello, se han ido desarrollado canales de distribución de productos ecológicos a través de tiendas especializadas, redes de mercados populares o “tianguis” y algunos supermercados en las principales ciudades de Brasil, Costa Rica, Argentina y Uruguay, entre otros. En México existen estos puntos de venta, aunque escasos; el punto de venta más exitoso se efectúa a través de la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos, que opera en diversas regiones del país.

El movimiento orgánico en América Latina, a diferencia de otras partes del planeta donde su introducción es producto de un movimiento internacional con alto grado de desarrollo e investigación, ha sido practicado desde épocas milenarias a través de las técnicas tradicionales de labranza de los pueblos indígenas.<sup>75</sup>

Sin embargo, es con el despegue internacional del movimiento orgánico, cuando la agricultura tradicional ve su reavivamiento, iniciando su auge a partir de la década de 1990. El interés creciente de los países desarrollados por asegurar un mayor abastecimiento de productos ecológicos, ha promovido a través de ONG's

---

<sup>74</sup> La falta de certificación obliga a muchos de los pequeños productores a vender sus cosechas a precios de alimentos convencionales. Por tal razón se ha difundido la certificación participativa y el establecimiento de mercados orgánicos populares en toda Latinoamérica.

<sup>75</sup> Por ello, no es de extrañarse que gran parte de los cultivos orgánicos provengan de comunidades indígenas, que a través de su vinculación con ONG's logran comercializar sus productos en los mercados internacionales.

apoyos para las comunidades, introduciéndolas a esquemas de comercialización justos que facilita el acceso de sus productos a mercados internacionales.<sup>76</sup>

Desafortunadamente, ante los complejos esquemas de certificación que privan en los mercados internacionales, muchos de los pequeños productores siguen sin poder acceder a otros mercados, debido a los altos costos de la certificación, falta de apoyo gubernamental<sup>77</sup> y a un desconocimiento de los mecanismos internacionales de apoyo y manejo de estándares de calidad.

La necesidad de los productores latinoamericanos por introducirse al mercado internacional, creó una dependencia de los cuerpos de certificación extranjeros<sup>78</sup> (ya que los consumidores exigían que los productos fueran inspeccionados por agencias de sus países de origen) que se agudizó ante la falta de legislaciones nacionales y cuerpos de certificación locales confiables.

En América Latina, sólo 15 países cuentan con alguna legislación en materia orgánica, ya que muchos han optado por seguir dependiendo de las normas extranjeras; otras naciones, se encuentran en proceso de ejecución de sus normativas internas como es el caso de México.

Actualmente, muchos países latinoamericanos buscan revertir la tendencia de depender de normas de otros países, articulando planes serios de desarrollo orgánico nacional, que les permitirán implementar legislaciones nacionales efectivas y creación de entidades de certificación locales que tras haber alcanzado su madurez, gozarán del aval internacional de las principales normas internacionales.

---

<sup>76</sup> La participación de asociaciones extranjeras fue decisiva para el fortalecimiento del sector, ya que, al asegurarse una demanda de estos productos, se incentivó a los pequeños productores a retomar sus actividades agrícolas.

<sup>77</sup> Si bien no existen subsidios gubernamentales importantes en América Latina, existen otros mecanismos de apoyo como las agencias de ayuda al exportador que brindan servicios de capacitación, protección legal, promociones en ferias, etc.

<sup>78</sup> Para mayor información de las agencias que operan en América Latina, véase ANEXO 2 al final del capítulo.

Tales son los casos de Argentina y Costa Rica, cuya política ha fructificado en poseer acceso a cualquier mercado internacional, incidiendo positivamente en sus operaciones comerciales y detonando un crecimiento exponencial de su producción orgánica. Hasta el día de hoy, son las únicas naciones latinoamericanas en poseer el estatus de Tercer País de la Unión Europea.<sup>79</sup>

Perú es uno de los países latinoamericanos cuyo crecimiento en el manejo orgánico se ha incrementado en los últimos años, incrementándose tanto el número de productores involucrados como de hectáreas, destinadas a la exportación. Su consolidación ha generado un rol de competencia con nuestro país, el cual ha perdido competitividad al no lograr su consolidación normativa contrario al caso peruano.

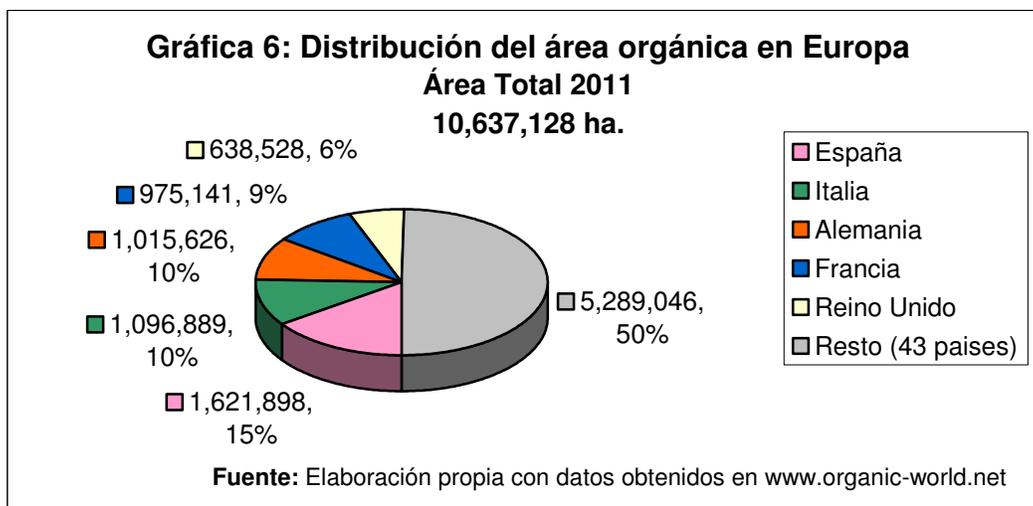
#### d) Europa

El viejo continente, cuna del movimiento orgánico y principal mercado para los productos ecológicos, está conformado por 10 637 128 ha., ubicándose en el segundo lugar mundial en superficie de cultivo (29 %) y un total de 268 945 productores. España (1.6 millones de ha.), Italia (1.1 millones de ha.) y Alemania (1 millón de ha.) poseen las principales áreas orgánicas de la región, catalogándose también entre los 10 principales productores orgánicos a nivel mundial, ocupando las posiciones quinta, sexta y octava respectivamente.

Los principales productos cultivados son cereales, oleaginosas, forraje, bayas, vegetales, frutos, alimentos cárnicos, etc.

---

<sup>79</sup> Esto permite exportar sus productos al mercado europeo con el certificado emitido por sus agencias nacionales, evitando así la doble certificación por parte de alguna agencia europea que es exigida a las demás naciones con intención de exportar a Europa. México al no formar parte de esta lista presenta el problema de doble certificación en sus operaciones o la dependencia de agencias extranjeras. Ante esta situación se han implementado programas de apoyo proporcionado por SAGARPA y el Banco de México consistente en el 75% del costo de certificación, empero este beneficio sólo es otorgado en la primera certificación.



Europa posee el más sofisticado mercado de alimentos orgánicos en el mundo con un valor de 29 mil 690 millones de dólares<sup>80</sup>, siendo los países con el principal consumo Alemania, Francia y Reino Unido, equivalente al 57% del total regional y 47 por ciento del mercado global<sup>81</sup>.

El éxito de la consolidación del mercado europeo se debe a la diversidad de canales de distribución a través de los cuales los consumidores tienen acceso a estos productos, facilitando su adquisición. Asimismo, el nivel de vida de la población, sumada a la concientización generalizada sobre el tema, ha facilitado la labor.

Alemania es el principal mercado orgánico europeo con una generación total de 9 200 millones de dólares en 2011 seguido por Francia con un valor de 5 200 millones y Reino Unido con 2 600 millones<sup>82</sup>. Gran parte del ensanchamiento del mercado se debe a la entrada de mayores proveedores, haciendo posible una mayor existencia de los productos en anaquel aunque en casos como el de Alemania la interrupción del abastecimiento es uno de los principales problemas para una explosión mayor del sector.<sup>83</sup>

<sup>80</sup> Helga Willer, op.cit, Edición 2013. p.29.

<sup>81</sup> Los mercados de Alemania y Francia presentan las tasas de crecimiento más acelerado en el área.

<sup>82</sup> Helga Willer, Ibíd.

<sup>83</sup> La interrupción de un abasto constante de alimentos como la papa, leche, etc. crean una elevación en los precios que afectan en el volumen de ventas.

Por su parte, los países con mayor consumo per cápita son Suiza con un gasto de 250.4 dólares; Dinamarca con 225.7 dólares y Luxemburgo con 187.3 dólares. Alemania, a pesar de ser el mercado más grande, tiene un consumo promedio de 111.70 dólares anualmente<sup>84</sup>.

La producción europea dista de cubrir la demanda de su mercado, echando mano de las importaciones provenientes de Oceanía, África, Estados Unidos, América Latina y parte de Asia. La Unión Europea exige los estándares de calidad más elevados, efectuando una selección en el mercado internacional; por lo cuál aquel que esté interesado en su inserción al mercado europeo, debe cerciorarse de cubrir ampliamente los requerimientos según el producto.

El movimiento orgánico en Europa es el más estructurado, al poseer instituciones gubernamentales, ONG's, centros de investigación y una red de productores, distribuidores, procesadores y consumidores que activamente han interactuado para establecer los lineamientos orgánicos más claros a nivel internacional.

Desde inicios del siglo XIX se tiene conocimiento de los primeros movimientos de corte sustentable como el movimiento "Reforma de Vida" en Alemania, los cuales canalizaron un cambio respecto a la concepción de los esquemas de producción, las relaciones sociales y la interacción con el medio ambiente.

La Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica, con sede en Alemania, representa uno de los principales emblemas de esta oleada. A través de su participación en diversos foros se ha replicado este eco, derivando en una internacionalización del movimiento.

Las principales investigaciones a nivel internacional sobre Agricultura Orgánica, se efectúan en el continente europeo, destacando el Instituto Internacional de Investigación Orgánica (FiBL), en Suiza; IFOAM que, en colaboración con otras

---

<sup>84</sup> Helga Willer, op.cit, Edición 2013. p.29.

dependencias, efectúa la compilación de los datos estadísticos globales. Reino Unido también contribuye a muchas de las aportaciones científicas.

Alemania, país pionero en investigación sobre agricultura orgánica, destina anualmente cerca de 10 millones de euros<sup>85</sup> en este rubro. Desarrolla a través de múltiples universidades, centros de investigación públicos y privados y dependencias gubernamentales el estudio concienzudo de las tendencias ecológicas. Inclusive, se han incorporado cátedras a nivel universitario especializadas en este tópico.

La normativa europea ha sido de las primeras en desarrollarse, ante la necesidad de regular este sector. La Regulación (EEC) No 2092/91 es la primera normatividad que se establece en 1991 con el aval de 15 países que en ese momento integraban a la Comunidad Europea, reconociéndose por primera vez en Europa el término orgánico, dando paso a su adhesión dentro de la Política Agrícola Común.

Sin embargo, ante el dinamismo que se ha observado en la práctica ecológica, ha sido necesaria una constante actualización de dicha norma, haciéndola más compleja en sus mecanismos de aplicación.

Para dar mayor claridad a la legislación, en 2007 se publicó la Regulación Orgánica No 834/2007 sobre producción y etiquetado, derogando a la Regulación (EEC) No 2092/91. La nueva ley entró en vigor en 2009 y contiene los lineamientos de la anterior normativa, mejor articulados; así como objetivos más claros, principios básicos y las reglas a seguir en el manejo orgánico. El logotipo comunitario y su uso, también han sido reestructurados a través del Reglamento No. 889 / 2008.

De igual manera, incluye un nuevo y más consistente régimen permanente de importación. La Unión Europea reconoce a once regulaciones orgánicas de estados externos a la Unión Europea como equivalentes a la norma europea

---

<sup>85</sup> Helga Willer, op.cit., Edición 2008 p. 123.

bajo el tratamiento de Tercer País, facilitando el intercambio comercial. Los países están registrados en el Anexo III de la Regulación (EC) No. 1235/2008 y actualmente son: Argentina, Australia, Costa Rica, Nueva Zelanda, India, Israel, Suiza, Japón, Canadá, Túnez y Estados Unidos.<sup>86</sup>

Dentro de la política europea, considerada como la más proteccionista, se contempla un apoyo gubernamental sólido mediante programas de desarrollo social de la Unión Europea, como el Plan de Acción Europeo para la Alimentación y la Agricultura Ecológica, que consiste en 21 iniciativas con el objetivo de informar a los consumidores, mejorar las normas de producción y aumentar la investigación en el campo de la producción orgánica.<sup>87</sup>

Campañas masivas de mercadotecnia promoviendo los productos orgánicos y su incidencia social y ambiental juegan parte trascendental de las diversas medidas aplicadas por los gobiernos en Europa.

Los subsidios también juegan un papel determinante en el crecimiento continuo de las áreas de reconversión que a través de estímulos incentivan a los agricultores a optar por este tipo de agricultura; apoyos que van desde 60 a 1020 euros dependiendo del cultivo, extensión y particularmente durante los periodos de conversión.<sup>88</sup>

Por su estructura, acceder al esquema de reconocimiento ante la autoridad europea, permite el acceso a los 27 mercados que constituyen el mercado europeo. El cubrir con estándares tan estrictos también proporciona la capacidad al exportador para acceder a cualquier otro mercado en el mundo.

---

<sup>86</sup> Estados Unidos fue el último país en ser incluido el 20 de junio 2012, considerándose un acuerdo histórico para el movimiento orgánico ya que representa la integración de los mercados más dinámicos del sector.

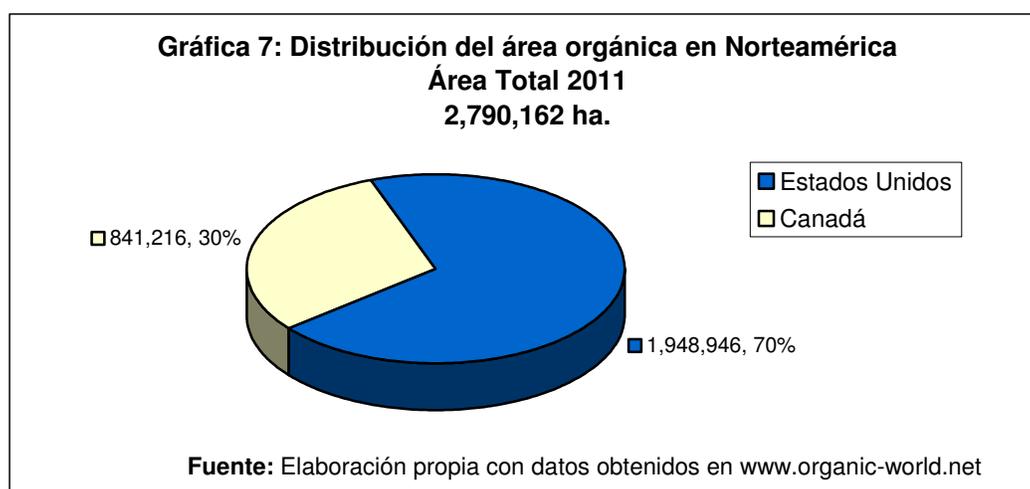
<sup>87</sup> Información obtenida en [http://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/action-plan\\_es](http://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/action-plan_es)

<sup>88</sup> En Alemania los subsidios se distribuyen de la siguiente manera: tierra arable de 120 a 190 Euros por ha. y año; 262 Euros si se trata de periodos de conversión; pastizales 120 a 187 euros y cosechas permanentes (frutos como la uva) de 380 a 1020 euros.

El grueso de agencias de certificación está localizado en Europa, destacando en las operaciones a nivel internacional Bio Suisse e Institute for Marketecology (IMO), Suiza; Naturland, BCS Öko-Garantie GmbH y Demeter Internacional, Alemania; y Soil Association Certification Ltd. en Reino Unido.

e) Norteamérica

Con una extensión de 2 790 162 ha., Norteamérica representa el 7 por ciento del área orgánica total, de las cuales 1 948 946 hectáreas corresponden a cultivos en Estados Unidos (tercer sitio de productores con mayores volúmenes) y Canadá. Este país, por su parte, cuenta con un manejo ecológico en 841 mil hectáreas. En cuanto al número de productores, 16 659 agricultores intervienen en la actividad (menos del 1 por ciento mundial).



Estados Unidos posee el mercado de alimentos orgánicos más extenso con un consumo equivalente a 31 mil 500 millones de dólares anuales (44 % del total mundial)<sup>89</sup>; siendo gran parte de la demanda de productos cubierta por México, Argentina, Brasil y Canadá. La oferta de productos orgánicos es diversificada, compitiendo ampliamente a sus pares convencionales; desde alimentos hasta productos procesados que van desde textiles hasta insumos de limpieza o alimentos para mascota con insumos orgánicos.

<sup>89</sup> Helga Willer, op.cit., Edición 2013 p. 30.

Canadá ha desarrollado un mercado local con tasas crecientes equivalentes a 2 629 millones de dólares en 2011<sup>90</sup>, abastecido por productos mayoritariamente importados (cerca del 80 % del total de productos orgánicos comercializados) desde México, Brasil, China, Unión Europea, Estados Unidos, por mencionar algunos.

Estados Unidos cuenta con la mejor red existente de abastecimiento y puntos de venta diversificados<sup>91</sup>, facilitando el acceso de los consumidores a estos productos. Aunado a lo anterior, el poder adquisitivo pujante de la población ha coadyuvado a tener niveles de venta tan elevados, así como el constante interés de un nivel de vida saludable. Canadá también ha implementado el abastecimiento de orgánicos en casi todos los puntos de venta, inundando el mercado con cerca del 40 por ciento de los víveres totales.

La proliferación del movimiento orgánico en la región se debe en gran medida a que las tasas de crecimiento del sector propiciaron el interés de las multinacionales, derivando en una conversión masiva de grandes extensiones de tierra que eran manejadas con agroquímicos sintéticos.

El movimiento orgánico en Norteamérica data de la década de 1970, siendo junto con Europa los primeros en apostar por este tipo de agricultura en la era contemporánea. Por tal razón, la legislación estadounidense de productos orgánicos (Ley de Producción de Alimentos Orgánicos de 1990 y Reglamento NOP- USDA<sup>92</sup>) es de las más desarrolladas, operando con gran meticulosidad y en muchos casos, siendo el soporte de muchas legislaciones nacionales en su etapa inicial.

---

<sup>90</sup> Helga Willer, op.cit., Edición 2013, p. 30.

<sup>91</sup> Tiendas departamentales, tiendas minoristas y tiendas especializadas son los principales punto de venta. En la nación americana es común este tipo de productos. Los proveedores, procesadores y distribuidores han creado redes de comunicación que ha logrado combatir parte de los cortes de abastecimiento aunque la producción sigue siendo menor en comparación con la demanda.

<sup>92</sup> Para mayor información, ver ANEXO 1 al final del capítulo.

El apoyo gubernamental para fomento a la agricultura orgánica en Estados Unidos oscila alrededor de 300 millones de dólares anuales<sup>93</sup>, ayudas que van desde subsidios a los productores (particularmente durante el periodo de conversión), asesorías técnicas, certificación, etc. El trabajo legislativo es constante, en pos de mantener actualizada la normativa con respecto a las necesidades del sector.

Gran parte de las ONG's especializadas en agricultura orgánica, así como reuniones de expertos e investigaciones realizadas en la materia, son auspiciadas por capital estadounidense.

Por otro lado, Canadá destina cerca de un millón de dólares para fomento del sector y la industria. Ha trabajado por impulsar una legislación sólida en materia orgánica aunque ha tenido limitantes, particularmente en lo referente al comercio intra-provincial (Québec maneja un marco regulatorio autónomo, aunque en los últimos años se ha ido armonizando a la legislación nacional). En junio de 2009 entró en vigor el Acta con los estándares nacionales de Agricultura Orgánica de Canadá, facilitando la comercialización de estos productos al implementar un sello común que facilitará la exportación, importación y el intercambio entre provincias. Québec reconoce esta certificación, sin embargo, aún deben atenderse ciertas normas<sup>94</sup>. Por otro lado, durante 2012 Suiza y Canadá establecieron un acuerdo de reconocimiento de equivalencia entre sus normas orgánicas, abriéndose un mercado potencial para productos canadienses.

Algunos de los principales cuerpos de certificación que operan a nivel internacional están establecidos en la Unión Americana, destacando Organic Crop Improvement Association Internacional, International Certification Services, Inc (ICS) y Oregon Tilth Certified Organic.

A nivel regional, recientemente se ha generalizado el interés binacional por la instauración de un marco regulatorio equivalente que favorezca la dinámica

---

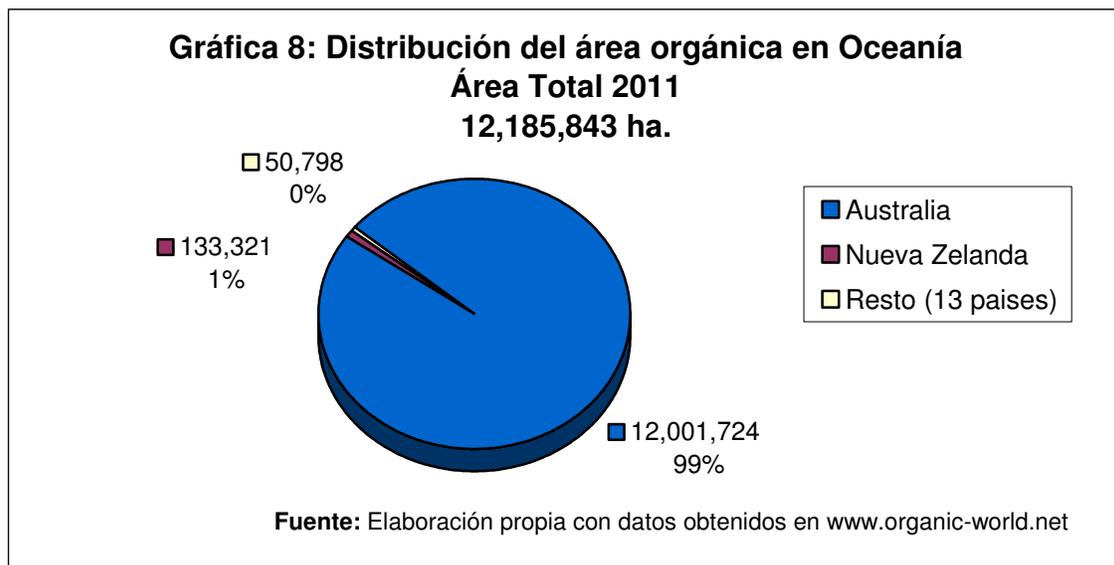
<sup>93</sup> Presupuesto aprobado durante 2006

<sup>94</sup> Para mayor información ver ANEXO 1.

comercial; interés que ha fructificado en la concertación de un convenio de armonización entre Canadá y Estados Unidos que establece que la certificación de ambos países (bajos sus propias agencias nacionales) será válida ante los organismos de control de cada país (situación que previamente muchos de los órganos competentes no convalidaban). Lo anterior, favorecerá en mayor medida a Canadá ya que se incrementará el acceso de los productos canadienses al mercado americano, sirviéndole como estrategia para incursionar en otros mercados y reducir costos por doble certificación como ya se gestó al darse su inclusión como tercer país en la lista de la Unión Europea.

f) Oceanía

Oceanía representa el 33 por ciento del área ecológica total cultivada y uno por ciento del total de agricultores orgánicos (14 000 productores), donde Australia destaca como el primer productor mundial con una superficie de 12 millones de ha. promedio. Aunque el área es considerable, sólo representa el 2.9 % agrícola que consiste en 440 millones de ha., ya que cabe recalcar que la principal actividad en Oceanía se aboca a las actividades primarias.<sup>95</sup>



En los últimos veinte años, el crecimiento del área orgánica en Australia se incrementó de 150 000 hectáreas en 1990 a 12 001 000 en 2011. La principal

<sup>95</sup> Helga Willer, op.cit., Edición 2013 p. 31.

producción consiste en pastizales empleados como alimento para ganado; otros productos son trigo, centeno, avena, arroz, oleaginosas, frutos y vegetales cuyo principal destino se encuentra en los mercados de exportación de Europa, Estados Unidos y Japón.

La producción orgánica y el procesamiento en Australia es regulado por la Norma Nacional para la Producción Orgánica y Biodinámica cuya elaboración fue orientada para fomentar la exportación, dejando a un lado el control doméstico y protección del término “orgánico” lo cuál, ha imposibilitando el establecimiento de un mercado orgánico definido. Actualmente, no existen mecanismos que hagan distinción entre los productos ecológicos y los convencionales, permitiéndose múltiples operaciones irregulares en los puntos de venta.

El movimiento orgánico en Australia se desarrolla desde la década de 1980 con un impulso propio, debido al aislamiento geográfico respecto a la dinámica de la oleada orgánica en Europa y Estados Unidos. Así, se dio una organización entre los múltiples grupos que intervienen en la agricultura orgánica, estableciendo una red donde convergen productores, consumidores, comerciantes e investigadores, creándose la Asociación Nacional de Agricultura Sustentable de Australia en 1986 y posteriormente la Federación Orgánica de Australia. La labor de esas instituciones consiste en crear los canales pertinentes que faciliten la certificación de productos y su acceso a los mercados de exportación y, por otro lado, promover políticas públicas a través de los canales gubernamentales.

Los cuerpos de certificación nacionales y la normativa que regula la producción son reconocidos por otras normativas internacionales (como USDA-NOP y el Reglamento CE No.834/2007 dentro del listado de Tercer País) que facilitan el acceso de los productos australianos a otros mercados.

En el caso de Nueva Zelanda, a pesar de tener un área orgánica limitada, posee un mercado local establecido debido a la conciencia de la población sobre los estragos de los insumos convencionales y el beneficio social al sector agrícola.

De igual modo, participa en el mercado internacional exportando productos como manzanas, kiwis<sup>96</sup>, zarzamoras y vegetales.

Las exportaciones a la Unión Europea y Estados Unidos son vía la Autoridad de Seguridad Agroalimentaria de Nueva Zelanda, acreditada bajo la observancia de USDA- NOP y en la Unión Europea a través de su adscripción como Tercer País; en el caso del mercado japonés, también posee el reconocimiento de la norma japonesa.

En la región se ha conformado un mercado interno estructurado por Australia y Nueva Zelanda que durante el año 2011 generó ventas por 1 582 millones de dólares según IFOAM.<sup>97</sup>

### 1.3.3 La Crisis Económica y su Impacto en la Agricultura Orgánica.

La crisis económica desencadenada a partir de 2007 en los Estados Unidos, siendo ésta una de las economías más importantes del mundo, creó severas repercusiones globales en todos los ámbitos, incluidos los sectores vinculados a la agricultura orgánica, causando mella en el mercado de estos productos.

La variación en los tipos de cambio entre las divisas, aunado a la reducción de los volúmenes producidos por diversos fenómenos meteorológicos, fomentaron el incremento de los precios de las materias primas y alimentos, ya sean orgánicos o convencionales.

Estas variaciones de los tipos de cambio, desfavorecedores para los países productores, se tradujeron en un factor poco atractivo para los productores orgánicos al mostrarse poca rentabilidad en la actividad, ya que las operaciones logísticas para acceder a los mercados internacionales son efectuadas con divisas sobrevaluadas (euro y dólar) en comparación con sus monedas, obteniéndose márgenes de ganancia menores que eran equiparables a los de productos convencionales, los cuáles también han incrementado su precio.

---

<sup>96</sup> Nueva Zelanda está dentro de los principales productores de kiwi a nivel mundial

<sup>97</sup> Helga Willer, op.cit., Edición 2013 p. 31.

A nivel gubernamental, gran parte de las políticas públicas encausadas a la promoción de la agricultura orgánica, ya sea a través de los subsidios para la conversión de los cultivos, investigación, capacitación, fomento y campañas de concientización, recibieron grandes restricciones presupuestales, producto de las medidas macroeconómicas dirigidas a la reducción del gasto público.

La obtención de créditos agrícolas también sufrió una gran restricción debido a la incertidumbre en la capacidad de pago y las altas tasas de interés. Muchos productores se enfrentan con falta de liquidez para desempeñar su actividad como en años anteriores.

Por lo anterior, la extensión orgánica en este periodo creció muy por debajo de los niveles mostrados en años anteriores e inclusive se habla de un retroceso en el número de productores que se encontraban en el periodo de conversión y que retornaron a un patrón de producción convencional debido a que el precio premium no variaba significativamente en comparación con los de productos convencionales.

Dada la abrupta disminución en la capacidad monetaria, se desencadenó una reducción en la demanda de aquellos productos considerados como exóticos o no locales. Los productos orgánicos, al ser característicos de un sobreprecio, fueron de los primeros artículos en resentir los estragos de la contracción en la economía, ya que los consumidores limitaron su gasto en estos sectores.

Tras una década de tasas de crecimiento de dos dígitos, las condiciones comerciales se tornaron complejas para gran parte de los negocios orgánicos. En 2009 se dio una reducción del 6.8% en las ventas de productos orgánicos, calculándose las ganancias por venta de productos orgánicos en 54.9 miles de millones de dólares<sup>98</sup>, correspondiente a una tasa de crecimiento de 4.9 %, en comparación con el año anterior fijado en 14.7 por ciento. Sin embargo, algunos

---

<sup>98</sup>Datos disponibles en [www.organic-world.net](http://www.organic-world.net), [consulta:25 de marzo de 2013]

sectores como la leche y el alimento para bebé mostraron tendencias a la alza del 1 y 20.8 por ciento respectivamente, respecto al año previo.<sup>99</sup>

Para el año 2010, se superaron las expectativas de crecimiento ya que se estima una tasa de crecimiento del 3.9 por ciento con una posible derrama económica de 55.48 miles de millones de dólares. Sin embargo, se dio un aumento de 4.2 por ciento y ganancias para el sector por 59.1 miles de millones de dólares.

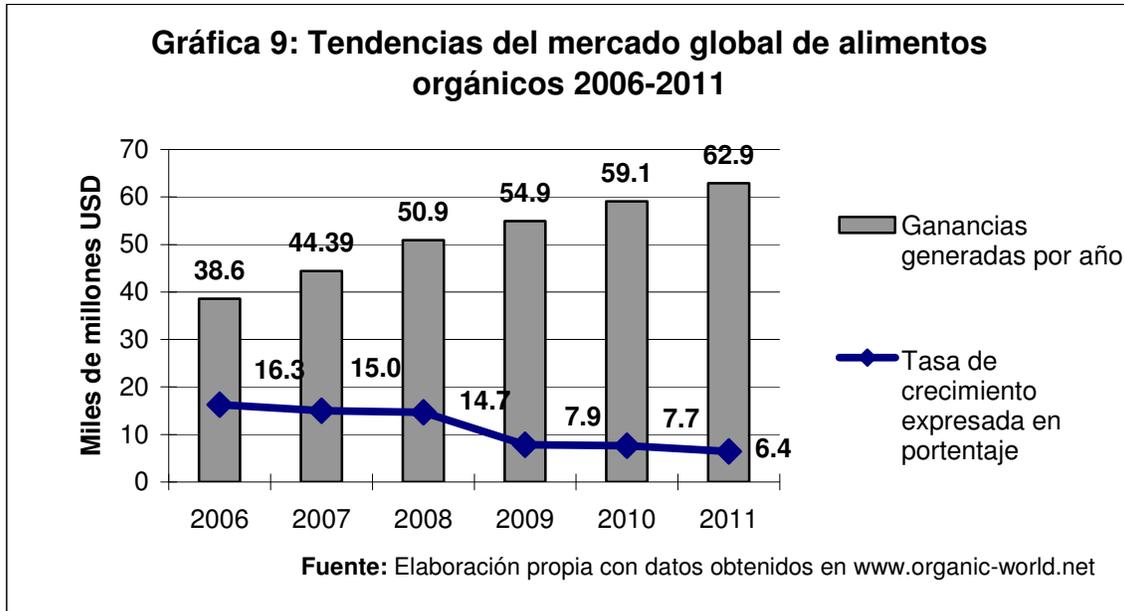
El mercado europeo ha sido el más afectado por la crisis financiera. La disminución del poder adquisitivo de los consumidores y la disminución de variedades en la gama de productos orgánicos entre los minoristas de alimentos, provocaron una contracción del mercado durante 2009. El mercado orgánico alemán, el más grande a nivel regional, no presentó señales de crecimiento pero tampoco perdió posicionamiento en cuanto al consumo. Por otro lado, algunos países como Francia y Suecia mostraron resistencia a los embates de la crisis, mostrando una expansión del 15 por ciento.<sup>100</sup>

El mercado de productos orgánicos en otras regiones mostró crecimiento saludable, especialmente en Asia y América Latina. La creciente concientización de los consumidores respecto a la agricultura orgánica aunada a una mayor distribución en los canales de consumo son los principales vehículos para un fortalecimiento de los mercados regionales.

---

<sup>99</sup> SOEL, Organic Market Report 2010.

<sup>100</sup> *Ibidem*.



Uno de los principales retos para el sector orgánico será la posible inflación en los alimentos, situación que sigue siendo un obstáculo importante para un mayor aumento del consumo de estos productos.

Sin embargo, el gran desafío consistirá en superar la percepción de los altos costos en los productos ecológicos, mediante la promoción no sólo de las cualidades de los mismos, sino de una labor más profunda, orientada a la reconstrucción de los hábitos de consumo mediante la inclusión de consideraciones de índole social, ambiental y salud al momento de realizar una compra y transformando las acepciones que vinculan el concepto de calidad con términos como alto procesamiento y bajos precios.

ANEXO 1. PRINCIPALES REGULACIONES ORGÁNICAS

TIPO	PROCEDENCIA	NORMATIVIDAD	APLICACIÓN	CONTENIDO	COMENTARIO
Norma Oficial		<u>Reglamento CE No. 834 / 2007</u>	Obligatoria	Disposiciones que rigen la producción, preparación, envasado, comercialización, etiquetado y control de la producción ecológica vegetal, ganadera, acuícola y nutrición animal.	Esta legislación es la más detallada de las regulaciones públicas existentes. Sin embargo, se dirige únicamente a producción bovina, equina, porcina, ovina, caprina, determinadas aves de corral y abejas; producción de alimentos procesados, incluido el vino, piensos y levadura ecológica.
Internacional	<b>UNIÓN EUROPEA</b>	<u>Reglamento CE No. 889 / 2008</u>		Requisitos de control para el intercambio comercial con terceros países.  Requisitos para agencias de Certificación.	En cuanto a los agentes de certificación menciona ciertas características, entre ellas la adscripción al listado aceptado por la Comunidad Europea.
				Uso del logotipo de la Comunidad Europea.  Servicio de Base de datos de la Comunidad Europea	De igual modo reconoce otras legislaciones nacionales de aquellos países que se homologan a los requisitos de UE como Argentina, Estados Unidos y Japón.
Norma Oficial Internacional	<b>ESTADOS UNIDOS</b>	Ley de Producción de Alimentos Orgánicos de 1990  Reglamento NOP- USDA	Obligatoria	Estándares para la producción, manejo y procesamiento de productos agrícolas, ganaderos, del mar, etc.  Requisitos de etiquetado, certificación.  Requisitos para agentes de	Representa una de las principales normativas por su cobertura en todos los ámbitos y tipo de productos susceptibles a ser certificados. La exigencia de estas normas las dotan de validez en Japón, Canadá y Unión Europea, a través de su Programa Internacional (WSDA International Program),

			WSDA Organic Food Program		certificación y su acreditación. Listado de sustancias prohibidas.	equivalente a las legislaciones de muchos países, en muchos de los casos, marcadamente más completa. Por su parte reconoce los países que aplican la NOP como Japón, Australia y otros.
Norma Oficial Nacional	<b>JAPÓN</b>	Reglamento JAS (Japanese Agricultural Standards) Ley No. 175 concerniente a la estandarización y correcto etiquetado de productos agrícolas y de forestaría	Obligatoria	Requisitos para la producción, fraccionamiento (en Japón no se contempla el término de procesamiento) y etiquetado de productos agrícolas y de forestaría.  Requisitos de certificación y acreditación de los cuerpos de certificación.	Esta norma es similar a la estadounidense y europea, empero, excluye a la apicultura y a la pesca; también a productos no alimenticios y licores.  Debe tenerse especial atención con la certificación ya que no en todos los productos puede obtenerse el sello JAS.  A pesar de que las certificaciones obtenidas en algunos países han sido aprobados por Japón como estándares equivalentes a JAS (Estados Unidos, Argentina, Unión Europea) se debe evaluar si dicho producto es susceptible de ser certificado por JAS ya que hay variaciones entre los términos de las regulaciones occidentales con las de Japón.	
Norma Oficial Nacional	<b>CHINA</b>	Estándar Nacional de la Rep. Popular de China: Productos Orgánicos (GB/T 19630.1/19630.4)	Obligatoria	Regula producción, procesamiento, etiquetado, comercialización y sistemas de manejo de los productos orgánicos	La certificación abarca cultivos, hongos, especies silvestres, ganadería, acuicultura, apicultura, textiles, entre otros.  Enfatiza la cero tolerancia a contaminantes, materiales prohibidos y exige aplicación de sistemas de calidad. No permite producción	

<p>Norma Oficial Nacional</p>	<p><b>CHINA</b></p>	<p>Reglas para la implementación de la certificación de productos orgánicos</p>	<p>Obligatoria</p>	<p>Establece el procedimiento a seguir por las agencias de certificación para ser acreditadas bajo el sistema nacional chino.</p>	<p>paralela (orgánico/convenicional) cuenta con dos tipos de etiquetado: en transición / orgánico.</p> <p>Demanda el cumplimiento de múltiples requisitos para obtener la certificación por lo que se le ha considerado desde su implementación como la norma orgánica existente de mayor rigor.</p>
<p>Norma Oficial Nacional</p>	<p><b>CANADÁ</b></p>	<p>Regulación de Productos Orgánicos</p> <p>** Opcional (exclusivo para productos de Québec)</p> <p>Reglamentación del Consejo de Apelaciones Agroalimentarias de Québec (CAAQ)</p> <p>Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV)</p>	<p>Obligatoria</p>	<p>Sistema de Producción Orgánica.</p> <p>Principios Generales y Estándares de Manejo y preparación de productos de origen agrícola, ganadera, apícola y otros como hoja de maple, hongos, etc. (CAN/COSB 32.310)</p> <p>Lista de sustancias Permitidas (CAN/COSB 32.311)</p> <p>Requisitos de Certificación, agencias, uso del logotipo. Comercio Internacional y entre provincias. (Regulación de productos Orgánicos SOR/2009-176)</p>	<p>La legislación canadiense presentaba problemas derivados de las diferencias existentes entre la normativa canadiense "nacional" con las normas desarrolladas por las provincias, como Québec. Cada una emitió un sello de certificación que no era convalidado en ciertas provincias.</p> <p>En junio de 2009 entró en vigor el acta con los estándares nacionales de Agricultura Orgánica de Canadá, facilitando la comercialización de estos productos al implementar un sello común que facilitará la exportación, importación y el intercambio entre provincias. Québec reconoce esta certificación. Para ello, debe avalarse la certificación por cuerpos de acreditación reconocidos por la Agencia Canadiense de Inspección Alimentaria. (CFIA)</p> <p>La ventaja de esta reglamentación es la existencia de un convenio de armonización con Estados Unidos que establece la certificación de ambos como única y válida.</p>

Norma Oficial Nacional	<b>MEXICO</b>	Ley de Producción Orgánica Reglamento de la Ley de Producción Orgánica	Obligatoria	Requisitos para la acreditación de agencias de certificación y obtención del certificado orgánico Establecimiento y funciones del Consejo Nacional De Producción Orgánica <b>NOTA:</b> Los Requisitos para producción, manejo y procesamiento de orgánicos están en concertación para futura aprobación.	La legislación nacional aún es incipiente. Los lineamientos técnicos para la operación orgánica están en status de elaboración y aprobación. Parte del retraso se debe a que, a pesar de enfatizarse la necesidad de homologar la legislación con las principales normativas para facilitar la inserción de productos orgánicos mexicanos en el exterior, aún falta mucho por hacerse. Gran parte de lo planteado en la ley y reglamento respectivo aún no se ha implementado.
Norma Oficial internacional	<b>FAO- OMS - OIHU</b>	CODEX ALIMENTARIUS Directrices para la producción, elaboración, etiquetado y comercialización de alimentos producidos orgánicamente GI 32 – 1999	Voluntaria	Directrices para el correcto etiquetado Reglas de producción y preparación de productos agrícolas y ganaderos Sistemas de inspección y certificación Listado de sustancias permitidas	Esta norma surge como medida de armonización de los requisitos para los productos orgánicos a nivel internacional y de base para los Gobiernos que desean establecer reglamentos nacionales. Sus lineamientos contienen las exigencias mínimas requeridas a fin de proteger a los consumidores productores. Gran parte de las organizaciones especializadas en manejo orgánico coadyuvan en este foro para mejorar la reglamentación a nivel internacional, como es el caso de IFOAM
Norma No Oficial Nacional	<b>SUIZA</b>	Norma BIOSUISSE	Voluntaria	Reglas de producción y preparación de productos	A pesar de la existencia de una regulación oficial en Suiza, BIOSUISSE, al comprende a

Norma No Oficial Nacional	<b>SUIZA</b>	Estándares IMO (Institut für Marktökologie)	Voluntaria	varios. Sistemas de inspección y certificación	<p>productores, consumidores y procesadores, maneja estándares más rigurosos que la norma oficial. El logotipo BIOSUISSE tiene mayor reconocimiento en el mercado suizo, motivo por el cuál su uso se recomienda pero sólo se limita al mercado doméstico.</p> <p>Por su parte, la certificación IMO es más amplia pues es reconocida fuera de Suiza (Unión Europea, Estados Unidos, etc.), permitiendo la expansión a otros mercados.</p>
Norma No Oficial Internacional	<b>Principales agencias de certificación</b>	<p>Normas de IFOAM para producción y procesamiento de orgánicos</p> <p>Estándares de NATURLAND</p> <p>Directrices de DEMETER INTERNACIONAL</p> <p>Directrices de OCIA INTERNACIONAL</p>	Voluntaria	<p>Requisitos para conversión, producción, procesamiento, elaboración, preparación, acondicionamiento, empaque, etiquetado, distribución, transporte, comercialización, verificación y certificación de productos producidos orgánicamente.</p> <p>También cuentan con estándares de corte social, comercio justo, sustentabilidad, etc.</p>	<p>Estas normas han sido elaboradas para cubrir las necesidades de mercados donde las legislaciones oficiales no están claramente implementadas (como en México). Cabe destacar que mucha de estas normas son precedentes a las legislaciones oficiales.</p> <p>Son empleadas también por países europeos, obedeciendo a intereses específicos de consumidores (como normas sobre productos tropicales no producidos en dichos países). Las agencias de certificación privadas cuentan con normas de certificación para productos no contempladas en las normas orgánicas oficiales para productos procesados, cosméticos, textiles, cerveza, etc.</p>

**Elaboración propia a partir de:** Consulta de las respectivas Regulaciones Oficiales Mencionadas. Servicio de acreditación suizo, <http://www.seco.admin.ch/sas/00206/index.html?lang=en>; Departamento de Agricultura de Estados Unidos, <http://www.ams.usda.gov/AMSv1.0/nosb>; Servicio de acreditación de Québec, <http://www.cartquebec.com>; Agencia de acreditación de alimentos de Canadá, <http://www.inspection.gc.ca>. Sitio de la Comunidad Europea sobre Agricultura Orgánica [http://ec.europa.eu/agriculture/organic/splash\\_en](http://ec.europa.eu/agriculture/organic/splash_en).

**ANEXO 2  
PRINCIPALES AGENCIAS DE CERTIFICACIÓN ORGÁNICA**

País	Agencia	Cobertura de acreditación	Países de operación
Alemania	<b>** Certification of Environmental Standards - GmbH (CERES)</b>	NOP-USDA, JAS, Regulación 834/2007 de la Comunidad Europea, y regulaciones privadas como las de Naturland, Demeter, BIO SUISSE y Soil Association	Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, Jamaica, México, Paraguay, Rep. Dominicana, Albania, Alemania Bulgaria, España, Grecia, Hungría, Macedonia, Polonia, Rumanía, Serbia, Turquía Medio Oriente, Ruanda, Burundí, Etiopía, Japón, China, India, Filipinas, Indonesia, etc.
	<b>** Naturland e.V.</b>	IFOAM, USDA-NOP,	Sedes en México, Alemania, Ecuador, India, Perú, Bolivia, y operaciones en Asia, Europa, África y Centroamérica
	Bioland	Regulación 834/2007 de la Comunidad Europea.	Alemania
	Demeter International e.V.	Regulación 834/2007 de la Comunidad Europea, USDA-NOP, Estándares propios de Demeter con armonización internacional.	Oficinas: Alemania, Austria, Brasil, Finlandia, Dinamarca, Egipto, Francia, Noruega, Italia, Holanda, Luxemburgo, Suecia, Nueva Zelanda, Reino Unido y Estados Unidos con cobertura en 43 países, incluido México.
	<b>** BCS Oeko-Garantie GmbH</b>	Regulación 834/2007 de la Comunidad Europea, USDA-NOP y Reglamentación JAS	Alemania, Brasil, Colombia, Chile, Costa Rica, Cuba, Ecuador, México, Guatemala, Paraguay, República Dominicana, Perú, Etiopía, Sudáfrica, Túnez, China, Irán, Japón, Corea, España, Rumanía, Bulgaria y Turquía. Co-certificación con: Quality Assurance International, Bio Suisse, Soil Association, etc.

Argentina	Organización Internacional Agropecuaria S.A.	Estándares de Producción y procesamiento de la Unión Europea para Terceros Países, USDA - NOP, Reglamento JAS, IFOAM, Norma BIOSUISSE	Argentina y Brasil con sedes propias; Uruguay, Chile, Bolivia, Guatemala, Costa Rica, Colombia y México a través de co-certificación con "Grupo de Certificadoras Latinoamericanas"
	ARGENCERT	IFOAM, Estándares de Producción y procesamiento de la Unión Europea para Terceros Países, USDA-NOP, Norma BIOSUISSE, Reglamento JAS.	Argentina; Chile; Paraguay; Uruguay
Australia	Australian Certified Organic	USDA-NOP, Reglamento JAS, IFOAM	Australia, sureste de Asia incluidos Nueva Zelanda, Papua Nueva Guinea, Fiji y Tailandia
	Washington State Dept. of Agriculture Organic Food Program	WSDA International Program (equivalencia con legislación de UE, Japón y Canadá ) USDA-NOP	Estados Unidos
Estados Unidos	International Certification Services, Inc (ICS) (anteriormente Farm Verified Organic, Inc.)	Estándares de Producción y procesamiento de la Unión Europea para Terceros Países, USDA-NOP, IFOAM, Reglamento JAS y Norma BIOSUISSE	Brasil, Canadá, China, Guatemala, México, Paraguay y Estados Unidos.
	<b>** Organic Crop Improvement Association International (OCIA International )</b>	USDA-NOP, Lineamientos de IFOAM	Estados Unidos, Brasil, Canadá, China, Colombia, Costa Rica, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Alemania, Guatemala, Honduras, Japón, México, Paraguay y Perú
	Quality Assurance International	Estándares de Producción y procesamiento de la Unión Europea para Terceros Países, USDA-NOP	Estados Unidos, México, Canadá y Paraguay

	<b>** OREGON TILTH CERTIFIED ORGANIC (OTCO)</b>	USDA-NOP, Estándares de Producción y procesamiento de la Unión Europea para Terceros Países	Estados Unidos, Canadá, Chile, México, China
Guatemala	<b>** Mayacert, S.A</b>	USDA-NOP, Acreditación por el organismo Alemán de acreditación <b>DAP</b> como equivalente a los Estándares de Producción y procesamiento de la Unión Europea para Terceros Países, IFOAM	Guatemala, El Salvador, México y Honduras  Co-Certificación con Naturland, BIO SUISSE, CERES, Soil Association, BCS Öko-Garantie GmbH e ICS.
Inglaterra	Soil Association Certification Ltd.	IFOAM, Estándares de Producción y procesamiento de la Unión Europea para Terceros Países	Belice, Bosnia y Herzegovina, Camerún, Colombia, Ecuador, Egipto, Ghana, Irán, Kenya, Nigeria, Sudáfrica, Tailandia, Uganda, Estados Unidos, Venezuela, etc.
Italia	Istituto per la Certificazione Ética e Ambientale –ICEA	USDA-NOP, JAS, Regulación 834/2007 de la Comunidad Europea, CAAQ e IFOAM	Italia, Albania, Croacia, Grecia, Moldavia, Siria, Turquía, Rumanía, y México. Para mayor información de la Representación de México véase "Metrocert"
	<b>** BIOAGRICERT AMERICA S. de R. L.</b>	USDA-NOP, JAS, BIOSUISSE, CAAQ, Regulación 834/2007 de la Comunidad Europea	Italia, Ecuador, México, Corea del Sur, Tailandia, China, Colombia, Brasil, Bulgaria, Rumanía, Turquía, Serbia.
Japón	Japan Organic & Natural Foods Association (JONA)	IFOAM y Reglamento JAS	Japón, China y Taiwán
México	<b>** CERTIMEX</b>	Estándares de Producción y procesamiento de la Unión Europea para Terceros Países, USDA-NOP, JAS, CAAQ y Regulaciones privadas como BIOSUISSE, CERES, Naturland y Fairtrade.	México.  Representaciones Regionales: Cd. De México, Michoacán, Chiapas y Oaxaca.

	<b>** México Tradición Orgánica, S.A. de C.V. (Metrocert)</b>	USDA-NOP, JAS, Regulación 834/2007 de la Comunidad Europea, CAAQ Y Regulaciones privadas como IFOAM y Fairtrade	México Representación en América del Norte del Instituto per la Certificazione Ética e Ambientale—ICEA. Para mayor información ver: ITALIA
Suiza	Bio Suisse	Regulación 834/2007 de la Comunidad Europea, Regulación suiza y Estándares propios de BIO SUISE	Suiza
	<b>** Institute for Marketecology (IMO)</b>	NOP-USDA, JAS, Regulación 834/2007 de la Comunidad Europea, Regulaciones nacionales de países varios y privadas como BIOSUISE, remeter, Naturland, entre otras.	Alemania, Bolivia, Bosnia, Brasil, Bulgaria, Colombia Chile, China, Croacia, Nicaragua, El Salvador, España, Estados Unidos, Etiopia, Ghana, Guatemala, Honduras, India, Indonesia, Irlanda, Kenia, México, Medio Oriente, Rep. Dominicana Suiza; total de 90 países.

**\*\* Agencias de Certificación que operan en México según SOMEXPRO.**

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos obtenidos del Servicio Internacional de Acreditación Orgánica (IOAS-IFOAM) ; lista de la Unión Europea sobre Cuerpos de Acreditación Reconocidos y sitios web de las Agencias de Certificación citadas. Disponibles en:  
<http://www.mayacert.com>; <http://www.metrocert.com> ; <http://www.imo.ch>; <http://www.icea.info>; <http://www.certermexc.com>; <http://www.ceres-cert.com>;  
<http://www.bio-suisse.ch>; <http://tilth.org>; <http://www.bcs-oeko.com>; <http://www.demeter.net>; <http://www.bioland.de>; <http://www.soilassociation.org>  
<http://www.naturland.de>; <http://www.oia.com.ar>; <http://www.bioagricert.org>; <http://www.argencert.com.ar>; <http://www.jona-japan.org>; <http://www.ocia.org>/  
<http://agr.wa.gov>; <http://www.ioas.org>; [http://ec.europa.eu/agriculture/organic/consumer-confidence/inspectioncertification\\_en](http://ec.europa.eu/agriculture/organic/consumer-confidence/inspectioncertification_en)



## **CAPÍTULO 2**

### **EL COMERCIO JUSTO**

#### **2.1 Antecedentes del Comercio Justo**

##### 2.1.1 El Comercio Internacional Actual

El comercio internacional ha demostrado ser un efectivo catalizador para el desarrollo de los países. Ejemplo de ello han sido Reino Unido, Estados Unidos, Japón, etc. Sin embargo, el funcionamiento del comercio actual ha sido establecido bajo intereses específicos, llevando a que las “bondades del mercado” sólo sean favorables para unos cuantos.

Grosso modo, los principales modelos económicos del comercio internacional actual (que son mayoritariamente de corte liberal) hablan de un comportamiento del mercado a través de la ley de oferta y demanda -así como de las relaciones de intercambio derivadas de dicha interacción- el cuál, reeditaré benéficamente para las partes involucradas traduciéndose en un efecto multiplicador positivo en todos los ámbitos (social, económico, político, etc.). En caso de existir anomalías dentro de su funcionamiento, las propias condiciones del mercado desencadenarían los ajustes necesarios para restablecer el equilibrio, siempre que no intervengan factores externos.

Sin embargo, históricamente han sido propiamente estos factores externos al mercado, como el uso del poder por parte de los Estados, que tienen esa capacidad de coacción en la búsqueda de las mejores condiciones para su fortalecimiento, los que han establecido las directrices de operación del mercado, lo que deriva en relaciones comerciales donde el juego de “suma cero”<sup>101</sup> para alguna de las partes es una flagrante constante.

---

<sup>101</sup> Si la diferencia de poder es enorme, el menos fuerte puede verse en una situación de no beneficio y “aceptar” el intercambio para que la pérdida sea menor. Gonzalo Sichar, et. al., “Comercio Justo ¿Una alternativa real?”, Fundación Cideal-Setem, España, 2002, p. 11.

El mercantilismo y su proceso colonial en manos de España y Portugal; el liberalismo y el surgimiento de una nueva forma de dependencia articulada por factores de orden económico de las nuevas naciones hacia la nueva potencia inglesa; la intervención política y económica ejercida por Estados Unidos tras las dos guerras mundiales en los países en desarrollo considerados como su zona natural de influencia; o el actual orden neoliberal donde las principales economías del mundo se han agrupado en instancias como el G-7<sup>102</sup> para acordar los principios que regulan las relaciones económicas mundiales, excluyendo deliberadamente a los países y sobrepasando a organismos internacionales que promueven la igualdad entre estados, son algunos ejemplos de que el comportamiento del mercado no actúa bajo su libre cause.

Las políticas implementada por el sistema de Bretton Woods a través del Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial, o a través del Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT por sus siglas en inglés), hoy la Organización Mundial de Comercio, han arrojado un balance que es ampliamente criticado puesto que los resultados obtenidos son contrarios a los objetivos perseguidos<sup>103</sup>, causando intercambios comerciales desiguales, un abrupto aumento de la pauperización mundial<sup>104</sup> y escaso desarrollo económico, sólo por mencionar algunos de los más destacados.

Es fundamental señalar que no todo puede ser atribuido al sistema operante ya que existen ejemplos plausibles, aunque escasos, de cómo países en vías de desarrollo han sabido aprovechar a su favor los canales existentes, mejorando

---

<sup>102</sup> Son los países más industrializados y en su momento las economías más influyentes del planeta: Estados Unidos, Japón, Alemania, Canadá, Italia, Francia y Reino Unido. Joseph Stiglitz, "El malestar en la globalización", Taurus, México, 2002, p. 39.

<sup>103</sup> Reducción de la pobreza, tasas de desarrollo y crecimiento económicos sostenidas, relaciones comerciales equilibradas, eliminación de subsidios, estabilidad financiera, transparencia, competitividad, etc.

<sup>104</sup> Se estima que 1,400 millones de personas en el mundo subsisten con un ingreso de 1.25 dólares al día. Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola, "Informe sobre pobreza rural 2011", Italia, 2011, p. 16. De junio de 2010 a la fecha 44 millones de personas más se han sumado a esta cifra, producto al aumento en los precios de los alimentos. Dato disponible en el Centro de Noticias ONU disponible en <http://www.un.org>, [consulta: 21 de febrero de 2011].

así sus condiciones<sup>105</sup>. Lo anterior muestra que también son muchos los factores internos<sup>106</sup> que han favorecido a instauración de estos patrones, por lo cuál, los países deben de aceptar su parte de responsabilidad, empero, “eso no constituye una excusa para un régimen de comercio internacional que les haga la vida más difícil”<sup>107</sup>.

La distorsión del comercio es producto de los dobles discursos por parte de los países desarrollados, al promover la aplicación de una política comercial liberalista por parte de los países en vías de desarrollo como estrategia para mejorar sus condiciones, siendo que –en sentido contrario- sus políticas están entramadas en la protección de sectores estratégicos como el agrícola o los de alto contenido tecnológico, en los que los países en vías de desarrollo no poseen ventajas comparativas, o por su complejidad o contenido tecnológico no pueden competir.

A mediados de la década de 1960 ya existía un reconocimiento tácito de que el sistema comercial mundial era injusto. Los países en vías de desarrollo se agruparon en el marco de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD por sus siglas en inglés) bajo la consigna de “comercio, no ayuda”<sup>108</sup> exigiendo, más allá de apoyos asistencialistas, condiciones y reglas de comercio que les permitiera crecer por medios propios.

Sin embargo, lejos de plantearse una propuesta favorable en el principal canal de negociación -el seno del GATT- , las negociaciones comerciales se fueron

---

<sup>105</sup> Los países recientemente industrializados (NIC's por sus siglas en inglés) como Singapur, Corea del Sur y Hong Kong, por mencionar algunos, son ejemplos de países que han logrado un gran desarrollo. Stiglitz, op. cit., p.121-138.

<sup>106</sup> Corrupción, falta de compromiso por parte de la clase gobernante, inoperancia de un plan nacional, sectores económicos desarticulados, etc.

<sup>107</sup> Joseph Stiglitz, “Comercio justo para todos. Cómo el comercio puede promover el desarrollo”, Taurus, México, 2007, p. 12.

<sup>108</sup> Sichar, op. cit., p. 45.

tornando más desventajosas, siendo la Ronda Uruguay la de mayor repercusión.<sup>109</sup>

A mayor abundamiento, las negociaciones comerciales dentro de la propia UNCTAD tuvieron una respuesta pobre y reducida, mediante las concesiones unilaterales que dieron los países desarrollados a los países en desarrollo mediante el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)<sup>110</sup>, pues ese carácter de unilateralidad las hizo, en los hechos, muy vulnerables.

Con el tiempo, el eco crítico en torno a estas decisiones cobró fuerza, incluso al interior de los foros de estas instituciones, proponiéndose por primera vez en la en la OMC, en la negociación celebrada en Doha<sup>111</sup>, “abordar el problema de la marginación de los países menos adelantados en el comercio internacional, insinuándose una referencia de que el comercio internacional no funciona con justicia”<sup>112</sup>, incluyendo los sectores altamente protegidos por los países desarrollados. Los resultados no han sido los esperados ya que los acuerdos en temas estratégicos (agricultura e industria textil) han sido constantemente postergados, preservándose prácticamente las mismas condiciones implantadas hace más de medio siglo.

Las empresas multinacionales, debido a su poder económico e influencia política, han sido determinantes en el establecimiento de diversos acuerdos que

---

<sup>109</sup> Las negociaciones de la Ronda Uruguay 1986- 1993 fue el más ambicioso conjunto de negociaciones de la historia. Incluyó reducciones en los aranceles y las tarifas no arancelarias en bienes industriales y agrícolas, además de textiles y prendas de vestir e intentó extender las reglas multilaterales a nuevas áreas como los servicios y la propiedad intelectual. Stiglitz, op. cit., p. 82.

<sup>110</sup> Consiste en concesiones temporales otorgadas por países industrializados, como Estados Unidos, Unión Europea o Japón, en materia de exención arancelaria para las exportaciones procedentes de países en vías de desarrollo a fin de coadyuvar en el fortalecimiento de sus economías. Stiglitz, op. cit., p. 87.

<sup>111</sup> La Ronda Doha, realizada en 2001, fue considerada como la Ronda del Desarrollo ya que se plantearon puntos de gran preocupación para los países en desarrollo como parte de la estrategia para lograr los Objetivos del Milenio. Se buscó la apertura de mercados en los sectores agrícola, industrial y de servicios en beneficio del mundo en desarrollo. Íbidem., p. 95-105.

<sup>112</sup> Sichar, op. cit. p. 12.

resulten favorables para su crecimiento, dejando fuera los intereses de los pequeños productores.

Ante la falta de soluciones por parte de las instituciones internacionales surge el movimiento de Comercio Justo, como parte de una crítica social al sistema de relaciones internacionales y de denuncia de las injusticias del modelo comercial internacional que impera en la actualidad.

### 2.1.2 El nacimiento del Comercio Justo como alternativa al Sistema Comercial Actual

Paralelamente al desarrollo del comercio internacional, el movimiento de Comercio Justo comenzó a tener sus primeros antecedentes en la década de 1940 en Estados Unidos, mediante movimientos sociales impulsados a través de instituciones como “Diez mil pueblos<sup>113</sup>”, dedicadas a la importación de bordados de artesanos de Puerto Rico, o la organización “Intercambio de ventas para la Vocación y Rehabilitación de Refugiados”<sup>114</sup> (SERRV por sus siglas en inglés), destinada al apoyo de la población europea en la etapa de posguerra, estableciendo su primer tienda en 1958.

En el continente europeo los primeros indicios de un Comercio Alternativo, como también se denomina al Comercio Justo, se desarrollaron en Reino Unido en la década de 1950 a través de Oxfam<sup>115</sup>, mediante la comercialización en sus

---

<sup>113</sup> Ten Thousand Villages inicia en 1946 como un proyecto de venta de manualidades elaboradas por artesanos puertorriqueños para mejorar sus condiciones de vida. Gradualmente, se fue consolidando como una red de minoristas de productos de comercio justo que colaboran para fomentar mejores oportunidades económicas para los artesanos en los países en vías de desarrollo. Información obtenida en <http://www.tenthousandvillages.com> [consulta: 22 de febrero de 2011].

<sup>114</sup> Sales Exchange for Refugee Rehabilitation and Vocation fue fundada en 1949 con la finalidad de apoyar a los refugiados en Europa para impulsar su recuperación económica y social tras la Segunda Guerra Mundial mediante la importación de manualidades europeas para ser vendidas en los Estados Unidos. Actualmente es una organización internacional sin fines de lucro cuya labor es la de favorecer la erradicación de la pobreza brindando oportunidades y apoyo a artesanos y campesinos en el mundo mediante la venta de sus productos. Información disponible en <http://www.serrv.org/> [consulta: 22 de febrero de 2011].

<sup>115</sup> Surge del Comité de Oxford de ayuda contra el hambre (OXFAM por sus siglas en inglés), fundado en Reino Unido en 1942. Brindó ayuda alimentaria a la población griega durante la ocupación alemana en la Segunda Guerra Mundial. Posteriormente se dedicó a implementar

tiendas de manualidades elaboradas por refugiados chinos, consolidando en 1964 la primera organización de Comercio Justo.

Paralelamente, en Holanda también existía una efervescencia en torno al comercio solidario producto de la simpatía generada por el movimiento de los países del tercer mundo, causando el establecimiento de múltiples organizaciones de corte religioso o civil que buscaban actuar en consecuencia, surgiendo tres vertientes principales.

Por un lado, la organización Fair Trade Original<sup>116</sup> comienza a importar desde 1967 productos artesanales de los países en desarrollo para venderlos por catálogo a través de grupos de solidaridad e iglesias. En esta dinámica, se inaugurara en 1969 la primera “tienda solidaria”<sup>117</sup>, iniciándose una cadena que en solo dos años ya sumaba 120 tiendas de este tipo, difundiéndose a otros países como Alemania, Francia, Suiza, Austria, Suecia, Bélgica e Inglaterra.

Estas tiendas solidarias brindaron a Fair Trade Original un canal de comercialización más estable. En 1973 se incorporó a este sistema el primer producto alimentario importado de las cooperativas guatemaltecas: el “Indio Solidarity Coffee”. Con la incorporación del café las ventas sobrepasaron a las de las artesanías; este crecimiento dio lugar a un replanteamiento y una

---

programas de desarrollo a largo plazo para comunidades vulnerables, convirtiéndose en una confederación de 14 organizaciones Oxfam con sedes en 14 países, incluido México, integrándose al movimiento mundial para combatir las reglas de comercio injustas, el cambio climático y demandando mejores sistemas educativos y de salud para todos. Para mayor información véase <http://www.oxfam.org> [consulta: 22 de febrero de 2011].

<sup>116</sup> Fundada en 1959, S.O.S. Wereldhandel o Fair Trade Original parte de una organización caritativa de jóvenes católicos que inicialmente tenían como finalidad realizar una colecta de leche en polvo para la población en Sicilia. Posteriormente se establece como fin recabar fondos para el desarrollo de proyectos que permitiese a regiones en marginación desarrollar actividades que les permitiese subsistir. Ante el surgimiento del movimiento de los países del tercer mundo, comienza a importar artesanías de países como Haití, para mayor información véase [www.fairtrade.nl/EN](http://www.fairtrade.nl/EN), [consulta: 22 de febrero de 2011].

<sup>117</sup> A raíz de la proliferación de estas tiendas conocidas como “Tiendas del tercer mundo”, “Tiendas del mundo” o “Tiendas del desarrollo”, se creó en 1994 la Red Europea de Tiendas del Mundo (NEWS por sus siglas en inglés) con la finalidad de coordinar las estrategias para promover el Comercio Justo a lo largo de sus más de 3000 tiendas establecidas en 20 países europeos. WFTO, *Sixty years of Fair Trade*, disponible en <http://www.wfto.com/>, [consulta: 23 de febrero de 2011].

discusión ideológica sobre los objetivos del comercio justo: abocarse a sólo puntos de venta determinado o pugnar por otras vías de comercialización.

En torno a este debate se crea en 1988, a raíz de la caída de los precios internacionales del café, la primera marca de calidad de comercio justo, Max Haveelar, estableciéndose los primeros sellos para certificar la calidad y procedencia de los productos bajo las normas de este tipo de comercio, permitiendo una mayor apertura comercial.<sup>118</sup>

La proliferación de organizaciones no gubernamentales respecto a este nuevo concepto de intercambio comercial, que inició en los países del Norte para fomentar el desarrollo, también cobró auge en los países del Sur, principalmente en América Latina, Asia y África, surgiendo instituciones<sup>119</sup> que establecieron enlaces con sus contrapartes del Norte basados en la cooperación, transparencia y sobretodo en relaciones de equidad.

A mediados de los años 70, las diversas Organizaciones de Comercio Justo alrededor del mundo empezaron a reunirse informalmente en conferencias, surgiendo la necesidad de establecer una asociación que agrupara a todos los involucrados y así crear tanto un orden como un canal de comunicación formal, fundándose a finales de la década de 1980 la Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA por sus siglas en inglés),<sup>120</sup> la Asociación Internacional de Comercio Justo (IFAT)<sup>121</sup> y la Red Europea de Tiendas del mundo (NEWS)<sup>122</sup>.

---

<sup>118</sup> Rubén Torres Medina; et. al, "Comercio Justo: una alternativa de desarrollo para los pequeños productores", *Synthesis*, núm. 46, México, Universidad Autónoma de Chihuahua, abril-junio, 2008, pp. 1-4.

<sup>119</sup> En el caso de México un gran número de estas instituciones están consolidadas bajo la figura de Cooperativas Campesinas o Asociaciones homólogas a las creadas en los países desarrollados.

<sup>120</sup> European Fair Trade Association, establecida en 1987, es una asociación de las 11 organizaciones importadoras más grandes de Europa situadas en nueve países: Austria, Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Holanda, España, Suiza y Reino Unido. Su labor es la de fomentar la cooperación, intercambio de información e identificación de proyectos de desarrollo. <http://www.european-fair-trade-association.org/efta/> [consulta: 22 de febrero de 2011].

<sup>121</sup> International Fair Trade Association fue fundada en 1989 como una red global de las Organizaciones de Comercio Justo en 70 países, que apuntan a mejorar la calidad de vida de productores en desventaja, a través del comercio y proveyendo un foro para el intercambio de

Posteriormente, y ante la introducción cada vez mayor de diversos sellos de certificación como Max Havelar, se consolidó la Organización de Certificación de Comercio Justo (FLO por sus siglas en inglés)<sup>123</sup>.

Estas cuatro organizaciones emblemáticas del movimiento internacional de Comercio Justo, aglutinadas en FINE<sup>124</sup>, trabajan en conjunto para establecer una homologación de conceptos y estrategias que fortalezcan su labor.

El Comercio Justo se ha consolidado no sólo en el ámbito social, también es un tema que ha cobrado relevancia en la agenda política de diversos foros como el Parlamento Europeo o la Organización de las Naciones Unidas.

## **2.2 Generalidades del Comercio Justo**

### **2.2.1 Definición**

Así como el movimiento orgánico apuesta por un nuevo modelo de producción, el Comercio Justo surge como un planteamiento alternativo de reestructuración del comercio actual (donde los beneficios no llegan a todos por igual), mediante la instauración de relaciones comerciales basadas en la confianza y cooperación entre productores y consumidores, condiciones de trabajo “humanas”<sup>125</sup> basadas en el respeto a los derechos humanos, precios justos<sup>126</sup> y acceso a mercados para los productores marginados, estableciendo canales de comercialización

---

información e ideas. Actualmente es conocida como la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO). <http://www.wfto.com> [consulta: 22 de febrero de 2011].

<sup>122</sup> Véase nota al pie de página no. 113.

<sup>123</sup> Fairtrade Labelling Organisation International surge en 1997 y es la encargada de establecer los estándares internacionales para los productos de Comercio Justo, certificar la producción y de etiquetar los productos. [http://www.fairtrade.net/history\\_of\\_fairtrade.0.html](http://www.fairtrade.net/history_of_fairtrade.0.html) [consulta: 22 de febrero de 2011].

<sup>124</sup> Acrónimo formado por las iniciales de FLO, IFAT, NEWS y EFTA. Estas organizaciones empezaron a reunirse en 1998 y cuando trabajan juntas son conocidas bajo esta denominación. El objetivo de FINE es permitir que estas redes y sus miembros colaboren en importantes áreas, tales como promoción, defensa pública y campañas, estándares y monitoreo del Comercio Justo. Información disponible en <http://www.wfto.com> [consulta: 23 de febrero de 2011].

<sup>125</sup> Entiéndase como la existencia de condiciones laborales seguras, remuneradas acorde a la intensidad del trabajo a realizarse y sobretodo que se asegure que con dicho ingreso los trabajadores podrán tener condiciones de vida dignas.

<sup>126</sup> Un precio justo es aquel que sea determinado por los gastos generados durante el proceso de producción y la aportación de un excedente que pueda ser dirigido a proyectos de desarrollos dentro de las comunidades y una plena satisfacción de las necesidades básicas. Sichar, op. cit., p.48.

que prescindan de la cadena de intermediarios que absorben gran parte de las ganancias, protección y uso racional de los recursos naturales, por mencionar algunos elementos. Tras un consenso al interior de FINE se definió al Comercio Justo como:

*“Una sociedad comercial, basada en el dialogo, transparencia y respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sustentable ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Las Organizaciones de Comercio Justo, auspiciadas por los consumidores, están activamente comprometidas en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para fomentar el cambio en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional”<sup>127</sup>.*

También se han establecido cinco principios básicos<sup>128</sup> que, tras ser desarrollados de las experiencias compartidas de Organizaciones de Comercio Justo durante muchos años, plasman la diversidad de las relaciones de comercio alternativo y los objetivos que se persiguen en este movimiento.

### 2.2.2 Principios Básicos del Comercio Justo

#### ➤ Acceso al mercado para productores marginados

El Comercio Justo es una alternativa al comercio tradicional, que ofrece a los productores vías para comercializar sus productos, que, además de tener en cuenta criterios económicos, atienden a valores sociales y ecológicos.

Este mercado se caracteriza por una reducción considerable de la intermediación, permitiendo que la mayor parte de las ganancias sean para los

---

<sup>127</sup> Carta de principios de Comercio Justo aprobada por FINE en enero de 2009. Disponible en <http://www.wfto.com> [consulta: 23 de febrero de 2011].

<sup>128</sup> Acceso al mercado para productores marginados, relaciones comerciales sustentables y equitativas, creación de capacidad y empoderamiento, promoción y sensibilización de los compradores, Comercio Justo como un contrato social. *Ibidem*.

productores, mejorando su calidad de vida e invirtiendo en el desarrollo de sus comunidades.

Aunque los productos agrícolas básicos representan el grueso del volumen en las ventas de comercio justo, la lista de productos disponibles se incrementa cada año, incluyéndose productos procesados como cerveza o vino<sup>129</sup>, ya que parte de los objetivos del comercio justo o alternativo es favorecer el ingreso a los mercados, de artículos con un mayor valor agregado (nicho del que los pequeños productores son excluidos en el mercado convencional), favoreciendo a que obtengan mejores ingresos, combatiéndose con ello el dogma de ser exclusivamente exportadores de materias primas.

➤ Relaciones comerciales sustentables y equitativas

La base económica de las transacciones en el Comercio Justo considera los costos de producción directos (insumos) e indirectos (protección de los recursos naturales, respeto a los derechos de los trabajadores, etc.).

Las condiciones comerciales ofrecidas por los compradores en el comercio alternativo, ya sea formas de pago y precio (incluido el pre - financiamiento en caso de ser requerido) están determinadas por la evaluación de factores económicos, sociales y ecológicos, y no sólo por las condiciones del mercado.

Compradores y productores establecen líneas de cooperación y compromiso basadas en la transparencia (ya que existe un conocimiento cercano de la contraparte a través del intercambio de información), creando vínculos a largo plazo que permite a las comunidades, por un lado, una planeación futura para su desarrollo, y por otro lado, los consumidores además de obtener con este sistema productos de calidad, reciben beneficios colaterales (fomentando la preservación del medio ambiente de manera indirecta, combate a la pobreza y a las relaciones comerciales injustas, por mencionar algunas).

---

<sup>129</sup> Archer Candace, Stefan Fritsch, "Global fair trade: Humanizing globalization and reintroducing the normative to international political economy", en Review of International Political Economy, No. 1, Volúmen 17, Routledge Taylor and Francis Group, Estados Unidos, 2010, p. 108.

➤ Creación de capacidad y empoderamiento

Otra forma de cooperación dentro de las relaciones de comercio justo es por medio de la capacitación de las organizaciones productoras para comprender el funcionamiento y tendencias del mercado, así como desarrollar un mayor conocimiento, habilidades y recursos para ejercer un mejor control e influencia sobre sus vidas y su entorno de forma responsable, maximizando así la potencialidad del desarrollo comunitario.<sup>130</sup>

En caso de actividades donde se elaboren productos con mayor valor agregado, se asesora a las comunidades a implementar sistemas de producción eficiente, sustentables y, sobretodo, acorde a las condiciones locales (considerando acceso a servicios básicos como agua, drenaje o luz).

➤ Promoción y sensibilización de los compradores

Las campañas de concientización buscan establecer nuevos patrones de conducta entre la población al momento de realizar sus compras, ya sea que más allá de reconocer el valor de los productos empleando como criterios su nivel de procesamiento, tecnificación, calidad o precio, se incorporen interrogantes respecto al proceso de elaboración seguido y si en éste se efectuó una gestión adecuada de los recursos naturales, respeto a los derechos de los trabajadores, origen de los productos (si fue realizado en países en vías de desarrollo) y reevaluación del trabajo artesanal sobre la producción en serie. También se busca exaltar la predilección de artículos locales sobre los exportables en caso de que dichos productos sean elaborados en la región.

Los consumidores al adquirir productos de Comercio Justo provenientes de zonas marginadas, deberán ser informados de la localidad de origen de los mismos, obtenido un panorama de la situación de los productores y el desarrollo paulatino que se logre en las comunidades gracias al vínculo comercial establecido.

---

<sup>130</sup> Carta de principios de Comercio Justo, op. cit.

De esta forma los consumidores obtienen productos de calidad, con la garantía de que cuentan con un valor agregado de impacto social, ambiental y económico.

➤ Comercio Justo como un contrato social

Las transacciones de Comercio Justo están dadas con un contrato social implícito en el cual los compradores (incluido el consumidor final) están dispuestos a tener una mayor participación de la que se tiene en el mercado convencional mediante el establecimiento de una relación comercial y el compromiso a largo plazo con los productores basados en el dialogo, transparencia y respeto. Los grandes compromisos que son adquiridos por los compradores radican en acordar el pago de precios justos, proveer pre-financiamientos en caso de que la organización productora no cuente con el soporte económico o dotar de apoyo para la capacitación.<sup>131</sup>

En retribución, los productores usan los beneficios del Comercio Justo para mejorar sus condiciones económicas y sociales, especialmente la de los miembros más desfavorecidos de la comunidad u organización. De esta manera, el Comercio Justo no es un acto caritativo sino una sociedad para el cambio y desarrollo a través del comercio.

Es importante recalcar que dentro del Comercio Justo se busca un apego estricto a sus principios aunque flexible en su implementación ya que no todos los contextos son iguales<sup>132</sup>. Por ende, los mecanismos empleados deberán

---

<sup>131</sup> En el comercio convencional los precios son determinados por las bolsas internacionales en el caso de los commodities o las tendencias del mercado (la saturación del mercado lleva a una caída de los precios internacionales, sin contemplar el impacto en los pequeños productores). Los esquemas de financiamiento se gestionan a través de instancias de crédito, que usualmente establecen tasas de interés variable que restringe o niega su acceso a pequeños productores. Los costos de capacitación corren por cuenta del productor, que en la mayoría de los casos, al no contar con la solidez económica prescinde de esta opción, perdiendo la posibilidad de mejorar su calidad, competitividad o mejor gestión de los recursos.

<sup>132</sup> El Comercio Justo si bien promueve la inclusión de productores y trabajadores marginados, promueve que estas relaciones no sean exclusivas de vínculos Norte-Sur, también hay interacciones Norte-Norte o Sur-Sur. Por lo anterior, las condiciones evidentemente serán muy particulares, dependiendo la región y la actividad.

ajustarse a dichas condiciones. El Comercio Alternativo o Justo ha sido articulado de forma diferente en cada país, aunque es coincidente en los aspectos o principios del movimiento.

### 2.2.3 Características del Comercio Justo

El Comercio Justo, si bien busca una reestructuración del comercio internacional mediante la concertación de compromisos más profundos entre los actores de la cadena comercial, implementa además de sus propios principios, otros elementos sociales que prevalecen en el sistema convencional como los derechos laborales, equidad de género y combate a la discriminación, entre otros, que han sido promovidos por instancias como la Organización Mundial del Trabajo, coadyuvando a un enriquecimiento del movimiento e incrementando sus alcances.

Dentro de los principales elementos laborales, aplicados al Comercio Justo destacan:

- *Elección libre del empleo, derechos de asociación y negociación colectiva:* Se promueve la participación en la toma de decisiones al interior de las organizaciones productoras así como funcionamiento democrático de las mismas, por lo cual, la organización colectiva de productores y trabajadores es primordial para el Comercio Justo, ya sea para la concertación de acuerdos que beneficien a la comunidad o para hacer que se respeten sus derechos en caso de existir irregularidades.
- *Condiciones laborales dignas en un entorno higiénico y seguro, jornadas laborales y trato digno:* las operaciones de transacción deberán basarse en condiciones transparentes y justas, plasmadas en contratos escritos, donde se pacten condiciones salariales acordes a las necesidades de los trabajadores, precio de los productos y tiempos de entrega que no

establezcan jornadas laborales excesivas o que pongan en riesgo la integridad de los trabajadores.<sup>133</sup>

- *Prohibición de la discriminación:* El empoderamiento de la mujer o de grupos vulnerables es un factor clave para el desarrollo. Por tal motivo, se busca fomentar la capacitación, fortalecimiento e inclusión en la toma de decisiones colectivas, en una remuneración igualitaria al hombre o a otros grupos.
- *Respeto a los derechos infantiles:* El trabajo infantil es una constante en las unidades de producción familiar o en las comunidades rurales, por lo tal se permite su inclusión siempre que reciban un pago equitativo al de cualquier trabajador pero proporcional a su jornada laboral, que deberá establecerse con base en la salvaguardia de su bienestar, permitiendo su preparación académica y satisfacción de periodos de juegos o actividades propias de su edad.

El énfasis dado a estas cuestiones, a pesar de estar contempladas en muchas legislaciones nacionales, se debe a la condicional de que la relación de explotación esta sustentada en condiciones de marginación. El cumplimiento cabal de estas regulaciones de corte laboral es uno de los principales retos para el Comercio Justo.

Otros elementos que son reiterados en los principios del Comercio justo son:

- *Mejoramiento continuo de la producción y el comercio para reducir el impacto ambiental:* Mediante la capacitación se busca implementar el uso responsable de los recursos, reducción del gasto de energía de fuentes no renovables y mejora del manejo de desperdicios. En este punto, **el movimiento orgánico es una alternativa sustancialmente compatible.**<sup>134</sup>

---

<sup>133</sup> Un ejemplo de ello se da en la pizca de café, donde las condiciones climáticas en determinados horarios pueden producir deshidratación, insolación o quemaduras. Por lo mismo, se recomienda la realización de la actividad sólo en ciertos momentos del día.

<sup>134</sup> Más adelante se realizará una comparación entre ambos movimientos.

- a) *Verificación del cumplimiento e impacto del Comercio Justo*: Al ser el Comercio Justo una relación de confianza, es necesaria la realización de verificaciones para avalar el cumplimiento y respeto a los principios del movimiento. Esto se realiza a través del monitoreo y evaluación esporádicos con el fin de mantener la transparencia confirmando que el impacto económico de la comunidad sea real, que los salarios y jornadas laborales sean las establecida y detectar incumplimientos o propuestas de mejoras en algún aspecto particular.

Todo lo anterior forma parte de los factores que son seguidos ya sea por productores, importadores, organizaciones no gubernamentales y por los consumidores en el mundo a favor del Comercio Justo.

### **2.3 Estrategias de aplicación del Comercio Justo**

Ante el fortalecimiento de este movimiento y el creciente interés de los consumidores por exigir que se apliquen condiciones de mayor responsabilidad social o ambiental al interior de las empresas y sus procesos productivos, se ha propiciado el surgimiento de un Comercio Ético en el cual se aplican ciertos instrumentos de carácter laboral o sustentable aunque sus objetivos distan de los promovidos por el Comercio Justo

El Comercio Ético se sustenta en fomentar el cumplimiento de condiciones mínimas ya sea a través de códigos de conducta o estándares basados en normas internacionales sociales y laborales<sup>135</sup> (como el pago de salario mínimo y el derecho de asociación), de corte ambiental o sobre la producción de algún producto específico como el café. Si bien favorece al mejoramiento de las condiciones de trabajo de los productores o del medio ambiente, los parámetros

---

<sup>135</sup> Un ejemplo es la Norma SA 8000 (Responsabilidad Social) establecida en 1997 por la Social Accountability International (SAI) que es una organización internacional dedicada a mejorar el ambiente de trabajo y evitar la explotación laboral. La SA 8000 promueve la implementación de los principios establecidos por la Declaración Universal de los Derechos Humanos, diversas Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, la Mujer así como diversos convenios de la OIT, entre otros. Para mayor información consúltese <http://www.sa-intl.org> [consulta: 03 de marzo de 2011].

de exigencia son de impacto segmentado o limitado, con alcances menores a los promovidos dentro del Comercio Justo.

La gran diferencia entre ambos tipos de comercio es que el de corte ético tiene su origen en la década de 1990 como respuesta a una demanda creciente en los mercados del norte del planeta por productos con sustento social responsable, mientras que el Comercio Justo surgió en los años 60 para dar una solución estructural a la inquietud de promover la justicia social mediante el cambio de reglas del comercio internacional.<sup>136</sup> Por lo anterior, se puede hablar de que el Comercio Justo puede ser ético, aunque no existe necesariamente correspondencia entre Comercio Ético y condiciones de justicia reales. La proliferación de organizaciones y empresas socialmente responsables han provocado una confusión con aquellas encausadas en el movimiento justo.

Por lo anterior, las organizaciones de comercio justo, que al inicio habían implementado mecanismos propios, no sólo acordaron la consolidación de los principios rectores del Comercio Justo, también, han establecido mecanismos conjuntos para responder a los retos y objetivos a corto, mediano y largo plazo que enfrenta este movimiento y brindar así una certeza a los consumidores de que tanto los bienes producidos como su comercialización pertenecen a este sistema.

Actualmente, existen dos estrategias para la implementación de las prácticas de Comercio Justo siendo la primera de corte alternativo y global, orientada a una relación de confianza dentro de una red exclusiva para los participantes del Comercio Justo y paralela a la estructura del comercio actual; la segunda estrategia denominada tradicional y dominante se sustenta en la idea de certificación de los productos para permitir su acceso a través de la red de comercio justo o canales de distribución convencional.<sup>137</sup>

---

<sup>136</sup> Ma. Del Carmen Cuéllar, Carola Reintjes; Los sellos y sistemas de garantía para el Comercio Justo, Icaria Editorial, España, 2009, p.103.

<sup>137</sup> Clasificación basada en: Xavier Montagut, Esther Vivas; ¿Adónde va el comercio justo? Modelos y experiencias, Icaria Editorial, España, 2006, p. 13.

### 2.3.1 La Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO) y su estrategia alternativa-global

La estrategia alternativa y global subraya el papel del productor en los países del Sur como aliado estratégico en la búsqueda por modificar el sistema actual, mediante una relación de colaboración para lograr un mutuo beneficio. Plantea la finalidad de transformar el sistema económico, político y social dominante que está basado en relaciones desventajosas para la mayoría de la población, consolidando una **Economía Solidaria**<sup>138</sup>.

Dentro de sus estrategias destacan las negociaciones con diversos actores en los ámbitos antes mencionados, consolidación de canales paralelos o alternativos a los existentes cuyas piedras angulares sean la equidad, la colaboración y la solidaridad entre los actores involucrados (productores, comercializadores, consumidores, etc.).

Ante la incapacidad de las instituciones internacionales, gobiernos y empresas para fomentar mejores condiciones comerciales, surge la denominada en su momento como Federación Internacional de Comercio Alternativo (IFAT por sus siglas en inglés), un conglomerado de organizaciones interesadas en transformar las reglas comerciales imperantes y el establecimiento de una vía alternativa donde se evitaran los vicios del comercio convencional.<sup>139</sup>

La Organización Mundial de Comercio Justo, antigua IFAT<sup>140</sup>, es un cuerpo de representación mundial con sede en Holanda que cuenta con 5 estructuras regionales (correspondientes a América Latina, África, Europa, Asia y América

---

<sup>138</sup> Entiéndase como un modelo alternativo que involucra, principalmente, a productores en pequeña escala, generalmente, en situación de desventaja. Propone una mirada crítica al sistema actual, el cuál está basado en la rentabilidad, enfocándose en aspectos sociales, económicos y ambientales, con acciones basadas en conceptos como solidaridad, equidad, justicia, reciprocidad y transparencia, entre otros. Definición obtenida en: Comisión Interinstitucional de Comercio Justo y Solidario; *Plan estratégico 2009-2013 para impulsar el Comercio Justo y la Economía Solidaria*, Ministerio de Economía, Guatemala, 2009. Pág. 19.

<sup>139</sup> Información disponible en <http://wfto.com>. [consulta: 11 de marzo de 2013].

<sup>140</sup> La Federación Internacional de Comercio Alternativo, IFAT, cambió de nombre el 15 de octubre de 2008 por el de Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO por sus siglas en inglés). *Ibidem*.

del Norte- Cuenca del Pacífico) y conformado por cerca de 450 organizaciones comprometidas completamente con el Comercio Justo, logrando constituir una cadena alternativa que va desde la producción hasta los puntos de venta a través de su red internacional conformada en 75 países, consolidándose como la máxima exponente de esta estrategia de aplicación de Comercio Justo.

Esta organización contribuye al desarrollo sustentable ofreciendo mejores condiciones y salvaguardando los derechos de trabajadores y productores marginados, especialmente en el Sur, aunque no de forma exclusiva ya que también contempla a los productores de los países del Norte. Considera al Comercio Justo como una sociedad comercial basada en el dialogo, la transparencia, la colaboración y el respeto, la cual persigue mayor equidad en el mercado internacional.

Su objetivo es permitir a los productores mejorar su forma de vida así como la de sus comunidades, a través de la integración de un sistema alternativo de comercio. Esto se efectúa tras un amplio monitoreo de las organizaciones que están involucradas por medio de una vigilancia constante, conocimiento mutuo y confianza entre los integrantes de su red<sup>141</sup> para validar que todo el sistema cumpla con los lineamientos de Comercio Justo.

2.3.2 La Organización de Certificación de Comercio Justo (FLO) y su estrategia tradicional dominante.

Alternativo al plan de acción emprendido por WFTO, se ha implementado otra estrategia denominada “tradicional dominante” la cual concibe al Comercio Justo como una relación de los países del Norte con respecto al Sur, basada en transacciones comerciales duraderas donde se buscan garantizar salarios justos; condiciones de trabajo dignas; pre-financiamiento; pago de un sobreprecio a los productos y auspicio a proyectos de desarrollo comunitario, entre otros objetivos.

---

<sup>141</sup> Sus miembros son organizaciones de producción, comercialización, exportación, importación, transformación, redes nacionales y regionales de Comercio Justo e instituciones financieras.

El punto central de esta estrategia se basa en los productos y su comercialización, argumentando que un mayor volumen de venta incide positivamente al movimiento justo al aumentar los ingresos de los productores y asegurar un acceso a los mercados, incluyendo como aliados a las grandes cadenas de suministro.

Ante esta alternativa, se han creado diversas marcas o logotipos de autenticación<sup>142</sup>. El primer sello para productos de Comercio Justo fue promovido por la fundación holandesa Solidaridad mediante el logotipo Max Havelaar en 1988, apoyando a la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo en Oaxaca (UCIRI) y Centroamérica<sup>143</sup> para la comercialización de su café orgánico en Europa bajo las reglas del incipiente modelo alternativo de Comercio Justo.

El éxito de esta nueva estructura comercial detonó la proliferación de otras iniciativas de certificación en diversos países de Europa y Norteamérica<sup>144</sup>. Ello creó la necesidad de constituir una organización que coadyuvara a uniformar los criterios y competencias de cada una: Fairtrade Labelling Organisation (FLO).

La Organización de Certificación de Comercio Justo (FLO por sus siglas en inglés), actualmente principal representante de la estrategia tradicional dominante, fue fundada en 1997 con sede en Bonn, Alemania, con la finalidad

---

<sup>142</sup> Previo al establecimiento del primer sello de certificación de Comercio Justo, existían diversas marcas de fundaciones u organizaciones cuyo fin era el de apoyar a la comercialización de los productos de pequeñas comunidades a precios dignos.

<sup>143</sup> La organización UCIRI se fundó en 1984 como respuesta a la gran cadena de intermediación a la que están sujetos los productos de las pequeñas comunidades. Está constituida por campesinos caficultores pertenecientes a 56 comunidades localizadas en 20 municipios de la zona centro y norte del Istmo de Tehuantepec, Oaxaca, incorporando a cerca de 2600 productores a esta actividad. Sus principales destinos de exportación son Alemania, Holanda, Italia, Suiza, Japón, Bélgica, Francia, Canadá y Estados Unidos. Información disponible en: <http://uciri.org>. [consulta: 16 de marzo de 2011].

<sup>144</sup> Las 17 iniciativas de certificación fundadoras de FLO son: Max Havelaar (en Holanda, Bélgica, Suiza, Dinamarca, Noruega y Francia), Transfair (en Alemania, Austria, Luxemburgo, Italia, Estados Unidos, Canadá y Japón), Marca Fairtrade en Reino Unido e Irlanda, Rättvisemärkt en Suecia, y Reilu Kauppa en Finlandia. Para mayor información consúltese <http://fairtrade.net>.

de consolidar estándares de certificación internacional confiables, y así, facilitar la comercialización de productos de Comercio Justo, ya sea a través de puntos de venta propios o mediante canales de distribución convencionales, respaldados por el uso de un sello de certificación común que permita a estos productos ser distinguidos respecto al resto de los artículos convencionales disponibles en los anaqueles.

Actualmente, FLO está conformado por 19 iniciativas nacionales con cobertura en 24 países que promueven el Comercio Justo y autorizan el uso del sello a comercializadoras o concesionarias locales; 3 Redes de Productores pertenecientes a las regiones de Asia, Latinoamérica y África, constituidas bajo el sistema justo y cuyos miembros pueden emplear el sello sin requerir previamente de certificación; 3 organizaciones de comercialización con un rol similar a una iniciativa nacional y 2 miembros asociados (Estados Unidos y México).<sup>145</sup>

De la misma manera que en la estrategia global alternativa, el proyecto promovido por FLO persigue el empoderamiento de las comunidades más vulnerables por medio del comercio y condiciones de pago basadas en el costo real de la producción, apostando por la transformación del comercio internacional a través de los foros existentes como la OMC o negociaciones con empresas transnacionales que, interesados por formar parte de este nuevo nicho de mercado, se adhieran ya sea como comercializadores o productores bajo condiciones de comercio justo.

---

<sup>145</sup> Actualmente las iniciativas nacionales abarcan 15 países europeos, así como Australia, Canadá, Japón, Sudáfrica y Nueva Zelanda. Por su parte Corea, Hong Kong y República Checa han firmado su estatus como organizaciones de comercialización. A raíz del reordenamiento del sistema FLO en Estados Unidos se dio un cambio en su estatus, convirtiéndose en miembro asociado desde diciembre de 2011, rol que comparte con Comercio Justo México. Disponible en [http://www.fairtrade.net/fairtrade\\_near\\_you.html](http://www.fairtrade.net/fairtrade_near_you.html), [consulta 21 de marzo de 2013].

### 2.3.3 Debate actual entre la Organización de Certificación de Comercio Justo (FLO) y la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO)

Sea la estrategia global alternativa o de corte tradicional dominante, ambas coinciden en el reconocimiento de que, en las relaciones comerciales y económicas convencionales, priva condiciones de desigualdad e injusticia que laceran al grueso de la población, caracterizada por la falta de capacidad adquisitiva y condiciones básicas para una vida digna (acceso a sistemas de salud, educación o infraestructura, alimentación, salarios decorosos, etc.).

La controversia entre ambos enfoques radica en la implementación de las medidas pertinentes para fomentar la transformación de las reglas comerciales actuales que son adversas para los pequeños productores.

Por un lado, la estrategia global alternativa presidida por WFTO se sujeta a una estructura alterna, basada en la relación de conocimiento y confianza existente entre sus miembros, avalando con ello que todas las partes al interior de su red (productores, procesadores, comercializadores, compradores, etc.) operan bajo las directrices y principios de la organización y de la filosofía de Comercio Justo, por lo cual, condiciones como producción, transformación, comercialización y el establecimiento de precios son producto de relaciones equitativas, ajenas a condiciones de lucha de fuerza o contrapesos al interior.

Mediante esta validación brindada por el conocimiento de las partes, se puede hacer uso del logotipo de WFTO. Ello se aplica exclusivamente por las organizaciones, aunque, también, puede usarse en el etiquetado de sus productos. Sin embargo, contrario a los mecanismos de FLO, el proceso de certificación o el uso de una marca para las organizaciones o para productos no es considerado como prioritario ya que las organizaciones y los artículos comercializados en el seno de la estructura de WFTO cuentan con ese “valor agregado justo” que es garantizado por estar integrados en su red.

La estrategia de FLO, por su parte, apuesta por una interrelación comercial Norte-Sur dentro del esquema comercial dominante, basada en el establecimiento de cuestiones como precios mínimos o sobrepuestos, pre-financiamiento en caso de ser solicitado por los productores y el uso distintivo de un sello de certificación que avale el origen del producto para adentrarse en los canales de venta convencionales, especialmente dentro de las grandes cadenas de distribución, incrementando así los volúmenes de ventas y asegurando un mejor ingreso al productor.

Estas características son necesarias ya que, al estar en interacción con la dinámica comercial actual, las condiciones en temas importantes tales como negociaciones o establecimiento de precios, son dictadas por agentes en cuyo cálculo sólo consideran cuestiones como los volúmenes de oferta y demanda globales, excluyendo premisas como el valor agregado por manejo sustentable, condiciones particulares de los productores (sea pequeño productor o una transnacional), o el nivel de tecnificación en la elaboración de un bien determinado (si el proceso de elaboración fue realizado manualmente o en serie), entre otros aspectos.

Mientras que WFTO involucra a todos los actores de la cadena productiva, la labor de FLO sólo avala las condiciones de producción en origen y de venta, sin considerar a los actores intermedios (exportadores, transportistas, procesadores, distribuidores, etc.).<sup>146</sup>

La estrategia de WFTO, al sustentarse en redes propias, conlleva a un reducido espacio de comercialización de los productos de Comercio Justo en contraste con los productos disponibles por la vía convencional, dificultando el acceso a estos bienes al no existir actualmente puntos de venta proporcionales a los existentes en el comercio regular.

---

<sup>146</sup> Xavier Montagut, Esther Vivas; op. cit. p.22

Respecto al objetivo de FLO - contar con un sello de certificación- permite ubicar productos en cualquier punto de venta, fomentando un mayor consumo al ser fácilmente asequibles para el consumidor.

Sin embargo, el riesgo en esta estrategia de ventas masivas radica en la inclusión de empresas trasnacionales a la comercialización de estos productos, que lejos de reconocer las deficiencias del comercio actual, encuentran en el Comercio Justo un atractivo nicho de mercado con gran potencial, comenzando a abarcar gran parte de la demanda productos con marcas de empresas trasnacionales, con lo que se genera una latente amenaza de repetir el patrón convencional, donde la proporción mayoritaria de producción es asumida por las empresas trasnacionales relegando nuevamente a los pequeños productores.

El uso de un logotipo de autenticidad representa para WFTO sólo un emblema para las organizaciones parte del sistema y no como un fin a perseguirse. Contrariamente, FLO ha manifestado el uso de su sello como uno de las grandes finalidades de su labor.

El uso del logotipo WFTO, al ser empleado a nivel organizacional, alberga a diferentes tipos de artículos que van desde alimentos y materias primas hasta mobiliario o ropa. El sello manejado por FLO sólo cuenta con estándares para algunos productos<sup>147</sup> que, a pesar de que ha ido incrementándose su lista por la demanda de ciertos artículos en los últimos años, limita la posibilidad de obtener la certificación a un universo de artículos.

A pesar de las diferentes acepciones de aplicación del Comercio Justo, ambos sistemas poseen elevados niveles de exigencia en principios y estándares, mostrando semejanzas en cuanto a los objetivos. Por lo anterior, se han generado puntos de acuerdo entre WFTO y FLO como el establecimiento

---

<sup>147</sup> Los estándares FLO sólo están disponibles para los siguientes productos: a) alimenticios: cacao, café, té, azúcar, vegetales, frutas, cereales, hierbas y especias, oleaginosas, nueces, vegetales y frutas procesadas; b) no alimenticios: oro, flores y plantas, semillas de algodón, pelotas deportivas y madera. Lista de todos los estándares FLO, disponible en [http://www.fairtrade.net/all\\_standards.0.html](http://www.fairtrade.net/all_standards.0.html), [consulta: 24 de marzo de 2013].

conjunto de los Principios de Comercio Justo en 2008, producto de reuniones de trabajo durante dos años, siendo un avance en la consolidación de una estrategia conjunta con miras a fortalecer el alcance y los logros del comercio alternativo.<sup>148</sup>

Actualmente, ante la amenaza de la cada vez mayor proliferación de sellos de responsabilidad social, lejanos a las metas del Comercio Justo, ambas organizaciones se han establecido como meta conjunta evitar un desvío de la esencia del movimiento alternativo que pueda ser causado por la confusión de los consumidores y proteger a la estructura de intrusiones que sólo busquen emplear el nombre de Comercio Justo como estrategia de mercadotecnia.

Tanto FLO como WFTO enfrentan un gran reto al interior de sus estructuras. En el primer caso, la Organización de Certificación de Comercio Justo debe afrontar el factor de competitividad entre sus propios socios, ya que al albergar a pequeños productores y empresas de gran envergadura se está dando una gradual exclusión de los pequeños productores. Por ello, se deberá evaluar qué mecanismo aplicar para fortalecer el rol de los productores del sur.

En el segundo caso, la Organización Mundial de Comercio Justo, al propender a estándares de muy alta calidad al interior de su estructura, se encuentra en desventaja respecto al Comercio Ético que considera lineamientos de menor exigencia pero que, al incluir elementos de responsabilidad social, ha logrado un crecimiento importante, por lo que puede temerse un estancamiento del crecimiento del Comercio Alternativo. Para ello, la WFTO busca consolidar a través de la concientización de la población, el establecimiento del uso de una marca de certificación para las organizaciones de una forma más amplia y difundida que el uso actualmente observable.

Las estrategias de ambas organizaciones cubren ámbitos de acción fundamental, WFTO con la consolidación de un esquema comercial alternativo

---

<sup>148</sup> Ma. Del Carmen Cuéllar, Carola Reintjes; op.cit., p. 140-146.

basado en principios de colaboración entre sus miembros; FLO, como competencia directa de los productos convencionales en los mercados internacionales.

Cada una ha obtenido logros importantes respecto a la concientización de los consumidores para exigir que sus productos cubran con otras características que los del sistema comercial convencional, fomentando un crecimiento del concepto de Comercio Justo. Empero, el éxito de este comercio alternativo dependerá de la articulación de una estrategia conjunta entre las dos principales instituciones que promueven este nuevo sistema.

## **2.4 Certificación y Normatividad Internacional dentro del esquema de Comercio Justo**

A diferencia del movimiento orgánico, donde existen estándares de certificación establecidos internacionalmente adoptados por múltiples agencias de certificación privadas o públicas -bajo estándares voluntarios de IFOAM y de orden obligatorio a través de legislaciones nacionales-, los estándares de Comercio Justo se encuentran aún limitados al estar desarrollados únicamente mediante dos instancias: FLO y WFTO.

Tanto la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO) como la Organización de Certificación de Comercio Justo (FLO), al ser las líderes del movimiento justo, han desarrollado sus propios mecanismos de garantía con la finalidad de diferenciar sus productos respecto a sus similares del sistema comercial convencional. Grosso modo, los dos tipos de certificación existentes son:

- **Para productos:** FLO sigue el proceso de certificación por Tercera Parte mediante la figura establecida en su instancia FLO-CERT GmbH<sup>149</sup>, la cuál

---

<sup>149</sup> Es el cuerpo de certificación dentro de la estructura de Fairtrade Labelling Organisation, cuya labor está limitada a coordinar las tareas y la información relativa a la inspección y a la certificación de los productores y del comercio. Actúa independientemente de cualquier otro interés, con apego a la norma internacional ISO para organismos de certificación (ISO 65). Ofrece servicios de certificación de Comercio Justo a clientes en más de 70 países. Información disponible en <http://www.flo-cert.net> [consulta: 29 de marzo de 2013].

es la encargada de validar que los productores o comercializadores cumplan con los estándares que privan dentro de la organización a través de auditorias técnicas. Las fases de certificación son similares a las desarrolladas en las certificaciones de productos orgánicos, existiendo algunas variaciones dependiendo de la entidad a ser certificada (productora o comercializadora). Un resultado positivo en el proceso de evaluación permite el uso del sello en sus productos.

- **Para organizaciones:** WFTO se rige por un sistema más complejo al patrón de auditorias técnicas, al establecer “un sistema integral productivo-organizativo-comercial”<sup>150</sup>, basado en la auto-evaluación y la evaluación mutua entre organizaciones, que refuerza las relaciones de confianza, crítica y mejoramiento al interior de cada organización y una constante retroalimentación entre ellas, avalando la dinámica completa de las organizaciones y todos sus procesos, no sólo de productos aislados como el caso de FLO.

#### 2.4.1 Los estándares y la certificación avalados por la Organización de Certificación de Comercio Justo (FLO)

Los estándares creados al interior de la Organización de Certificación de Comercio Justo (FLO por sus siglas en inglés), buscan apoyar el desarrollo sustentable de pequeños productores y trabajadores pertenecientes a los países más pobres del mundo.

Para ello, se han establecido dos tipos de estándares que van dirigidos a grupos de productores, a la comercialización o para las condiciones de trabajo contratado: i) los estándares genéricos, los cuales deben ser seguidos por todo productor y comercializador en cualquier producto; y ii) los estándares específicos por producto, desarrollados con las particularidades que en cada producto requieren ser detalladas.

---

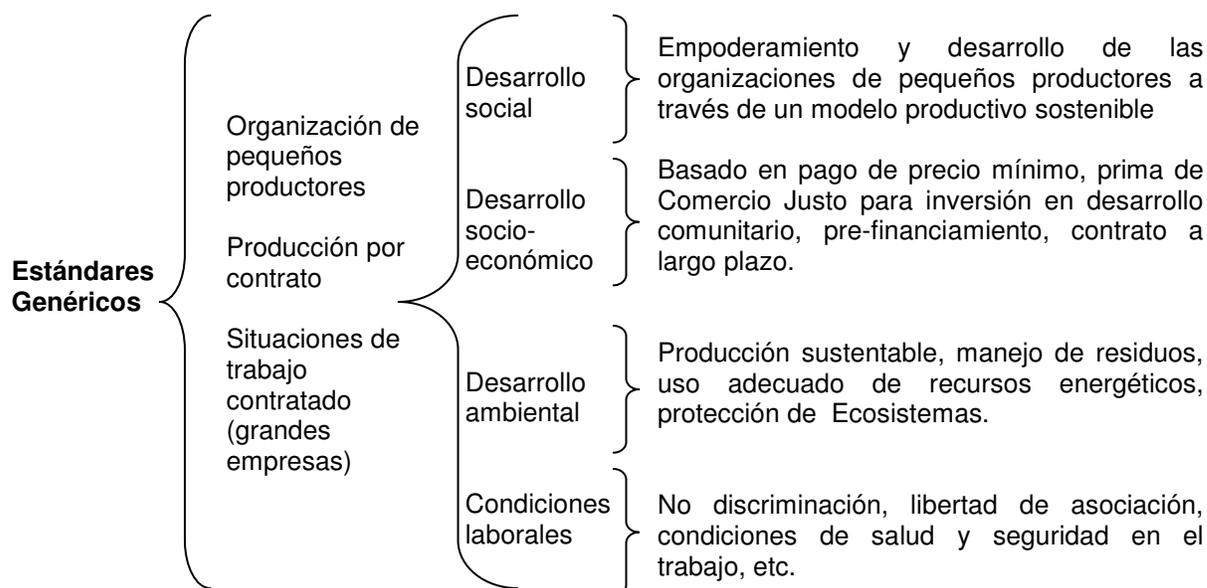
<sup>150</sup> Ma. Del Carmen Cuéllar, Carola Reintjes; op. cit. p.192.

- **Estándares genéricos:** Abarcan condiciones de producción aplicables a organizaciones de pequeños productores; a producción por contrato (para pequeños productores que aún no han consolidado su organización local), o a situaciones de trabajo contratado para empresas que manejan plantaciones o volúmenes de producción industrial. Se estipulan las obligaciones y objetivos que productores y comercializadores deben cumplir, destacándose ámbitos de desarrollo social, económico, ambiental y laboral.
  
- **Estándares específicos por producto:** Adicionalmente al cumplimiento de las normas genéricas, existen otros lineamientos que deben ser cubiertos, basados en la particularidad de cada producto ya sean de corte alimenticio o no alimenticio. Se marcan cuestiones como condiciones de venta, embalaje, entrega, forma de pago y precios (regulado en un listado adicional de cotizaciones, donde se fija el precio mínimo y la prima de Comercio Justo<sup>151</sup>). De igual modo que en el caso genérico, los estándares por producto están desarrollados para pequeños productores o para las grandes empresas que requieren mano de obra contratada.

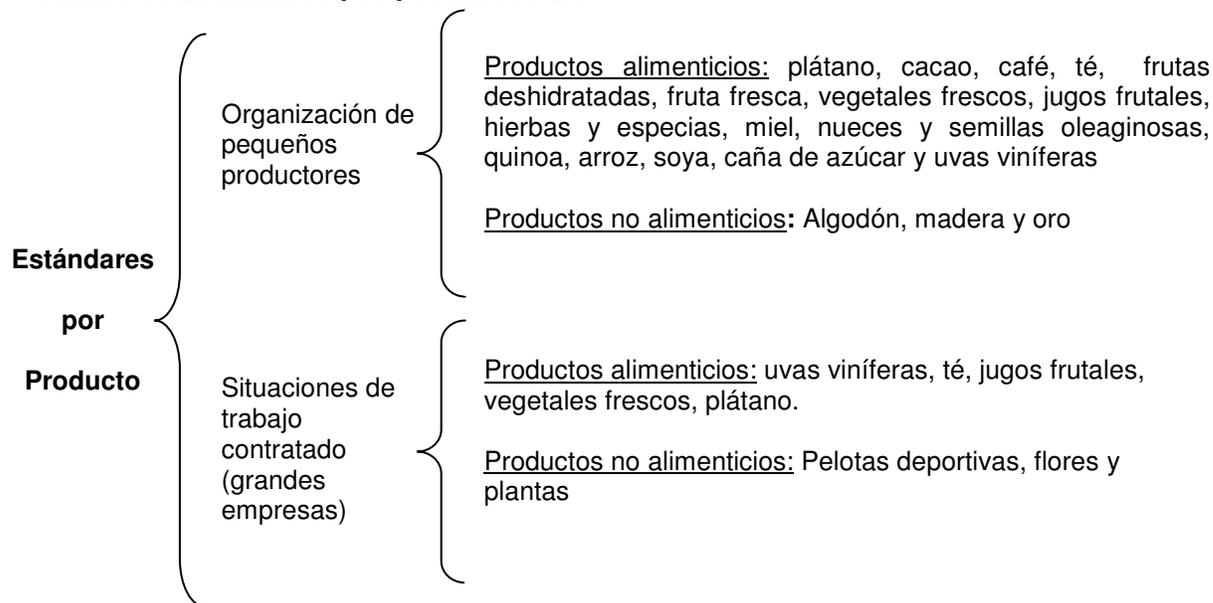
---

<sup>151</sup> El **precio mínimo** es el valor posible más bajo que puede ser pagado a los productores por un producto para ser certificado bajo estándares de comercio justo. Éste se calcula basado en el producto y la región productiva, considerando los Costos de producción Sostenible y el Costo de Vida Sostenible. Este precio mínimo debe cubrir ambos costos. La **prima de Comercio Justo** es un monto adicional al precio mínimo de los productos, destinado a promover inversiones en mejoras sociales, económicas y ambientales. Para algunos bienes existe un **valor diferencial para productos orgánicos**, que se aumenta al valor mínimo del producto. Ma. Del Carmen Cuéllar, Carola Reintjes; op. cit., p.113.

**Cuadro 5: Tipos y objetivos de estándares FLO**



**Cuadro 6: Estándares por producto FLO**



**Fuente:** Elaboración propia, Estándares FLO disponibles en [http://www.fairtrade.net/all\\_standards.0.html](http://www.fairtrade.net/all_standards.0.html).

Aunado a lo anterior, los estándares genéricos y los de productos cuentan con requisitos generales (evaluación de la existencia de un estándar aplicable al tipo de producto que se desea certificar); requisitos mínimos -indispensables para la obtención de la certificación-; y requisitos de progreso (orientados al

mejoramiento gradual de los objetivos en desarrollo social, económico, ambiental y laboral promovidas en la dinámica del Comercio Justo).

El esquema que cualquier producto debe seguir para ser certificado como de Comercio Justo por FLO, al ser una validación de tercera parte, consta del siguiente proceso:

- a) Solicitud de certificación, mediante el llenado de un cuestionario
- b) Análisis de la solicitud por parte de la Comisión Certificadora
- c) Inspección en terreno por parte de un especialista enviado por la Comisión Certificadora (FLO-cert GmbH)
- d) Estudio del reporte elaborado por el inspector, por el Comité de Certificación (según la iniciativa nacional correspondiente)
- e) Aprobación de la certificación y permiso del uso del sello FLO.
- f) Inspección de renovación del uso del sello (anualmente)

Los estándares de FLO, como se mencionó anteriormente, sólo cubren la certificación de determinados productos, excluyendo a múltiples sectores. De igual modo, acepta la certificación a empresas multinacionales que si bien cubren los lineamientos de Comercio Justo en ciertos productos, gran parte de sus procesos transgreden los preceptos de las prácticas de Comercio Alternativo.

A nivel consumidor, el sello FLO ha resultado una herramienta eficaz para garantizar la procedencia de los productos adquiridos, facilitando su adquisición al estar disponibles en los canales de distribución convencional y fomentando un incremento en las ventas de forma considerable.<sup>152</sup>

Para los pequeños productores, la certificación y la renovación constante del uso del sello pueden resultar poco rentables si no se genera paulatinamente valor

---

<sup>152</sup> Fairtrade Labelling Organisation reportó ventas por 4 900 millones de euros y una tasa de crecimiento del 12 por ciento en 2011. Fairtrade International, *Annual Report 2011-2012, For Producers, with producers*, [PDF en línea], Alemania, 2012. p. 3.

agregado en los productos pues los costos por organización campesina oscilan entre 1, 430 y 3,470 euros.<sup>153</sup>

#### 2.4.2 Los Estándares y el Sistema de Garantía de la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO)

La segunda forma de garantía de Comercio Justo es la impulsada por WFTO, basada en la consolidación de una red de organizaciones promotoras de esta forma alternativa de comercio mediante el esquema de membresía como forma de validación, bajo un sistema de monitoreo abierto, transparente y constante de todos los actores integrantes de esta red.

El ingreso a la organización consta de una serie de evaluaciones donde se determinará si una organización cumple los estándares solicitados. El proceso consta de 3 etapas: a) auto-evaluación, b) evaluación mutua entre organizaciones, y c) verificación externa.<sup>154</sup>

1. Auto-evaluación: En este proceso cada organización interesada en su ingreso debe revisar su propio funcionamiento, examinando su concordancia con los estándares exigidos. Esto permite efectuar correcciones en alguna parte de su estructura y establecer metas de mejora graduales. Para ello existe una guía de los elementos a ponderar, facilitándose asistencia por parte de WFTO en caso de ser solicitada. Al finalizar, se deberá elaborar un informe de auto-evaluación, proceso que deberá realizarse cada dos años.
2. Evaluación mutua entre organizaciones: En este proceso las entidades comercializadoras y productoras se evalúan y verifican entre sí mediante los informes de auto-evaluación realizados por cada uno,

---

<sup>153</sup> El monto es calculado acorde al número de miembros de la organización. Fairtrade International, *Fee System Small Producer Organisation*, FLO-cert GMBH, Alemania, 2013. Disponible en <http://www.flo-cert.net>, [consulta: 29 de marzo de 2013].

<sup>154</sup> Ma. Del Carmen Cuéllar, Carola Reintjes; op. cit., p.123.

facilitando una retroalimentación y estableciendo un pleno conocimiento y confianza entre las partes.

3. Verificación externa: A su vez, para avalar que las organizaciones cumplan constantemente con los estándares, se eligen anualmente y de forma aleatoria (1 de cada 10 miembros) organizaciones que serán sometidas a verificación de sus informes de auto-evaluación mediante visitas in situ a través de alguna organización promotora del Comercio Justo perteneciente a su localidad o alguna consultoría. Los resultados son revisados por el Sub-Comité de Registros.

Por medio de este esquema, se fomenta la participación de las Organizaciones en el proceso apostando por un mejoramiento constante al interior de la red de Comercio Justo. Al finalizar, se obtiene el registro como Organización de Comercio Justo, obteniendo el derecho al uso del sello y a la red de WFTO.

Para poder ser considerada una entidad de Comercio Justo (ya sean grupos productores, exportadores, importadores o transformadores) y miembro activo de la red, las organizaciones deben cumplir cabalmente con 10 estándares básicos, tales como:

**Cuadro 7: Estándares básicos WFTO**

<b>Estándar</b>	<b>Objetivos</b>
1.- Creación de oportunidades para productores en desventaja económica:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducción de la pobreza a través del comercio</li> <li>• Apoyo a comunidades productoras marginadas para lograr su autosuficiencia</li> </ul>
2.- Transparencia y rendición de cuentas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejos administrativos y comerciales transparentes al interior de las organizaciones.</li> <li>• Proporcionar información a todos los socios comerciales, fomentando canales de comunicación en todos los niveles de la cadena de suministro</li> <li>• Promoción de la participación de empleados, miembros y productores en la toma de decisiones.</li> </ul>
3.-Prácticas comerciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todo acuerdo comercial deberá estar basado en las implicaciones sociales, económicas y de bienestar de las partes involucradas, evitando</li> </ul>

<p>4.- Pago de un precio justo.</p>	<p>obtener ganancias en perjuicio de la contraparte.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores y comercializadores se comprometen a cumplir en tiempo y forma lo acordado (entrega, cantidades, forma de pago, etc.)</li> <li>• El comprador se compromete a otorgar pre-financiamiento sin el cobro de intereses hasta en un 50 por ciento del valor de la mercancía si es solicitado. En caso de existir cancelación de un pedido, sin violación imputable al productor, se le pagará una prima compensatoria correspondiente al trabajo realizado.</li> </ul>
<p>5.- Trabajo infantil y trabajo forzoso</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecido de mutuo acuerdo por las partes a través del dialogo y la participación,</li> <li>• Las organizaciones de comercialización e importación apoyarán la capacitación a los productores, según sea necesario, para que generen productos de mayor valor agregado</li> </ul>
<p>6.- No discriminación, equidad de género y libertad de asociación</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toda organización de Comercio Justo trabajara con estricto apego a lo estipulado en las Convenciones de Naciones Unidas, y legislaciones locales.</li> <li>• Organizaciones que compran productos de Comercio ya sea directamente o por intermediarios, deberán cerciorarse de que no exista explotación en la producción y que estén apegadas a las legislaciones locales.</li> <li>• Cualquier inclusión de trabajo infantil en la producción deberá ser monitoreada para salvaguardar el bienestar, seguridad, educación y necesidad para jugar del infante.</li> <li>• No se permite la discriminación de algún tipo.</li> <li>• Se fomentará la equidad de género</li> <li>• La organización deberá tomar en cuenta las necesidades especiales de salud y seguridad para mujeres embarazadas o en lactancia.</li> <li>• Derecho a la libre asociación de los trabajadores y establecimiento de contratos colectivos.</li> </ul>
<p>7.- Condiciones de trabajo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de un ambiente laboral seguro y saludable a empleados o miembros, cumpliendo con las leyes nacionales o locales y con las convenciones de la OIT.</li> <li>• La jornada laboral se establecerá acorde a la legislación imperante.</li> <li>• Las organizaciones de Comercio Justo, conscientes de las condiciones de salud y</li> </ul>

<p>8.-Construcción de capacidades</p>	<p>seguridad que predominan en las agrupaciones de productores donde adquieren sus productos, coadyuvarán en la concientización de mejoras dentro de la comunidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementar los efectos positivos de desarrollo para pequeños productores mediante el Comercio Justo</li> <li>• Impulso de las habilidades y capacidades de empleados o miembros.</li> <li>• Las organizaciones que trabajan directamente con los pequeños productores desarrollan actividades específicas para ayudar a estos productores a mejorar sus habilidades de gestión, capacidades de producción y el acceso a los mercados (local, regional, internacional )</li> </ul>
<p>9.- Promoción del comercio justo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar la concientización sobre el objetivo del comercio justo y de la necesidad de una mayor justicia en el comercio mundial.</li> <li>• La organización debe ofrecer a sus clientes información sobre sí mismo, los productos que comercializa y las organizaciones de productores o socios que hacen o cosechan los productos.</li> </ul>
<p>10.- Medio ambiente</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar tecnologías sustentables que faciliten ahorro de recursos energéticos, manejo adecuado de los desechos y máximo aprovechamiento de las materias primas, evitando el deterioro ambiental</li> <li>• Para la producción de alimentos se propone un manejo orgánico o bajo en el empleo de sustancias químicas sintéticas.</li> <li>• Se priorizará la adquisición de productos elaborados localmente, o en su defecto el uso de transporte marítimo en caso posible.</li> <li>• Fomento del reciclaje, manejo de materiales biodegradables y reducción de empaques innecesarios.</li> </ul>
<p>Información disponible en <a href="http://www.wfto.com">http://www.wfto.com</a> [consulta: 31 de marzo 2012]; Cuéllar Ma. Del Carmen, Carola Reintjes; op. cit., p. 125 y 126.</p>	

El sistema de garantía de WFTO busca diferenciarse del concepto tradicional de auditorias donde sólo se valida el cumplimiento de los estándares y se elabora un reporte por el inspector, mostrando un enfoque unilateral. Las verificaciones en los tres niveles, permite considerar elementos que normalmente no son cuantificables en una sola inspección.

Para el pequeño productor el ingreso a esta red, al admitir todo tipo de productos, brinda una oportunidad para aquellos artículos que no cuentan con algún estándar de certificación propio bajo el modelo de FLO. Asimismo, salvaguarda su competitividad al no existir empresas transnacionales cuya producción acapare la demanda de los mercados.

Respecto a costos de certificación, resulta más rentable ya que al limitarse las auditorias anuales y renovaciones del sello, sólo se efectúa el pago de la membresía anual y monitoreo, con sumas de 400 (para miembros con ingresos inferiores a 135, 000 euros) a 8 350 euros (para miembros con ganancias superiores a 25 millones de euros) <sup>155</sup>

Por otro lado, la gran crítica a este sistema radica en el deficiente control de trazabilidad para productos, ya que al no existir un sello, permite filtraciones de productos que no sean completamente elaborados bajo el esquema justo. También, sin una marca distintiva se reduce el espacio de distribución y comercialización de los productos al limitarse a la red de WFTO.

Como parte de una nueva estrategia, la WFTO está elaborando una certificación de Comercio Justo basada en los estándares ISO 65, aplicable para cualquier estándar de certificación de tercera parte.

Este nuevo sistema permitirá que esta validación pueda ser realizada por cuerpos de certificación independientes, previamente acreditados por la WFTO mediante su “Agencia de Registro”<sup>156</sup>, facilitando a las empresas a formar parte

---

<sup>155</sup> Las tarifas están basadas en el ingreso anual y al tipo de membresía que trate las cuales son: Organizaciones de Comercio Justo (comercialización), Asociaciones de Comercio Justo, Organizaciones de Apoyo al Comercio Justo y estatus de Miembro asociado (estudiantes, investigadores, voluntarios, etc.). Para miembros de África, América Latina y Asia la tarifa máxima es de 1,600 euros, mientras que para Norteamérica, Cuenca del Pacífico y Europa es de 7,500 y 8,350 euros respectivamente. Para miembro asociado, el monto anual es de 35 euros. Información disponible en <http://www.wfto.com>. [consulta: 30 de marzo de 2013].

<sup>156</sup> Esta figura está en proceso de consolidación. Consistirá en un listado de agentes de certificación que cubran con las exigencias establecidas por WFTO para la certificación de Comercio Justo previa evaluación de la Junta de Gobierno de la Organización. Los estándares

de la red de Comercio Justo ya que, actualmente, sólo se logra con la membresía gestionada al interior de WFTO.

El Sistema de Gestión Sustentable de Comercio Justo<sup>157</sup> (SFTMS por sus siglas en inglés), como se ha nombrado a esta certificación, será aplicado a cualquier organización que haya incorporado en su misión y en sus prácticas los principios del Comercio Alternativo, pudiendo obtener una certificación de Empresa de Comercio Justo y el uso de un sello como parte de su imagen corporativa, incluidos los productos.

Cabe destacar que la WFTO no busca competir con el sello de FLO, sino complementar un sistema global de certificación del Comercio Justo que cubra tanto productos (bajo FLO), como los procesos (WFTO).

#### **Cuadro 8: Comparativo de los sistemas de certificación de Comercio Justo**

	<b>WFTO (SFTMS)</b>	<b>FLO</b>
<b>Tipo certificación</b>	Prácticas empresariales o de organizaciones	Productos
<b>Estándar</b>	Genérico (aplicable a diferentes establecimientos y locales)	especializado (por tipo de producto o producción )
<b>Cobertura</b>	Global (empresas y todo producto elaborado al interior)	20 productos
<b>Procedimiento de certificación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• declaración pública de su adhesión a los principios del SFTMS</li> <li>• auto evaluación del</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitud</li> <li>• análisis de la solicitud</li> <li>• inspección</li> <li>• elaboración de reporte del</li> </ul>

para agencias certificadoras también se encuentran en etapa de prueba. Para mayor información consúltese <http://wfto.com>

<sup>157</sup> Los trabajos iniciaron en el año 2007, publicándose el primer borrador en agosto de 2008. Actualmente se encuentra en la segunda versión, con las primeras organizaciones certificadas bajo este mecanismo, esperándose resultados a partir de 2012 con el vencimiento del periodo de certificación. El diseño del sello está en proceso de elaboración, siendo empleada parcialmente la leyenda "Fairtrade certified", el nombre de la organización y el número del registro. También se permite el uso del logotipo WFTO como parte de la comunicación comercial. La redefinición de los estándares se efectuará en la 12° edición de la Conferencia de WFTO a efectuarse en Brasil en 2013. Para mayor información consúltese <http://wfto.com>, [consulta: 30 de marzo de 2013].

	cumplimiento de los requisitos del estándar <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de un plan de mejora ejecutable a tres años.</li> <li>• Inspección</li> <li>• Aprobación de la Certificación</li> </ul>	inspector <ul style="list-style-type: none"> <li>• estudio del reporte por Comité de Certificación</li> <li>• aprobación de la certificación</li> </ul>
<b>Renovación certificación</b>	Cada 3 años (Se deberán entregar 2 informes anuales de trabajo para no perder la certificación previa)	Anual tras inspección in situ
<b>Inspección</b>	Cada 3 años (inspección global) Anual para validación de reporte (inspección parcial)	Anual (inspección global)

**Fuente:** Elaboración propia con base en <http://wfto.com>; <http://fairtrade.net>

A la fecha, esta certificación está en proceso de consolidación, encontrándose en la segunda etapa de revisión, proceso en el cual 67 organizaciones de Comercio Justo forman parte, bajo condiciones de pruebas piloto a fin de evaluar la eficacia del estándar y detectar debilidades. Las primeras organizaciones certificadas son provenientes de Reino Unido, Canadá e India.

Ante la exigencia del cumplimiento de estándares estrictos en el mercado y la proliferación de certificaciones y sellos de responsabilidad social, esta certificación busca crear un estándar confiable y competitivo, asequible a los pequeños productores, que les permita acceder a mayores mercados sin comprometer los principios rectores y las metas del Comercio Justo.

### *Certificación participativa*

Aunque propiamente no se han implementado en el ámbito del Comercio Justo, se prevé que los Sistemas Participativos de Garantía<sup>158</sup> pueden ser una vía

<sup>158</sup> Como se señaló en el capítulo anterior, los Sistemas Participativos de Garantía son mecanismos de certificación autónomos, donde un grupo con intereses comunes acuerdan estar regulados bajo normas internas. La relación de confianza entre los miembros, así como una constante vigilancia grupal, permiten obtener los beneficios de esta certificación aunque su validez sólo se limita a la red de la cual forman parte.

eficaz para maximizar sus alcances en los mercados locales, como se ha observado en la Agricultura Orgánica, ya que ambos movimientos presentan afinidades ya que “no se concibe ser ecológico sin respetar el entorno social ni las relaciones comerciales que se establecen; y no se puede ser justo sin respetar el Medio Ambiente”.<sup>159</sup>

El proceso de certificación bajo este esquema representa una alternativa para aquellos productores cuya capacidad productiva e ingresos impide acceder a los mecanismos internacionales, permitiéndoles obtener mejores ingresos tras pertenecer a estas redes donde todos los miembros son los encargados de salvaguardar el cumplimiento de buenas prácticas, en este caso, bajo los preceptos del Comercio Justo.

Sin embargo, este mecanismo de certificación implica un gran nivel de compromiso, pues demanda una gran intercomunicación de sus miembros, sobretodo al momento de tomar decisiones.

#### 2.4.3 Iniciativas públicas en torno al Comercio Justo

Es un hecho el reconocimiento generalizado de la comunidad internacional sobre las “injusticias” que son usuales en las relaciones actuales (políticas, económicas, sociales, comerciales, etc.).<sup>160</sup>

En cuanto a Comercio se refiere, es cierta la creciente tendencia de la consolidación de bloques opositores a la operación actual del sistema a través del activismo de organizaciones no gubernamentales y la conformación de

---

<sup>159</sup> Ma. Del Carmen Cuéllar, Carola Reintjes; op. cit., p. 152.

<sup>160</sup> Parte de este reconocimiento ha dado origen a diversos documentos y declaraciones con miras a buscar soluciones como las metas del Milenio, acordadas en el seno de la Asamblea General de las Naciones Unidas en el año 2000, abocadas a combatir la pobreza, el hambre, revertir la degradación ambiental, mejoramiento de las condiciones educativas y de salud, así como la promoción de la equidad de género en los países en vías de desarrollo. ONU, *The Millennium Development Goals. A Latin American and Caribbean Perspective*, ONU, Chile, 2005, p. 11. Por otra parte, la Declaración de Doha es el principal referente de un reconocimiento de prácticas comerciales desiguales del ámbito agrícola.

alianzas entre las naciones, principalmente del Sur, a fin de consolidar un frente común con miras a la creación de mejores condiciones para sus intereses.

Las soluciones a estas problemáticas siguen siendo discutidas al interior de los foros que han favorecido al establecimiento de dichas condiciones, como la OMC, dificultando una implementación efectiva de alternativas que coadyuven a un mejoramiento del propio sistema.

El movimiento del comercio alternativo, como se ha abordado a lo largo de este trabajo, aún es incipiente y sólo ha logrado penetrar el tejido de ciertos gobiernos, aunque no de forma suficiente en las arenas políticas ni a las instituciones económicas que rigen las estructuras actuales, las únicas capaces de promover una transformación real.

No obstante, el crecimiento del Comercio Justo en los últimos años ha llamado la atención no sólo de empresarios sino, también, de los políticos, encontrando en el Comercio Alternativo una propuesta interesante para problemáticas de corte laboral, ambiental, económico y social, favoreciendo a una mayor difusión del tema y una paulatina inclusión en las agendas nacionales como el caso brasileño y el de la Unión Europea.<sup>161</sup>

#### a) Iniciativas Europeas

Los primeros antecedentes del reconocimiento del Comercio Justo en la Unión Europea fueron establecidos ante la necesidad de regular ámbitos particulares referentes a esta nueva práctica comercial que comenzó a cobrar fuerza en el consumo europeo de productos, fundamentalmente agrícolas, como el café.

---

<sup>161</sup> El sistema de toma de decisiones de la Unión Europea está conformado por tres instituciones: Parlamento Europeo, Consejo de la Unión Europea y la Comisión de la Unión Europea. Dentro de este organigrama la Comisión Europea es la instancia encargada de proponer la legislación europea y, una vez aprobadas por el Parlamento y el Consejo, vigilar su cumplimiento. Rosa María Piñón Antillón; "Economía Global e Integración Regional: las experiencias de América Latina y de la Unión Europea", ECSA-UNAM, México, 2005, p.342.

Posteriormente, se lanzaron compromisos más ambiciosos como la Comunicación de la Comisión al Consejo relativa al “Comercio Justo”,<sup>162</sup> donde se considera que este movimiento, al representar parte de los postulados presentes en el Tratado Constitutivo de la Comunidad referente a las políticas a emprender por parte de la Unión en torno a la cooperación al desarrollo, y ante la gran actividad de la sociedad europea al respecto, merecía atención para definir, comprender, regular y apoyar la evolución del Comercio Justo.

Gradualmente, el concepto de Comercio Justo acuñado por FINE (las cuatro principales organizaciones representantes del movimiento justo) ha sido aceptado por el Parlamento Europeo en 2006 y revalidado por la Comisión Europea y el Comité Económico y Social Europeo (en 2009 y 2010 respectivamente) a través de un reconocimiento tácito en resoluciones y comunicados.<sup>163</sup>

Al respecto, los principales documentos emitidos por la Unión Europea sobre Comercio Justo son:

- Resolución sobre “Promoción de justicia y solidaridad en el Comercio Norte-Sur”. Parlamento Europeo (1994)
- Opinión sobre el Movimiento Europeo de la Comercialización de Productos de Comercio Justo. Comité Económico y Social Europeo (1996)
- Reporte sobre Comercio Justo (Reporte Fassa). Parlamento Europeo (1998)
- Comunicación de la Comisión al Consejo sobre Comercio justo, COM (1999) 619 final. Comisión Europea (1999)
- Opinión sobre Comercio Ético y sistemas de garantía para los consumidores (2006/C 28/15). Comité Económico y Social Europeo (2005)

---

<sup>162</sup> Comisión de las Comunidades Europeas; Comunicación de la Comisión al Consejo relativa al “Comercio Justo”, COM(1999)619 final, Bélgica, 29-11-1999. Documento disponible en <http://eur-lex.europa.eu/>

<sup>163</sup> European Fair Trade Association; *Buying Fair trade. European Model on Fair Trade Public Procurement*, Bélgica, 2010, p. 3. Versión electrónica disponible en <http://www.european-fair-trade-association.org/observatory/index.php/europeanmodelonftpp>

- Resolución sobre Comercio Justo y desarrollo (A6-0207-2006). Parlamento Europeo (2006)
- Comunicación al Consejo, el Parlamento Europeo y el Comité Económico y Social Europeo: Contribuyendo al desarrollo sustentable: El papel del Comercio justo y sistemas de garantía no gubernamentales de comercio sustentable COM (2009) 215 final. Comisión Europea (2009)
- Opiniones emitidas por el Comité Económico y Social Europeo y el Comité de Regiones respecto al documento COM (2009) 215 final. (2010)

También, durante el periodo 2007-2010 se desarrolló el programa comunitario “Public Affairs” (Relaciones Públicas-Justas) como parte de un plan para incentivar las compras públicas de estos productos, y así, promover el Comercio Justo, creando conciencia del consumo socialmente responsable entre los funcionarios públicos y mostrar así el compromiso con la sociedad de que el erario público es destinado a causas de desarrollo sustentable (es importante decir que una iniciativa similar es promovida también para el consumo de productos orgánicos). Este programa de compras públicas ha sido implementado en Alemania, España, Bélgica, Francia, Italia y Reino Unido.<sup>164</sup>

A nivel nacional, Francia e Italia son los países europeos que han presentado propuestas de carácter legislativo referentes al Comercio Justo, más allá de regulaciones a favor de las compras públicas, siendo la de más amplios alcances la propuesta italiana al ser elaborada bajo estrecha colaboración con redes de Comercio Justo. Sin embargo su aprobación e implementación ha sido postergada.

Las estrategias más exitosas son a nivel local, al realizarse una amplia labor para la concientización respecto al Comercio Justo, no sólo en instancias públicas, sino en escuelas, eventos públicos, etc. Un ejemplo de estas iniciativas es el Ayuntamiento británico de Bristol, donde el gobierno local ha implementado

---

<sup>164</sup> Para mayor información sobre el programa véase: European Fair Association; State of Play of Fair Trade Public Procurement in Europe, Bélgica, 2010, pp. 59. Versión electrónica disponible en <http://www.european-fair-trade-association.org/observatory/index.php/studies>.

un plan desde 2005 al denominarse “Ciudad de Comercio Justo”, alentando al consumo, brindando apoyo financiero a organizaciones de comercio justo y realizando campañas en escuelas, puntos de venta y publicidad.

Si bien estas propuestas denotan un interés por parte de las autoridades, pudiéndose con ello augurar la posibilidad del establecimiento de futuras legislaciones de orden público y obligatorio que promuevan el Comercio Justo, la percepción de los representantes del movimiento alternativo ponderan riesgosa esta situación ya que se corre el riesgo de que las iniciativas pudieran ser aprobadas conteniendo criterios por debajo de los establecidos hasta ahora, limitando futuros alcances y objetivos del Comercio Justo o la exclusión misma de las organizaciones de Comercio Justo.

Como medida preventiva a lo anterior, las organizaciones promotoras de Comercio Justo, agrupadas en FINE, han establecido la Oficina de Promoción de Comercio Justo<sup>165</sup>, cuya labor es la de establecer un constante diálogo entre el movimiento de comercio alternativo y los políticos responsables de elaborar las regulaciones nacionales o supranacionales, ya sea para promover iniciativas profundas al respecto o para negociar aquellas que pudieran afectar el Comercio Justo.

#### b) Iniciativas latinoamericanas

Uno de los puntos de controversia respecto a la participación de los gobiernos en la elaboración de legislaciones de Comercio Justo radica en el riesgo que implicaría la consolidación de normas que, al tratarse de un tema que genera fuertes críticas al funcionamiento actual del sistema comercial y a actores de

---

<sup>165</sup> Establecida en Bruselas, Bélgica, es una iniciativa conjunta entre la Organización de Certificación de Comercio Justo (FLO), la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO) y la Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA), que tienen la tarea de abogar por el Comercio Justo con el objetivo de mejorar las condiciones de vida de los productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur.

gran peso como las empresas transnacionales, limitasen los objetivos, medios y fines que hasta hoy, a través de las organizaciones de Comercio Justo, se han determinado.

Para evitar lo anterior, los movimientos civiles han buscado tener mayor presencia en diversos ámbitos, estableciendo canales de comunicación con sus representantes públicos, que a su vez, han logrado impulsar iniciativas locales, regionales o nacionales que respondan a esas demandas o inquietudes como en el caso europeo y sus resoluciones en torno al Comercio Justo. Aunque dichas resoluciones son un paso trascendental, sus implicaciones aún son limitadas al confinarse a medidas de orden voluntario encausadas a fomentar el consumo de productos de Comercio Justo.

Para los países del Sur, el establecimiento de legislaciones nacionales de Comercio Justo representa una alternativa viable para sufragar las problemáticas que aquejan y que se agudizan en sus sociedades (pobreza, desempleo, falta de oportunidades para sectores marginados, etc.), por lo que es evidente que las iniciativas más serias respecto al Comercio Justo están siendo promovidas por organizaciones no gubernamentales y asociaciones de pequeños productores en los países en desarrollo.

Ecuador y Brasil son los primeros países en adoptar medidas legislativas que contienen elementos afines al Comercio Justo. En el primer caso, se ha anunciado la futura aprobación de la Ley de Economía Popular y Solidaria y del sector financiero Popular y Solidario.<sup>166</sup>

Brasil, uno de los países más activos en cuanto a Comercio Justo se refiere, aprobó un decreto<sup>167</sup> por el cual se establece la creación del Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario, resultado de ocho años de trabajo entre la sociedad civil brasileña y asociaciones de productores para incluir el Comercio

---

<sup>166</sup> Anuncio realizado por el presidente Correa durante el Enlace Ciudadano N° 206 con fecha 31 de enero de 2011.

<sup>167</sup> Diario Oficial de la Unión, Decreto No.7.358, Primera Sección, No. 220, 18 de noviembre de 2010. <http://www.in.gov.br/imprensa/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=2&data=18/11/2010>

Justo en las políticas públicas. Aunque será una instancia perteneciente al Ministerio de Economía, sin duda marca un antecedente importante en cuanto a la viabilidad de impulsar legislaciones que atiendan los fundamentos de un comercio alternativo.

Este decreto consolida el trabajo emprendido por el Consejo Nacional de Economía Solidaria y la Secretaría Nacional de Economía Solidaria, ambas bajo el Ministerio de Trabajo y Empleo, cuya creación en el año 2003, se debió a la necesidad de crear un enlace entre las organizaciones y el gobierno.<sup>168</sup>

En este documento se hace mención de la futura consolidación de un sistema de acreditación para la certificación de Comercio Justo, promoción del Comercio Justo, prácticas de comercio y trabajo justo, establecimiento de normas para prácticas de Comercio Justo y solidario, y la promoción de justicia social a través del comercio. Lo anterior, con la finalidad de establecer un mercado justo en el país.

Por su parte, Guatemala también ha dado un salto cualitativo al implementar su “Plan estratégico 2009-2013 para impulsar el Comercio Justo y la Economía Solidaria”, por parte de la Secretaría de Economía, donde se plasma un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de los sectores productivos que caracteriza y enfrenta la labor de pequeños productores, posible incursión al mercado internacional y consolidación de una economía solidaria al interior del país.<sup>169</sup>

### c) Estados Unidos y Canadá

Aunque Estados Unidos representa el mercado más importante para productos orgánicos, en el caso de los productos de Comercio Justo aún se aprecia una

---

<sup>168</sup> Para mayor información consúltese el sitio del Ministerio de Trabajo y Empleo, disponible en [http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/cons\\_default.asp](http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/cons_default.asp).

<sup>169</sup> Comisión Interinstitucional de Comercio Justo y Solidario; *Plan estratégico 2009-2013 para impulsar el Comercio Justo y la Economía Solidaria*, Ministerio de Economía, Guatemala, 2009, p. 45.

baja proyección, razón por la cuál las instancias gubernamentales aún no han desarrollado alguna política o norma al respecto.

Sin embargo, el proceso de concientización está siendo promovido por las organizaciones no gubernamentales, fundamentalmente comercializadoras como Oxfam International, fungiendo como vínculo entre los productores de países en desarrollo y el consumidor.

La certificación está operada bajo los estándares de Fairtrade International USA<sup>170</sup>, WFTO o iniciativas del uso de algún sello gestionadas por las empresas certificadoras con un corte más encausado al nivel del Comercio Ético.

En el caso canadiense, aunque es mayor el interés respecto al Comercio Justo, aún se maneja en los ámbitos de movilización social, instancias de investigación y círculos académicos. De igual modo que Estados Unidos, al ser sociedades de alto consumo, los estándares empleados en los productos operan bajo los lineamientos de las organizaciones internacionales de Comercio Justo.

Sólo el crecimiento de la demanda de productos de Comercio Justo favorecerá a la implementación de legislaciones nacionales, fundamentalmente en los países de alto consumo, para establecer un marco jurídico que es necesario para fortalecer sus alcances.

Por su parte, la labor de los gobiernos de los países en desarrollo deberá encausarse a la consolidación de un marco normativo que garantice el cumplimiento de los lineamientos de Comercio Justo para facilitar su comercialización a nivel internacional y a través de los mercados domésticos.

La falta de legislaciones públicas de Comercio Justo explica la actual inoperancia de estándares de orden obligatorio que requieren ser promovidos

---

<sup>170</sup> Es importante indicar que la iniciativa nacional inserta en el esquema FLO para Estados Unidos sufrió una serie de modificaciones en sus estándares que generaron gran controversia al derivar en normas más laxas a las propuestas por la red de FLO. Por tal razón, en diciembre de 2011 se modificó su estatus de iniciativa nacional a miembro asociado.

para dar mayor certeza a los consumidores, y principalmente, brindar mejores oportunidades a los pequeños productores y a los sectores marginados mediante el comercio.

El reto se encuentra en relaciones de cabildeo sólidas entre organizaciones y gobiernos para que dichas iniciativas estén realmente apegadas a la esencia del movimiento de comercio alternativo que favorezcan a su consolidación y no en menoscabo de éste.

#### d) Iniciativas de Comercio Justo en México

En México, a pesar de que el comercio Justo ofrece una base económica para que los pequeños productores puedan ampliar su productividad y desarrollar otras actividades que les aseguren un ingreso permanente, existe un importante rezago debido al desinterés de las instancias gubernamentales. Si bien se han efectuado foros de Comercio Justo o Economía Solidaria con algunos representantes de dependencias de gobierno en el país, son finalmente eventos promovidos por la sociedad civil.

El establecimiento de condiciones a favor del Comercio Justo está siendo promovido por las propias organizaciones de pequeños productores que, interesadas por la oportunidad que representa para sus comunidades, han basado su estrategia de consolidación de un “Sistema Mexicano de Comercio Justo” en cuatro instituciones: la Coordinadora Mexicana de Pequeños Productores de Comercio Justo, Comercio Justo México, A.C., Certimex S.C y Agromercados S.A.

La Coordinadora Mexicana de Pequeños Productores de Comercio Justo, A.C. es una instancia de organización y representación colectiva de los pequeños productores involucrados en el movimiento orgánico y de comercio justo en nuestro país, agrupando a más de 40 mil familias.<sup>171</sup>

---

<sup>171</sup> Asociación civil. Tiene la finalidad de fomentar el desarrollo sustentable y autogestivo de los pequeños productores organizados. Forma parte de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores (CLAC) que a su vez es miembro de Fairtrade Labelling

Comercio Justo México, A.C.<sup>172</sup>, tiene por finalidad promover el Comercio Justo en nuestro país, así como elaborar estándares de certificación para estos productos que permitan su comercialización en el mercado nacional. Anteriormente, la acreditación estaba regulada bajo criterios de las instancias internacionales. Ante la falta de un marco normativo que garantice el cumplimiento de condiciones de Comercio Alternativo, se ha dado la tarea de elaborar estándares de certificación nacionales de Comercio Justo para productos de alta demanda como miel, flor de jamaica, ajonjolí, aguacate y café por mencionar algunos.

Por su parte, el proceso de inspección para la obtención de la certificación de Comercio Justo se ha depositado en el marco operativo de Certimex S.C.<sup>173</sup>, al ser la única instancia de certificación nacional con reconocimiento internacional tanto de productos orgánicos como de comercio justo.

Finalmente, tras el interés por generar productos con valor agregado, las comunidades han apostado por la creación de una entidad enfocada en la transformación y la comercialización de sus productos, consolidando para este fin a Agromercados S.A.<sup>174</sup>

Como se mencionó, la participación de instancias gubernamentales sólo se ha limitado a la participación en foros, sin existir un compromiso real por favorecer

---

Organisation (FLO). Información disponible en <http://www.coordinadoramexicana.org> [consulta: 22 de noviembre de 2012].

<sup>172</sup> Asociación civil fundada en 1999 por organizaciones civiles y de pequeños productores con la finalidad de crear un mercado nacional de Comercio Justo, elaboración de un sello de garantía para hacer distinción de los productos respecto a los productos convencionales y la promoción de alianzas a largo plazo entre pequeños productores y consumidores bajo los principios del Comercio Justo. Mayor información disponible en: <http://www.comerciojusto.com.mx>

<sup>173</sup> Certimex S.C. fue fundada en 1997 con el objetivo de desarrollar un sistema de certificación de calidad, adecuado al contexto nacional pero equivalente a las exigencias internacionales y que económicamente esté al alcance de todos los interesados. Información disponible en: <http://www.certimexsc.com>, [consulta: 12 de abril de 2012].

<sup>174</sup> Fundada en 2001, es una empresa social que pertenece a las organizaciones campesinas e indígenas de pequeños productores de productos varios tales como café, granos básicos y artesanías. Información obtenida en <http://www.agromercados.net>, [consulta: 12 de abril de 2011].

la instauración de condiciones propicias para el crecimiento del Comercio Justo. Sólo algunas entidades federativas como Chiapas, Querétaro, Michoacán y Morelos han creado mesas de diálogo con los representantes del sector a fin de establecer un plan de trabajo que permita la promoción de este tipo de servicio.

## **2.5 Tendencias del mercado mundial de productos a través del Comercio Justo**

### 2.5.1 Generalidades

#### a) Motivos de la demanda de productos “justos”

El rol pasivo que solía tener el consumidor - abocado a un consumo con frecuencia irracional cuyo fin descansa en la satisfacción de necesidades creadas por el mercado mismo a través de artilugios como la mercadotecnia y la introducción de conceptos como precios bajos, alto valor agregado o empaques atractivos como parámetros de elección- ha ido transformándose gradualmente al interesarse más por el origen de los productos, dando como resultado un viraje importante hacia una práctica más responsable de consumo que ha llevado a incluir en su criterio de compra ponderadores de orden ético.

En la actualidad, existe una creciente disposición por parte de los consumidores – fundamentalmente en los mercados de países desarrollados- a pagar un monto adicional por aquellos productos cuyo proceso de elaboración contemplen estándares ambientales, sociales o que apoyen a países en vías de desarrollo.

Dicho comportamiento ha dado como resultado una tendencia más activa y comprometida del consumidor, asumiéndose como agente transformador donde “cada acto de consumo apoya un sistema de producción o de gestión”<sup>175</sup>, siendo el ejercicio de su poder de compra una herramienta para presionar y coadyuvar a la erradicación de prácticas abusivas que proliferan en las empresas,

---

<sup>175</sup> Ayuntamiento de Madrid, *Diagnóstico sobre el Comercio Justo en Madrid*, España, 2009, p. 4. Documento disponible en <http://www.madrid.es/>

fundamentalmente de orden trasnacional como Nestlé, Mc' Donalds o Starbucks que actualmente han introducido líneas de café de Comercio Justo.<sup>176</sup>

Los productos elaborados bajo los principios del Comercio Justo, además de cubrir con los criterios establecidos en el caso de cada producto, deben satisfacer las necesidades demandadas por el consumidor promedio, cubriendo con los estándares exigidos en cualquier mercado para los productos convencionales como calidad, normas técnicas, funcionalidad, inocuidad, etc.

El factor del precio juega un papel determinante en el posicionamiento de cualquier producto en el mercado. Los mayores precios atribuibles a los productos de comercio justo tienden a ser considerados como el principal obstáculo para su competitividad- costo que en gran medida se deriva del sobreprecio destinado a los proyectos de desarrollo comunitario o a las certificaciones de las organizaciones productoras- que debe ser sufragado por el consumidor final.

Este argumento no es del todo cierto ya que la eliminación de las largas cadenas de intermediación<sup>177</sup> contrarresta en gran medida la desventaja en los costos finales –principalmente en el caso de mercado local- lo cual favorece a que los productos justos puedan competir sin necesidad del abatimiento de sus precios.

---

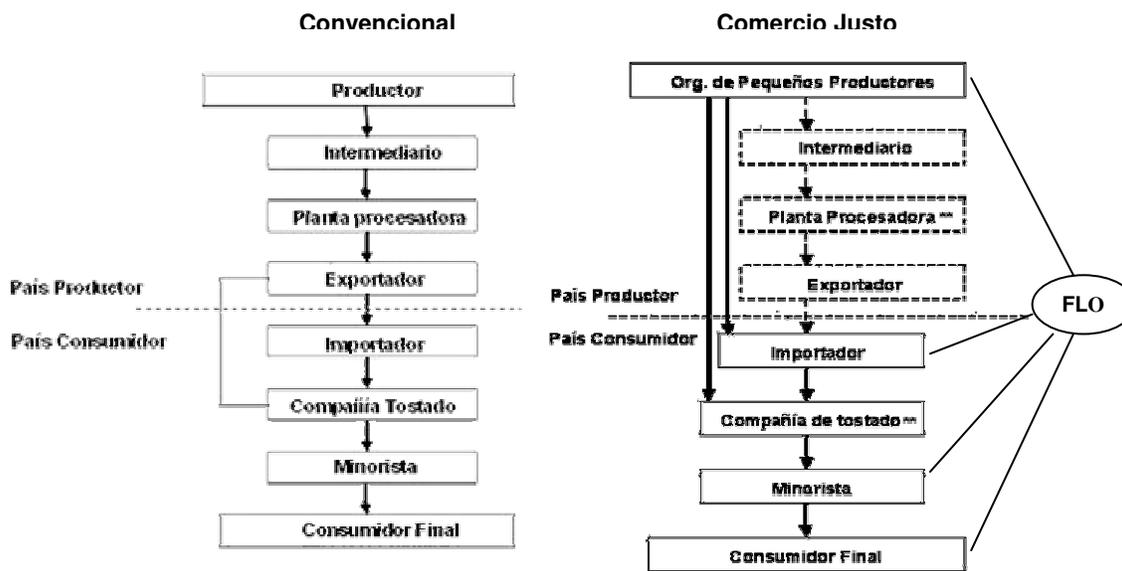
<sup>176</sup> Al respecto es cuestionable la motivación real de estas empresas que han boicoteado los precios en los mercados internacionales como es el caso del café por parte de Nestlé. Más allá de estar a favor de la promoción de prácticas comerciales justas, son impulsadas por un afán de limpiar su imagen corporativa, aprovechando un nicho de mercado con tendencias de crecimiento atractivas. Se ha comprobado la implementación de tácticas por parte de estas empresas como Starbucks para controlar las producciones de café de pequeños productores limitándoles el acceso a otros mercados y así garantizar su abasto de café a precios preferenciales. Para mayor información véase Xavier Montagut, op. cit., págs. 221-22, 54-56, 83-93.

<sup>177</sup> En casos como el del café, el grano puede llegar a ser manipulado hasta 150 veces desde el productor hasta el consumidor final. Anna Milford, *Coffee, co-operatives and competition: the impact of Fair Trade*, Chr. Michelsen Institute, Noruega, 2004, p. 5.

Los productos “justos” suelen tener un sobreprecio promedio del 20 por ciento respecto a los convencionales en los mercados de exportación, precio que los consumidores han manifestado estar dispuestos a cubrir.<sup>178</sup>

En el caso de productos consumidos localmente, donde la obtención de un certificado con validez internacional no es necesaria<sup>179</sup>, se ha comprobado que tanto los productos orgánicos como de comercio justo pueden alcanzar precios equiparables a los convencionales, con la gran diferencia de que el ingreso es destinado íntegramente al productor, mientras que en la vía convencional sólo un porcentaje menor llega a manos del campesino.<sup>180</sup>

**Cuadro 9: Comercialización convencional del café vs. Comercio Justo (esquema FLO)**



**\*\*Tras inversión en infraestructura, estos procesos son realizados al interior de las org. de productores**

**Fuente:** Traducción, *Coffee, co-operatives and competition: the impact of Fair Trade*, Chr. Michelsen Institute, Noruega, 2004, p. 9-11.

Las principales motivaciones que coadyuvan a que un consumidor opte por adquirir productos de comercio justo son:

<sup>178</sup> Para mayor información véase: Anil Hira, Jared Ferrie, “Fair trade: Three Key Challenges for reaching the Mainstream” en *Journal of Business Ethics*, Volúmen 63, No. 2, Springer Netherlands, enero, 2006, págs.107-118.

<sup>179</sup> Cabe recordar que existe la figura del Sistema Participativo de Garantía que vigila rigurosamente el cumplimiento de los estándares y las condiciones en que un producto fue obtenido aunque sin los costos de las certificaciones, dando certeza al consumidor sobre el origen de su compra.

<sup>180</sup> Un ejemplo de ello es el café, producto en el cuál los campesinos que no procesan su propio grano obtienen sólo el 6.5 % del valor de venta final. Anna Milford, op. cit. p.11.

- Satisfacción por su contribución social: Además de cubrir plenamente sus necesidades, los consumidores están conscientes de que su compra importa y es capaz de influir positivamente, puesto que el monto generado es destinado al productor hasta en un 80 por ciento<sup>181</sup>, contribuyendo al desarrollo de las comunidades productoras. Además, incide en el combate a cuestiones como el calentamiento global, explotación laboral – fundamentalmente el uso de mano de obra infantil-, discriminación racial o de género, pobreza, reglas comerciales abusivas, etc., favoreciendo a un mundo con condiciones más justas.
- Calidad: Además de cumplir los lineamientos propios del Comercio Justo y a pesar de que generalmente son productos de bajo valor agregado al ser materias primas, ello no los exime del cumplimiento de los estándares de calidad a los que se sujeta cualquier producto convencional, debiendo cubrir los requisitos demandados en los diversos mercados como normas fitosanitarias, normas de etiquetado, etc.<sup>182</sup>
- Certeza por el origen del producto adquirido: Para el caso particular del mercado de exportación, los bienes comercializados poseen sellos de certificación que validan un cumplimiento real de estándares éticos o ambientales (como es el caso de la producción orgánica). En el caso del sistema FLO, se ha implementado un sistema de rastreo a partir de un código numérico plasmado en la etiqueta que, al ser introducido en las páginas electrónicas de la iniciativa nacional -como es el caso de Alemania- correspondiente al país donde fue comercializado el artículo,

---

<sup>181</sup> El porcentaje puede variar dependiendo el producto del que se trate. En caso de manualidades el ingreso es íntegro para el productor salvo gastos de comercialización en caso de ser destinado a mercados de exportación; mientras que en productos como café y demás commodities, el porcentaje fluctúa acorde al nivel de procesamiento requerido entre el modo en que fue vendido por el productor y la presentación en el punto de venta final.

<sup>182</sup> En una encuesta realizada por Alter Eco (principal importadora francesa de productos de Comercio Justo) para el mercado estadounidense, se arrojó que el 67.3 % de los consumidores respondieron que se encuentran satisfechos con su compra basados en la calidad del producto. Alter Eco Fair Trade Study, *A survey of existing and potential fair trade consumers*. Alter Eco, Estados Unidos, octubre 2008.

proporciona información detallada de la organización productora y país de origen del bien.

Se estima que las tendencias actuales de crecimiento del sector y consumo de productos “justos” está desarrollado sólo en un 30 por ciento del potencial real, situación sustentada en gran medida por hechos como:

- La falta de disponibilidad en los canales de distribución cotidianos en el caso de los países del norte, que a pesar de contar con una disposición del 54 por ciento de la población por consumir productos éticos, ha influido en que gran parte de los consumidores sean compradores esporádicos por la falta de abasto.<sup>183</sup>
- Falta de sensibilización en la región del Sur, que a pesar de ser los países de origen de estos productos, presentan índices elevados de desconocimiento respecto a la existencia de estos productos, lo cual, ha impedido la creación de mercados locales y consolidación de una demanda en países en desarrollo, siendo éste uno de los principales retos del movimiento de Comercio Justo en la actualidad.

b) Principales actores que conforman la estructura internacional del Comercio Justo.

Uno de los factores que ha hecho posible la consolidación de un flujo de mercancías por conducto del Comercio Justo ha sido el acierto de que, al ser una propuesta alterna al “modus operandi convencional” del Comercio Internacional, ha apostado por la creación de medios, mecanismos y funcionamientos propios, así como el establecimiento de escenarios propicios, que permitan la instauración de relaciones comerciales equitativas -que bajo las circunstancias actuales que proliferan en las prácticas de comercio son poco

---

<sup>183</sup> Mark Boonmark, et al; *Fair Trade Facts and Figures 2010. A Success Story for Producers and consumers*, Asociación Holandesa de Tiendas del Tercer Mundo, Holanda, 2011, p. 4.

factibles o favorecedoras- para grupos con escaso o nulo peso específico en los mercados internacionales.

Basado en lo anterior, la identificación de los principales actores y el rol que cada uno funge en dicha dinámica, ha logrado la creación de estas redes comerciales “justas”, las cuáles son más simplificadas que las que operan dentro de una transacción comercial convencional, al haber una menor participación de intermediarios en los procesos.

Cabe señalar que además de los agentes comúnmente señalados en las cadenas de abasto, resalta la participación de otras entidades que han favorecido al establecer un entorno favorable al movimiento alternativo.

Los principales actores identificables en el Comercio Justo son<sup>184</sup>:

i) Productores: Conformados mayoritariamente por artesanos y pequeños productores situados en comunidades rurales de países en desarrollo, abocados al cultivo o elaboración de una amplia gama de bienes (materias primas o artesanías principalmente) que son apreciados y consumidos en los mercados del Norte, y que constituyen la base del Comercio Justo. Dentro de los productores se pueden destacar:

- Productores de pequeña escala: son en parte organizaciones o cooperativas que han sido establecidas para la consolidación de un frente común que les permita obtener mejores precios, combatir el “coyotaje” y lograr producir volúmenes considerables de productos para poder ser comercializados en los mercados de exportación. Generalmente, un pequeño productor cuenta con parcelas de extensiones inferiores a las 5 hectáreas cultivadas bajo la figura de parcelas familiares. Al agremiarse en la figura de cooperativas, se busca proteger los derechos de los integrantes así como fomentar condiciones de desarrollo regional a través de la construcción de infraestructura, capacitación, etc.

---

<sup>184</sup> Para mayor información véase: Mark Boonmark, op. cit. p. 24-33.

- Artesanos: A diferencia de los pequeños campesinos, los artesanos suelen ser personas que no poseen un área de cultivo por lo cuál ejercen oficios para elaborar productos con técnicas tradicionales, siendo mayoritariamente actividades que fomentan el empoderamiento de las mujeres. De la misma manera que los pequeños productores, los artesanos tienden a organizarse a través de cooperativas u organizaciones de artesanos dependiendo del producto del que se trate.

- Trabajadores: Considerándose como la figura tradicional de “obrero o jornalero”, son la fuerza laboral que es empleada en las grandes plantaciones, fábricas o empresas maquiladoras, quienes generalmente laboran en los canales convencionales bajo condiciones de explotación, bajos ingresos y un entorno donde constantemente se expone su integridad física.

## ii) Redes y Asociaciones Internacionales de Comercio Justo

Las Asociaciones Internacionales de Comercio Justo tienen la labor de representar los intereses de sus miembros mediante la creación de oportunidades, proporcionar apoyo o acceso a la información, promoción y fortalecimiento del movimiento justo ya sea a través de la concientización o consolidación de estándares que operen a nivel nacional, regional o internacional, fungiendo como enlace entre los productores y las organizaciones importadoras con la finalidad de establecer puntos de venta y acceso a diversos mercados.<sup>185</sup>

Las principales asociaciones de Comercio Justo son:

- FINE: Aunque no es una organización formalmente constituida, es un grupo de trabajo conjunto entre las cuatro principales organizaciones que encabezan el movimiento de Comercio Justo (WFTO, FLO, EFTA y NEWS) dentro de la cuál se busca concertar acuerdos y estrategias coordinadas que

---

<sup>185</sup> Mark Boonmark, op. cit., p. 28.

beneficien y favorezcan el crecimiento y alcances de este movimiento de comercio alternativo.

- WFTO: Como se mencionó anteriormente, la Organización Mundial de Comercio Justo es la principal red de organizaciones comprometidas con el comercio alternativo, conformada por cerca de 450 organizaciones en 75 países. Los miembros de WFTO son productores, exportadores, importadoras y minoristas. La misión de la WFTO es permitir a los productores mejorar su calidad de vida y la de sus comunidades a través del intercambio comercial. Aproximadamente el 65% de los miembros de WFTO son organizaciones del Sur.<sup>186</sup>

- FLO: La Organización de Certificación de Comercio Justo es el organismo mundial de certificación del Comercio Justo conformado por 24 organizaciones que han unido esfuerzos para asegurar el establecimiento de estándares y la promoción de una estrategia de desarrollo global de un Comercio Justo y apoyo a los productores en desventaja. Está conformado por FLO e.V, en la que participan numerosos actores y cuya misión es preparar y revisar normas y ofrecer apoyo a los productores, y FLO-CERT GMBH, que garantiza el cumplimiento de esas normas.<sup>187</sup>

- EFTA: La Asociación Europea de Comercio Justo agrupa desde 1987 a las 10 principales importadoras de Comercio Justo asentadas en 9 países europeos (Austria, Bélgica, Francia, Alemania, Italia, Holanda, España, Suiza y Reino Unido). El objetivo de EFTA es asistir a sus miembros en sus operaciones y alentarlos a que cooperen y se coordinen en los diferentes sectores de actividad (artesanía, alimentación, asistencia a productores, presión política, etc.).

- \*NEWS: Red Europea de Tiendas del Mundo, establecida en 1994 y actualmente integrada a WFTO Europa, es el entramado de asociaciones

---

<sup>186</sup> World Fair Trade Organisation, *Reporte Anual 2010*, p. 5. Disponible en <http://www.wfto.com>

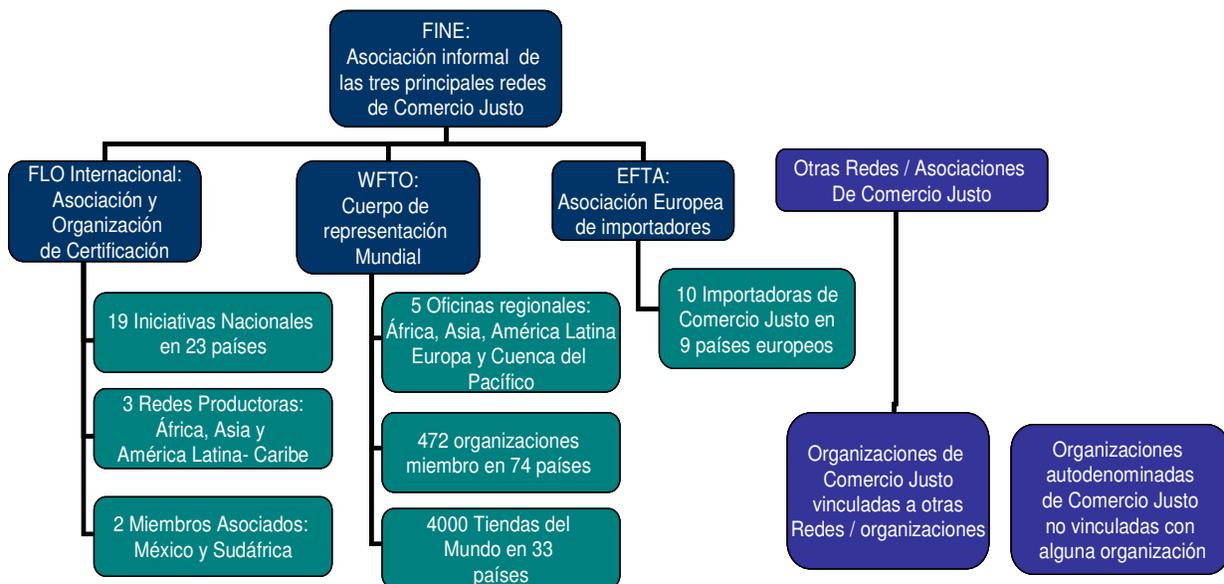
<sup>187</sup> Mark Boonmark, *op. cit.*, pág. 28.

**\*NOTA:** La estructura de NEWS como figura autónoma ha sido disuelta para formar parte de la estructura regional de WFTO Europa. Aún se hace referencia como estructura vigente por la relevancia que ha tenido en el proceso del Movimiento de Comercio Justo.

nacionales de tiendas de Comercio Justo en 12 países europeos que en conjunto albergan cerca de 3000 tiendas<sup>188</sup>. Se encarga de facilitar la cooperación y la conexión entre sus miembros mediante la provisión de información y encuentros bienales de sus socios. También se encarga de desarrollar y coordinar campañas de concientización a favor del comercio justo.

- (FTF) Fair Trade Federation: Con sede en Estados Unidos y fundada en 1994 bajo el nombre de Organización Norteamericana de Comercio Alternativo, es una asociación de mayoristas, minoristas y productores comprometidos con la misión de fortalecer y promover el Comercio Justo en Norteamérica, donde se ubica el principal mercado mundial. Como miembro de la WFTO, está comprometida a fomentar salarios y condiciones laborales dignas a artesanos y agricultores marginados de todo el mundo.<sup>189</sup>

**Cuadro 10: Principales estructuras del movimiento de Comercio Justo**



**Fuente:** Fair trade facts and figures 2010, p. 24.

### iii) Importadores y Consumidores

<sup>188</sup> Marlike Kochken, *Sixty Years of Fair trade: A Brief history of the Fair Trade movement*, [PDF en línea], EFTA, noviembre, 2006, p. 3. Disponible en: <http://www.wfto-europe.org>.

<sup>189</sup> Ayuntamiento de Madrid, op. cit. Pág. 10. Para información detallada consúltese: <http://www.fairtradefederation.org>

Las importadoras juegan un papel fundamental en el entramado de Comercio Justo, ya que asisten a su contraparte –el productor- de diversas maneras, como: desarrollo de su producto, capacitación administrativa y habilidades para el manejo de su organización, o bien brindan apoyo financiero sobretodo en la etapa inicial mediante un pre-pago de la mercancía pactada. A su vez, fungen como comercializadores en los países consumidores a través de diversos conductos como tiendas especializadas o mediante los canales convencionales.

Dentro de las importadoras más importantes destacan las agrupadas en la Asociación Europea de Comercio Justo como Gepa - Fair trade Company (Alemania), Soldar'Monde (Francia), Traidcraft Plc (Reino Unido), Ctm Altromercato (Italia) u organizaciones independientes como Ten Thousand Villages o Serrv ambas con sede en Estados Unidos.

Para el caso de los consumidores, como se detalló anteriormente, la creciente concientización y demanda de bienes producidos de forma ética ha contribuido a un incremento sostenido de este sector, tendencia proyectada a continuar durante los próximos años.

#### iv) Otras Organizaciones de apoyo al Comercio Justo

En este rubro las organizaciones no necesariamente pertenecen al entramado de las redes creadas por el Comercio Justo en sí mismo; empero, a través de su propósito particular han logrado compaginar esfuerzos y crear sinergias interesantes con el movimiento de comercio alternativo.

En este rubro pueden distinguirse tres tipos:

- Organizaciones de presión: Son entidades encausadas a la creación de un consumo responsable mediante acciones como denuncia pública de prácticas corporativas desleales, contacto con medios de comunicación, organización de foros y acciones masivas de difusión y presión, edición de materiales didácticos, etc.; coordinadas generalmente por ONG's cuyo fin es

hacer que el consumidor ejerza presión mediante el ejercicio de sus compras diarias.

Un ejemplo es la Campaña “Ropa Limpia”, iniciativa impulsada por 15 organizaciones europeas cuyo objetivo es la erradicación de las “sweatshops”<sup>190</sup> en la industria textil y la promoción de un comercio más equitativo con los países del Sur. Para ello, elaboran campañas publicitarias o de denuncia pública de prácticas desleales de empresas transnacionales emblemáticas<sup>191</sup> que ante el desprestigio publicitario se han visto forzadas a la concertación de compromisos sociales para eliminar estas prácticas o mejorar las condiciones laborales dentro de su esquema corporativo. Actualmente cuentan con una red de 200 organizaciones con una extensión que abarca Europa, Estados Unidos, Canadá y Australia.<sup>192</sup>

- Organizaciones de desarrollo social y financiamiento: Son instancias cuya labor es la promoción de programas sustentables ya sea mediante la inversión directa o bajo el esquema de instituciones crediticias con condiciones de pago y tasas de interés muy por debajo del costo de un crédito común. Estos recursos han sido encausados a múltiples organizaciones de pequeños productores para solventar gastos de producción, implementar mejoras en su proceso productivo o creación de infraestructura en las comunidades.<sup>193</sup>

Como ejemplo destacan las participaciones de Oikocredit, Share Interest y Triodos Bank.

- *Oikocredit*: Institución cooperativa financiera que ofrece préstamos e inversión a organizaciones de Comercio Justo, pequeñas y medianas

---

<sup>190</sup> Término alusivo a fábricas donde existen condiciones de explotación laboral, violación de derechos de los trabajadores, mano de obra infantil, discriminación racial o de género, etc.

<sup>191</sup> Como fue el caso de las empresas de ropa deportiva Reebok y Nike que durante el Mundial de Fútbol celebrado en Francia en 1998 fueron el foco de atención al difundirse condiciones de explotación laboral y mano de obra infantil en la confección de balones empleados en la justa deportiva. Gonzalo Sichar, Pablo Cabrera, op.cit. p.110.

<sup>192</sup> Para mayor información véase [www.cleanclothes.org](http://www.cleanclothes.org). [consulta: 28 de julio de 2012].

<sup>193</sup> El monto por concepto de prefinanciamiento canalizado a productores FLO por prestamistas privados superó 100 millones de euros durante 2008. Fairtrade Labelling Organisation; *Fairtrade leading the way. Annual Report 08-09*, FLO, Alemania, 2009, p. 18.

empresas en los países en desarrollo. También, brinda a sus inversionistas réditos duales de orden social y financiero así como la certeza de que su dinero fue empleado para combatir la pobreza, proteger el ambiente y fomentar el Comercio Justo.<sup>194</sup>

- *Share Interest*: Constituida en 1990 con sede en Reino Unido, es una sociedad cooperativa de préstamo especializada en el financiamiento de Comercio Justo cuya misión es la de proveer servicios financieros y apoyo a las empresas u organizaciones situadas en comunidades rurales en los países con mayores índices de pobreza y favorecer con ello a elevar y mejorar las condiciones de vida de la población marginada.<sup>195</sup>
- *Triodos Bank*: Con sede en Holanda, es una entidad crediticia que brinda préstamos encausados a negocios socialmente responsables o que coadyuven a la consolidación de un mundo sustentable. Cuenta con experiencia en financiar proyectos de Comercio Justo y organizaciones productoras orgánicas en países en desarrollo.<sup>196</sup>

- Organizaciones de cabildeo y negociación: La concertación de acuerdos con gobiernos o instancias políticas al interior de los principales foros ha sido una de las estrategias más efectivas del movimiento de comercio alternativo, obteniéndose logros importantes como es el reconocimiento del concepto de Comercio Justo y su inclusión a iniciativas públicas (como la iniciativa de compras públicas) dentro del Parlamento Europeo.

---

<sup>194</sup> Esta organización está integrada por 48 000 inversionistas de 16 países con cobertura en 70 países en vías de desarrollo. Hasta diciembre de 2012 se han otorgado cerca de 530 millones de euros en préstamos para proyectos que benefician a cerca de 26 millones de personas. Es miembro de WFTO desde 1991. Mayor información en: <http://www.oikocredit.org> [consulta: 28 de marzo de 2013].

<sup>195</sup> Posee 8400 miembros y otorga anualmente 48.1 millones de euros en créditos (4.1 millones destinados a productores). Su objetivo es el de apoyar a organizaciones de Comercio Justo a través de su Cámara de Compensación la cuál está abierta para compradores y productores miembros de WFTO o productores certificados por FLO. Cuenta con oficinas regionales en Perú y Kenia. Es miembro de WFTO, información disponible en: <http://www.shared-interest.com>.

<sup>196</sup> Actualmente cuenta con oficinas regionales en Bélgica, Reino Unido, Alemania y España. <http://report.triodos.com>

Lo anterior ha sido posible gracias a las gestiones de la Oficina de apoyo del Comercio Justo (FTAO por sus siglas en inglés) que funge como el principal organismo de cabildeo y portavoz del movimiento de comercio alternativo en foros internacionales, autoridades nacionales o ante los representantes populares locales.<sup>197</sup>

La confluencia de todos estos actores ha permitido que el Comercio Justo sea actualmente el movimiento de carácter ético de mayores alcances. Sin embargo, el éxito futuro dependerá en gran medida de que se estreche la coordinación y alianzas estratégicas con miras a la unificación de criterios fundamentalmente entre los representantes más emblemáticos como son WFTO y FLO.

## 2.5.2 Tendencias mundiales del Comercio Justo

### a) Metodología

El comportamiento de crecimiento en el Comercio Justo muestra movimientos interesantes; empero, aún existen limitaciones para proyectar con certeza los volúmenes reales que se comercializan dentro de este sector ya que, a la fecha, no existe una instancia que centralice dichos datos como en la agricultura orgánica.

La información y tendencias que a continuación se expondrán se desprenden de diversas publicaciones editadas por las principales organizaciones de Comercio Justo (WFTO, FLO y EFTA) a modo de lograr datos más precisos en cuanto a las ventas generadas dentro del sector “justo”. Lo anterior se sustenta en lo siguiente:

- Fairtrade Labelling Organisation. Sólo concentra los datos de aquellos productos que son susceptibles de certificación mediante sus estándares, que aunque representan los volúmenes más significativos, omiten

---

<sup>197</sup> Con sede en Bruselas, Bélgica, es una iniciativa impulsada en 2004 entre la Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA), la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO) y la Organización de Certificación de Comercio Justo (FLO).

artículos como las artesanías que son productos emblemáticos del Comercio Justo.

- En el caso de WFTO, se aglutinan los valores correspondientes a la facturación de sus integrantes, generada por la venta de los artículos elaborados e intercambiados bajo la salvaguarda del sistema de garantía manejado por la organización, que alberga en su mayoría a aquellos bienes no certificables por FLO.<sup>198</sup>
- La Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA), al representar a las principales importadoras asentadas en el segundo mercado más importante del mundo, además de comercializar bienes respaldados por los sistema de garantía de FLO o WFTO. Cuentan también con estándares propios que permiten a grupos productores - que aún no cuentan con la capacidad de obtener las certificaciones internacionales- a formar parte de mercados de exportación con las garantías que brinda el comercio justo.<sup>199</sup>

Debido a lo anterior, el cruce de datos para la obtención de una tendencia general del sector no es posible en muchos casos por la falta de actualizaciones y la diferencia metodológica empleada por cada una de las fuentes citadas.

Por ello, la información será presentada de forma trifurcada cuando así lo amerite, advirtiéndose la posibilidad de multiplicidad de información dado que muchos de los bienes, al contar con doble sistema de garantía o certificación, han sido considerados paralelamente por EFTA, FLO o WFTO.

---

<sup>198</sup> Es importante recordar que hasta la fecha la validación que otorga WFTO no funge como certificación para productos sino para los miembros, constituidos en figuras jurídicas de orden moral: asociaciones, organización de productores, empresas, importadoras, comercializadoras, etc.

<sup>199</sup> Aunque este procedimiento no corresponde a un proceso propiamente de certificación, estos estándares están en concordancia con los 10 principios de Comercio Justo de la WFTO que, aunado al prestigio de las importadoras dentro de sus respectivos mercados nacionales, garantizan al consumidor que dichos artículos si provienen de una abstracción ética.

## b) Demanda Mundial de productos de Comercio Justo

Así como la Agricultura Orgánica ha ganado terreno en el mercado mundial dada la creciente demanda de productos saludables, el Comercio Justo aunque sólo representa el 0.03 % del mercado mundial total<sup>200</sup> es el sector con mayor crecimiento dentro de los esquemas de alcance ético.

El Comercio Justo obtuvo ganancias durante 2009 por 3,679.9 millones de euros, siendo el 86% atribuibles a la comercialización de productos certificados por FLO; aproximadamente, 285.7 millones fueron generados dentro del sistema de WFTO y 289.7 millones se facturaron a través de EFTA.<sup>201</sup>

La tendencia de crecimiento para los productos certificados por FLO es la que presenta mayor dinamismo por ser asequibles en los canales de distribución convencional, mostrando un promedio de crecimiento del 29.5 % anual durante 2002-2011, en comparación con los crecimientos registrados por EFTA y WFTO correspondientes a 8.9% y 7.8 % respectivamente durante el periodo 2007-2009<sup>202</sup>. Con base en el dinamismo manifestado, el volumen comercializado por esta vía alternativa puede estimarse en 5,224 millones de euros para el año 2011, contribuyendo con la mayor proporción lo distribuido por FLO.

---

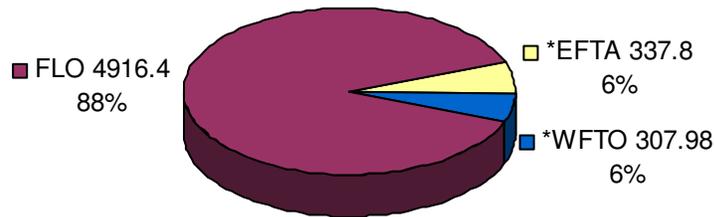
<sup>200</sup> Las exportaciones mundiales en el año 2011, según lo publicado por la OMC en sus Estadísticas de Comercio Mundial 2012, generaron ganancias por 17.81 billones de dólares, mientras que los datos proporcionados por FLO y el dato estimado para WFTO respecto a las ventas generadas en el mismo año ascienden en conjunto a cerca de 5.2 miles de millones de euros (7.2 miles de millones de dólares, calculados con base en el tipo de cambio promedio en 2011 equivalente a 1.3924 dólares por euro).

<sup>201</sup> Mark Boonmark, *op. cit.*, pág. 23.

<sup>202</sup> Promedios calculados con base en la facturación de ventas generada durante el periodo 2002-2011 por FLO; para EFTA se consideró el periodo 2002-2009 mientras que para la tendencia de WFTO sólo se contó con la información disponible en 2007 y 2010. Datos disponibles en: [http://www.fairtrade.net/annual\\_reports.0.html](http://www.fairtrade.net/annual_reports.0.html) y <http://www.european-fair-trade-association.org/efta/report.php>, [consulta:29 de marzo de 2013].

**Gráfica 10: Proyección de la facturación mundial de Comercio Justo: Año 2011**

**Total \*5,224 Millones €**



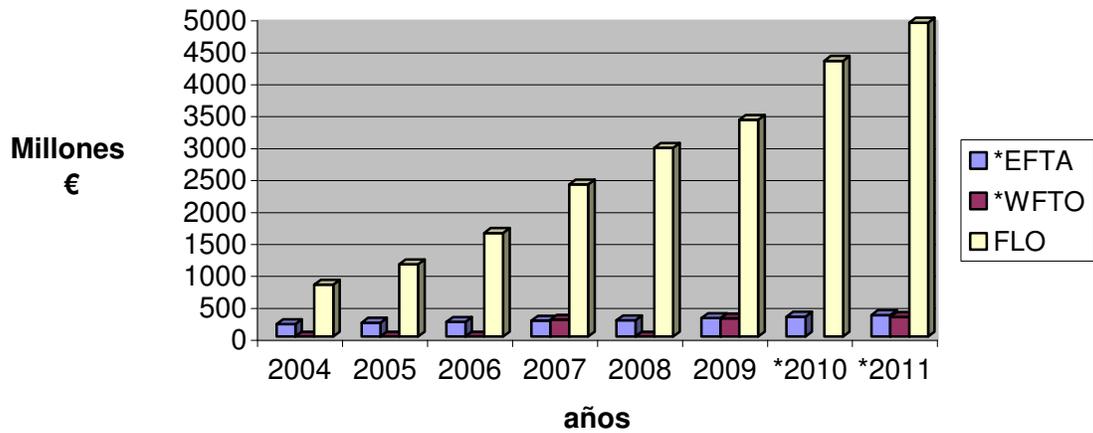
Nota: El monto generado por EFTA fue excluido de la estimación del valor total calculado a fin de evitar duplicación de valores ya que constituyen parte importante de las aportaciones de WFTO

\*Valores estimados conforme a las tasas de crecimiento promedio disponibles. Sólo FLO cuenta con datos confirmados.

Esta variación en el crecimiento está ligado fundamentalmente a la disponibilidad de dichos productos, ya que en muchos de los casos están confinados a puntos de venta especializados, dificultando su adquisición, factor que ha frenando el incremento potencial del sector, el cuál se estima que está desarrollado sólo en un 30% de su potencial real dada la amplia disposición que actualmente existe en el consumidor por adquirir estos productos.<sup>203</sup>

<sup>203</sup> Xavier Montagut, op. cit., p. 22.

**Gráfica 11: Tendencia mundial del Comercio Justo  
2004-2011**



\*Los valores indicados para WFTO y EFTA corresponden a estimaciones.

**Fuente:** Elaboración propia con base en publicaciones de FLO, WFTO y EFTA durante 2004-2011.

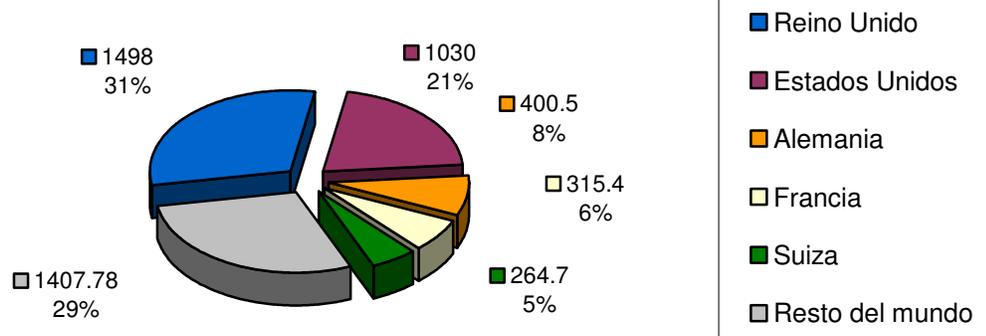
La mayor demanda de productos de comercio justo se concentra en los países del norte, principalmente en los mercados de Reino Unido, Estados Unidos, Alemania y Francia que conjuntamente constituyen el 66 por ciento del consumo mundial según datos publicados por Fairtrade Labelling Organisation.

Respecto al consumo per cápita de productos certificados, los países desarrollados destinaron en 2011 alrededor de 5.1 euros en promedio, siendo Irlanda, Suiza y Reino Unido los países que ejercen un mayor gasto.

**Gráfica 12: Principales países consumidores de Comercio Justo en 2011**

Productos certificados por FLO

Millones de Euros/ Porcentaje



Fuente: Reporte Anual FLO 2011-2012

**Cuadro 11: Consumo per cápita**

Productos certificados FLO

Año: 2011

País	€	País	€
Irlanda	35.1	Bélgica	7.2
Suiza	34.4	Canadá	5.80
Reino Unido	24	Australia/ Nueva Z.	5.6
Finlandia	19.3	Francia	5
Luxemburgo	14.5	Alemania	4.9
Suecia	14.2	Estados Unidos	3.3
Dinamarca	13.4	Italia	0.9
Austria	11.9	España	0.4
Noruega	10.9	Japón	0.2
Holanda	8.8	Resto del mundo <sup>204</sup>	N/D
		<b>Promedio Mundial<sup>205</sup></b>	<b>5.1</b>

Fuente: Elaboración propia con base en Reporte Anual FLO 2011-2012, Base de datos ONU.

<sup>204</sup> El gasto per cápita no es calculable debido a la falta de especificación de los países considerados en este rubro, motivo por el cuál se excluyó de la estimación mundial.

<sup>205</sup> Cálculo obtenido de las facturaciones por país correspondientes a 2011 publicadas por FLO así como a la información demográfica proporcionada por Naciones Unidas disponible en <http://unstats.un.org/unsd/demographic>; FLO, Annual Report 2011-2012, op. cit., p.12.

## ➤ El Mercado Europeo

La transformación en los hábitos de consumo al interior de los países europeos se ha traducido en una disposición del 40 por ciento de los consumidores por pagar un monto adicional para aquellos productos elaborados bajo la observancia de estándares ambientales y sociales que apoyen a países en vías de desarrollo.

El concepto de “Comercio Justo” es reconocido por cerca del 47.5 % de los consumidores europeos, que muestran identificación con el término, e incluso han optado por compras esporádicas.

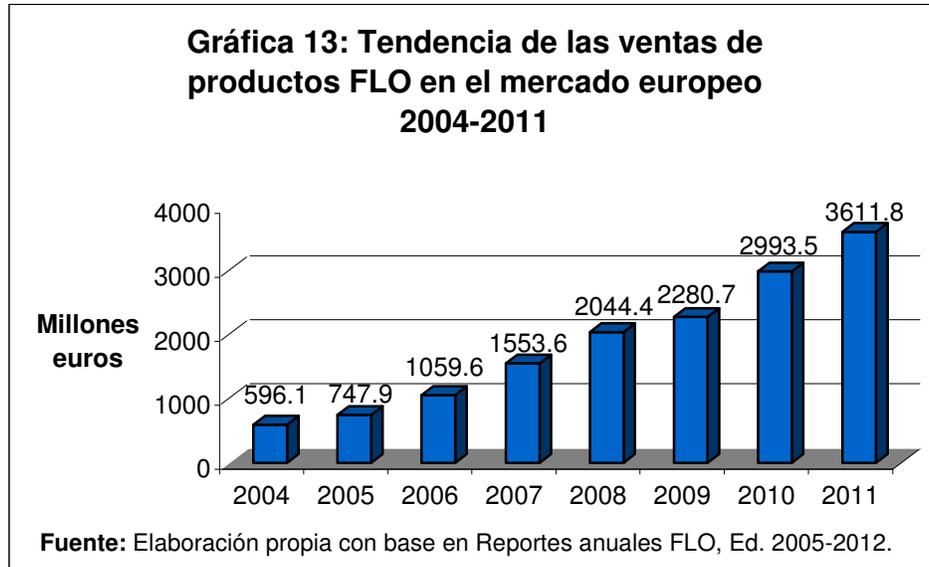
El mercado europeo representa cerca del 70 % de las ventas mundiales de Comercio Justo<sup>206</sup>, alcanzando una facturación en productos certificados FLO por 3,611.8 millones de euros durante 2011, tendencia que se estima continúe en años subsecuentes.

Por ello, en los últimos años se han observado incrementos considerables de la adquisición de productos “justos”, alcanzándose proporciones de mercado muy significativas como el caso suizo, donde productos como el plátano (55 %), la miel (16 %), las flores (28 %) y el azúcar (15 %) cubren volúmenes importantes del abasto total .<sup>207</sup>

---

<sup>206</sup> Buzek Jerzy; Discurso del Presidente del Parlamento Europeo en apoyo al consumo “justo” con motivo del día mundial del Comercio Justo publicado el 21 de abril de 2011. Disponible en: [http://www.wfto.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1442&Itemid=1](http://www.wfto.com/index.php?option=com_content&task=view&id=1442&Itemid=1)

<sup>207</sup> Anja Osterhaus, et.al, *Business Unusual. Successes and Challenges of Fair Trade*, [PDF en línea], Bélgica, FLO/IFAT/NEWS/EFTA, 2006, p. 69.



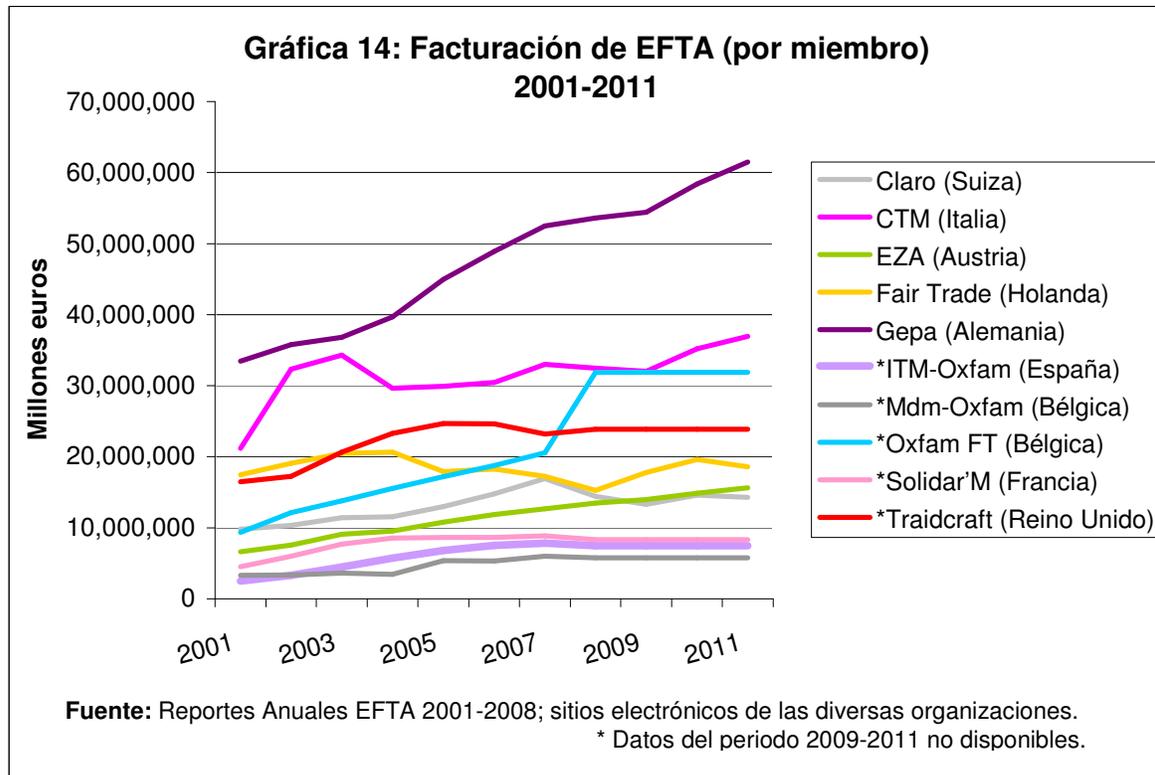
Sin embargo, un fenómeno que se debe indicar en este mercado descansa en la dualidad de las forma de comercialización. A pesar de que las tasas de crecimiento más elevadas, provenientes de productos con el sello FLO, indican que la estrategia de comercialización mediante puntos de venta convencionales es la más exitosa, existe también una facción del sector consumidor cuya concepción del término “Comercio Justo” es más amplia que el meramente difundido por el modelo FLO.

Lo anterior, ha hecho importante la adquisición a través de puntos de venta especializados, bajo las marcas empleadas por dichas importadoras identificadas plenamente como organizaciones pioneras del movimiento justo – como el caso de los integrantes de EFTA (Anexo 3) -, convirtiéndose en la opción más confiable que el mismo sello de FLO para aquellos consumidores asiduos cuyo compromiso social es más elevado o tendiente al modelo global alternativo liderado por WFTO.

<b>Anexo 3. Miembros de la Federación Europea de Comercio Justo (EFTA)</b>	
Claro (Suiza)	
CTM altromercato (Italia)	
EZA Fairer Handel GmbH (Austria)	
Fair Trade Original (Holanda)	
Gepa (Alemania)	
Interpón Oxfam (España)	
Oxfam Magasins du Monde (Bélgica)	
Oxfam Wereldwinkels (Bélgica)	
Solidar' Monde (Francia)	
Traidcraft Plc (Reino Unido)	

Como ejemplo de la situación anterior es el contraste entre Reino Unido, donde se han efectuado grandes campañas de concientización y difusión haciendo del sello FLO la alternativa de Comercio Justo aceptada por el 74 % de la población<sup>208</sup>, y países como Alemania (Gepa), Italia (CTM Altromercato) o Francia (Solidar'Monde) que a pesar de contar con iniciativas nacionales promotoras del emblema FLO, también encabezan un modelo de consumo con mayor apego a las marcas promovidas por las organizaciones importadoras de EFTA.

<sup>208</sup> Alter Eco Fair Trade Study, *A survey of existing and potential fair trade consumers*. Alter Eco, Estados Unidos, octubre 2008. Mark Boonmark, et al; p. 36.



Mientras que las adquisiciones de productos FLO generalmente son efectuadas por consumidores ocasionales, la demanda por las vías especializadas es sostenida por consumidores frecuentes. Lo anterior, aunque las tasas de crecimiento y el volumen de venta en estos países no son tan significativos respecto al total -como ocurre con Reino Unido o Estados Unidos- manifiesta logros a favor del Comercio Justo en parámetros cualitativos que, paulatinamente, irán reflejándose en un aumento de las ventas por este conducto.

A pesar de la dicotomía de Comercio Justo existente en este mercado respecto a su implementación, el consumo de estos productos por ambas alternativas representa el punto de venta más atractivo para los productores que enfilan sus productos por esta vía, fundamentalmente de las regiones de África y América Latina, siendo los de mayor consumo artículos como el café, té, cacao, frutos y especias provenientes de Asia.

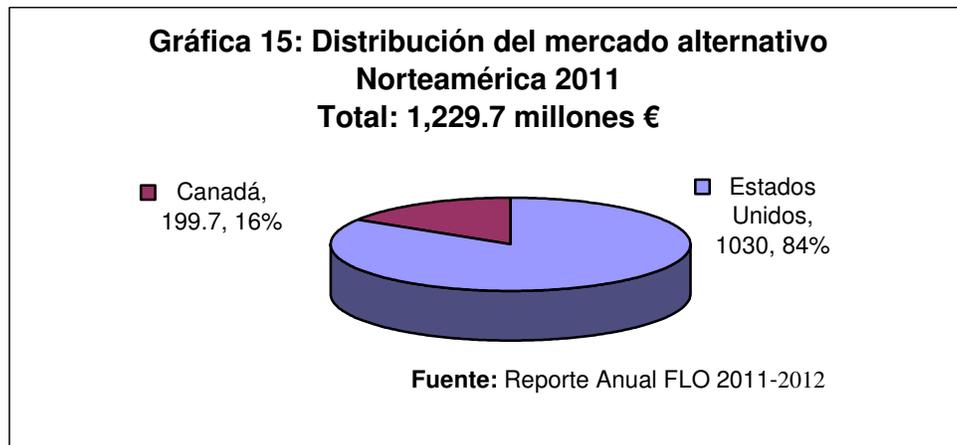
➤ El mercado Norteamericano

El Comercio Justo en esta región se ha encausado a través de los esquemas de certificación encabezados por las iniciativas nacionales – Fairtrade USA y Canadá respectivamente– integrantes de la estructura de FLO.

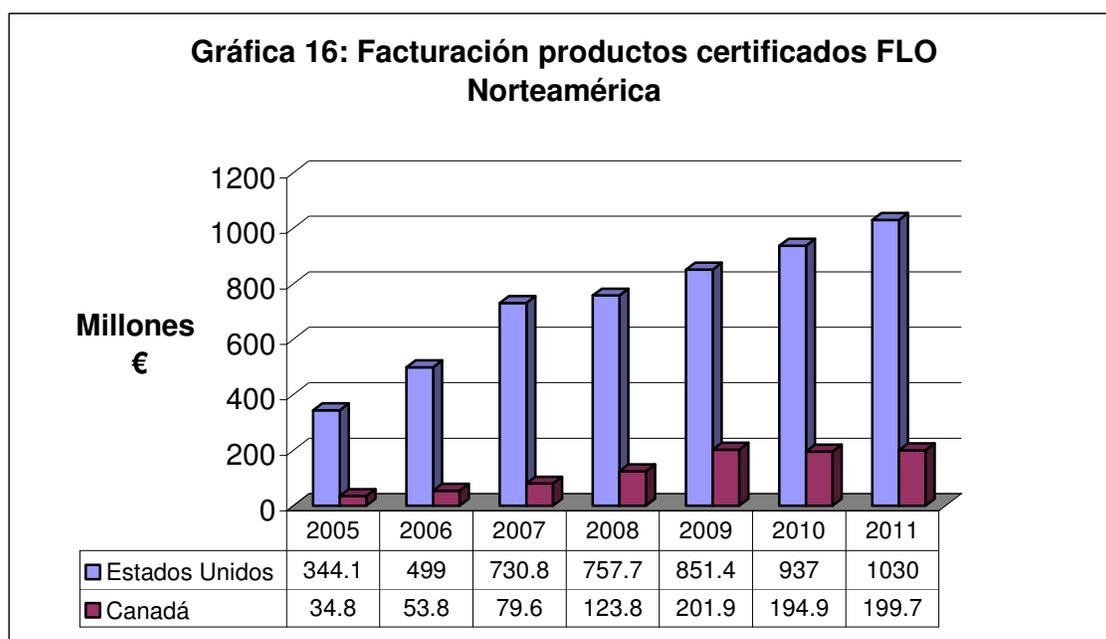
La conciencia del consumidor respecto al tema aún es somera en contraste con el mercado europeo, ya que la información que posee el consumidor norteamericano está limitada a lo expresado mediante campañas publicitarias – la cuál tiende a ser insuficiente- u orientadas a normas de Comercio Ético.

Por lo anterior, la estrategia promovida por Fairtrade ha sido bien acogida al responder a estos patrones de consumo norteamericano, tendientes a sujetarse al uso de distintivos cuyo prestigio esté avalado por alguna entidad garante del cumplimiento de un estándar, la difusión que se haga de dicho logotipo y la disponibilidad en los canales de distribución convencionales.

Estados Unidos y Canadá superaron los 1,229.7 millones de euros en facturación de productos certificados FLO durante 2011, equivalente al 25 por ciento de la oferta mundial disponible mediante el canal comercial justo, con una dinámica ascendente promedio del 24.8 por ciento registrada durante el último lustro. Cabe indicar que la crisis económica incidió en el ritmo de crecimiento mostrado anteriormente que consistía en un alza de 50 por ciento anualmente durante el periodo 2005-2007.



El reconocimiento del logotipo FLO está presente en más del 71.3 por ciento de los consumidores norteamericanos –lo cuál indica condiciones de un mercado parcialmente consolidado- contrario al caso del mercado canadiense, en su actual etapa de incipiente armonización de certificación, el cuál refleja sólo el 15 por ciento de familiarización con este distintivo, denotando la existencia de un potencial de crecimiento en este mercado ya que el volumen consumido actualmente, contrastado con el ínfimo conocimiento de la marca, es promisorio.<sup>209</sup>



**Fuente:** Reportes Anuales Fairtrade 2004-2012.

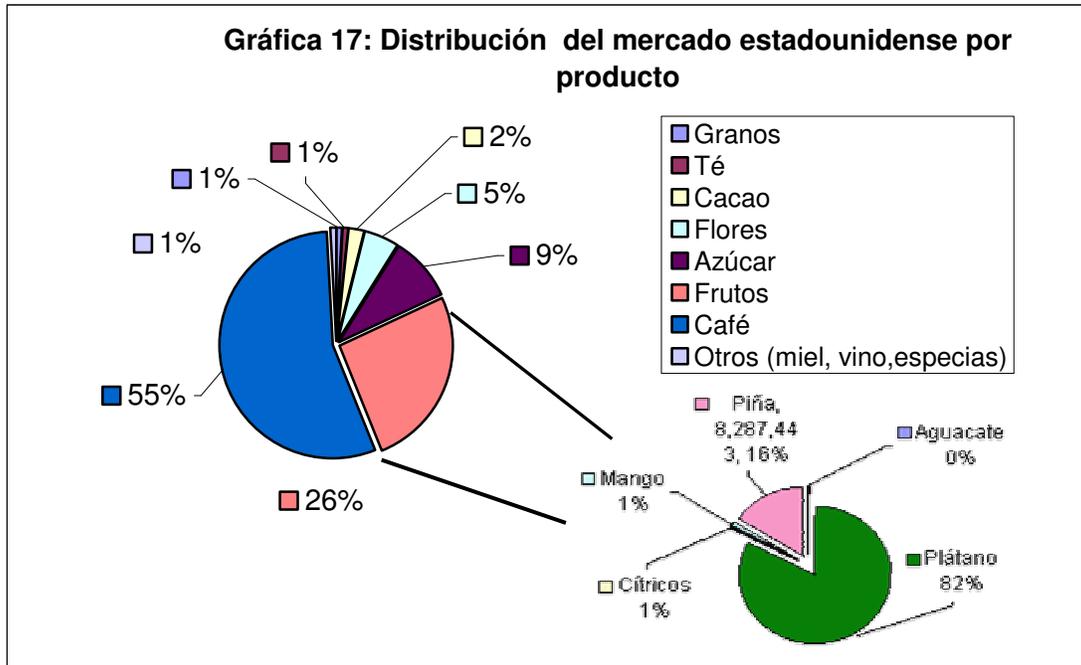
El producto de mayor consumo en la región es el café, que en el caso del mercado estadounidense es abastecido por comunidades campesinas de Perú (23 %), Nicaragua (16%) y Colombia (11). A pesar de su colindancia, México cubre únicamente el 6 por ciento de la demanda de café justo<sup>210</sup>. Otros productos como los frutos, el azúcar y las flores también han ido incrementando su participación. (Véase gráfica 17)

Por su parte, el mercado canadiense también muestra un alto consumo de café (76% del consumo justo nacional), seguido de frutos varios (10%), azúcar (6%) y

<sup>209</sup> Alter Eco, op. cit., p. 5. Fairtrade Canadá, *Reporte Anual 2010*, Canadá, 2011, p. 10.

<sup>210</sup> Fairtrade USA, *Almanac 2010*, Estados Unidos, 2011, p. 24.

cacao (4 %) igualmente provenientes de la zona de Centro y Sudamérica de países como Perú, Ecuador, República Dominicana, Panamá, Nicaragua y Argentina.



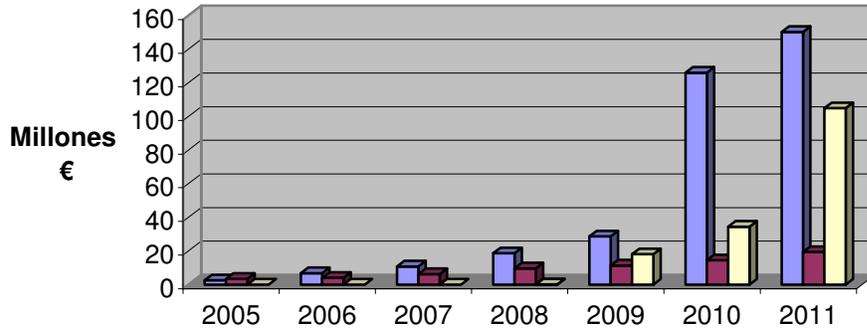
Fuente: Almanaque 2010, Fairtrade USA

➤ Otros mercados:

Japón, Australia y Nueva Zelanda son los principales países consumidores asentados en la región de la Cuenca del Pacífico, aunque su demanda aún es reducida respecto al total global. Otros países como Corea del Sur están comenzando a gestionar el establecimiento de su propia iniciativa nacional, siendo previsible otro mercado con gran potencial de desarrollo dado la capacidad adquisitiva que posee.

Respecto al consumo de los países en vías de desarrollo, la demanda de productos “justos” aún está en una etapa embrionaria, aunque se prevé un mercado de gran potencial conforme los consumidores -fundamentalmente aquellos con ingresos medio y alto- comiencen a adquirir estos artículos.

**Gráfica 18: Facturación productos FLO  
Cuenca del Pacífico / Resto del mundo  
2005-2011**



 Australia/ Nueva Zelanda	2.5	6.8	10.8	18.6	28.7	125.9	150.2
 Japón	3.4	4.1	6.2	9.6	11.3	14.4	19.4
 Resto del Mundo	N/D	N/D	N/D	0.13	18	39.4	104.9

**Fuente:** Reportes Anuales 2004-2012, Fairtrade

Factores como la falta de iniciativas nacionales que coordinen la consolidación del sector, la desinformación del consumidor aunado a su limitado poder adquisitivo, así como la falta de canales de distribución y oferta adecuados, son las principales problemáticas que deberán revertirse gradualmente para generar un entorno propicio que permita a los pequeños productores contar con una mayor diversificación de sus puntos de venta, previendo con ello una posible contracción de la demanda en los mercados de importación que contravenga a sus ingresos y productividad futuros.

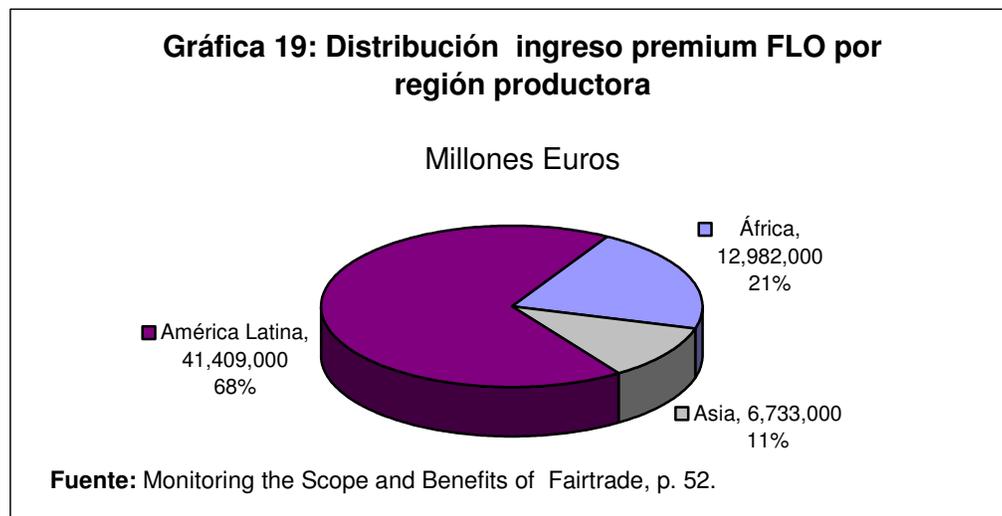
Actualmente, la recopilación de la información sobre las ventas así como tendencias en los países productores es escasa al no existir aún algún agente que coordine la consolidación de datos, aunado al hecho de que gran parte de lo comercializado tiende a efectuarse por actividades informales, por lo cuál, no es posible establecer un panorama del comportamiento de consumo en estas regiones (América Latina, África y Asia).

c) El Comercio Justo en los países del Sur

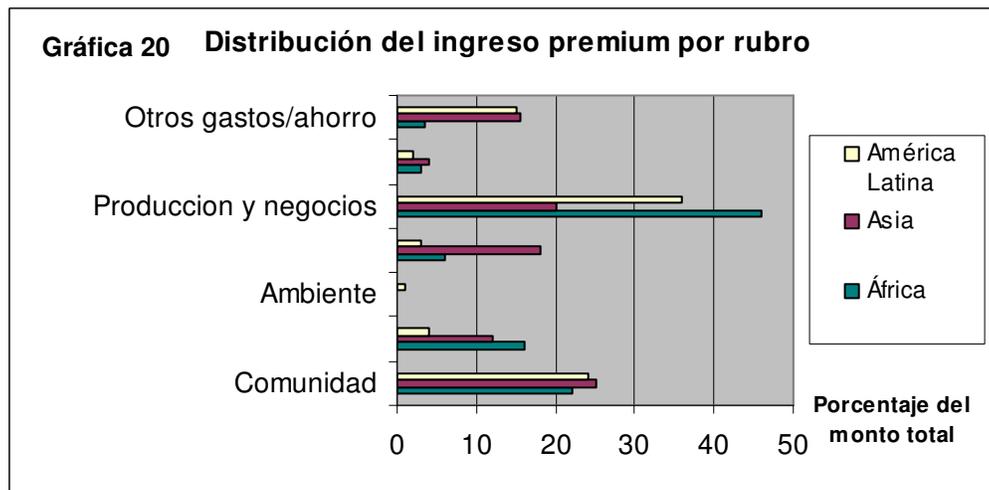
Si bien los países del Norte se caracterizan por su rol consumidor, los países del Sur funcionan como proveedores cuya actividad está vinculada a la exportación bajo la consigna primaria de este movimiento justo del uso del comercio como detonante para su desarrollo.

Este sistema alternativo ha creado oportunidades para 1.2 millones de pequeños productores que junto con sus familias suman cerca de 7.5 millones de personas beneficiadas en el mundo, según lo calculado por FLO para 2011.

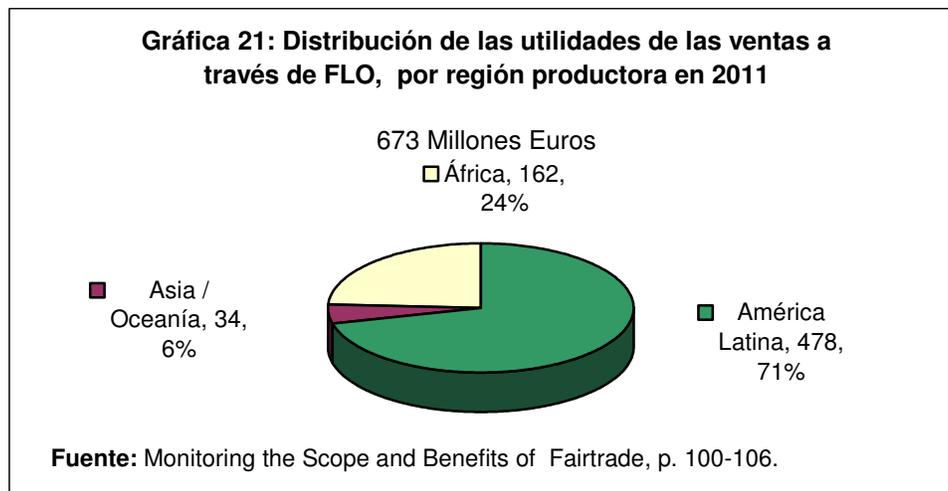
Durante 2011 el ingreso obtenido por el precio Premium según el esquema de FLO fue de 65 millones de euros, los cuales fueron destinados por las comunidades productoras para el fortalecimiento de sus capacidades y mejoras en la producción, apoyo al desarrollo de proyectos comunitarios, educación, salud, preservación del ambiente o depositados en fondos de ahorro entre otros fines.<sup>211</sup>



<sup>211</sup> s/a, *Monitoring the scope and Benefits of Fairtrade*, [PDF en línea], 4a Edición, Alemania, Fairtrade Labelling Organisation, 2012, p. 52, Dirección URL: <http://www.fairtrade.net>.



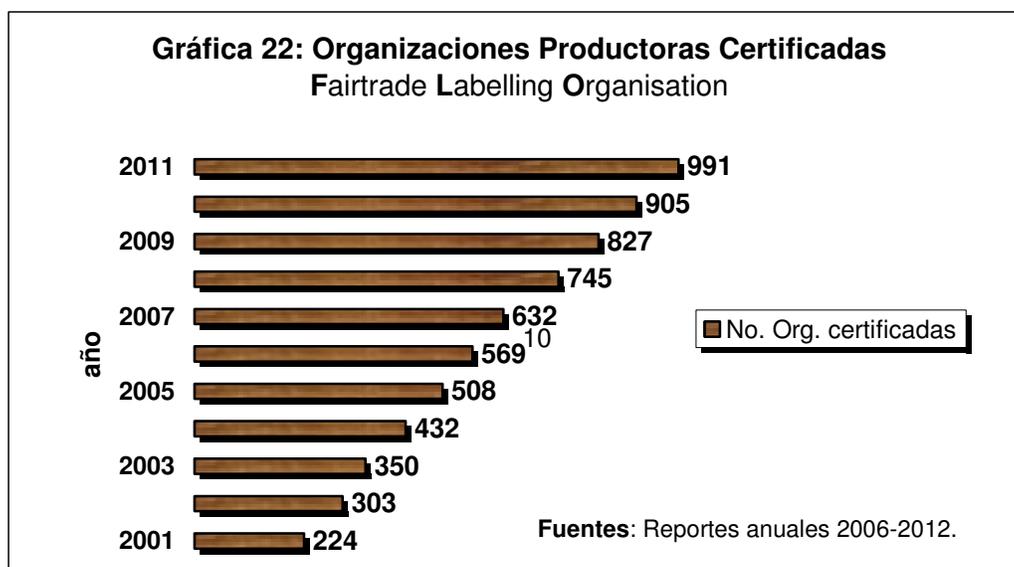
Al monto anterior, se suma cerca de 673 millones de euros obtenidos por las utilidades generadas de las ventas de sus productos a través del mecanismo de FLO. Del valor total de los productos, cerca de dos terceras partes en promedio son recursos que reciben directamente las organizaciones productoras al reducirse la intermediación.<sup>212</sup>



El número de organizaciones productoras certificadas por FLO en 2011 ascendió a 991, mientras que a través de WFTO se identifican a 291 agrupaciones directamente vinculadas a la elaboración de artículos destinados para su venta en el comercio alternativo.

<sup>212</sup> s/a, *Monitoring (..)*, op, cit. p. 13.

Del total de organizaciones productoras certificadas, América Latina representa el 54 por ciento, mientras que África y Asia conforman el 32 y 14 por ciento respectivamente.



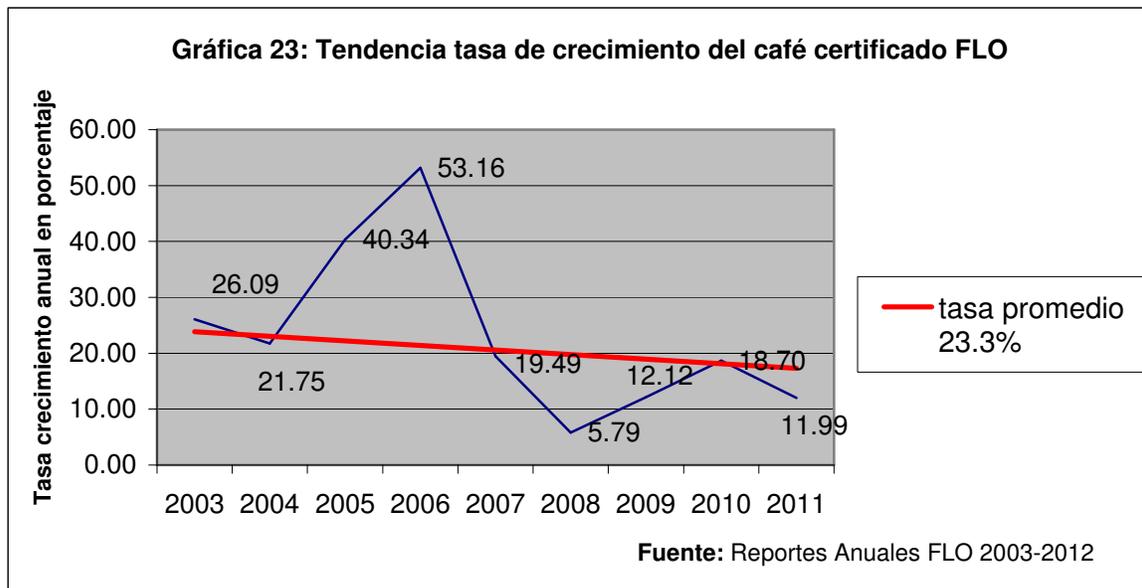
En 2011, los cinco países con el mayor número de organizaciones registradas fueron Perú (91), Colombia (82), India (72), Kenia (60) y México (52), que en conjunto suman el 36 por ciento del total de cooperativas productoras que operan en observancia con los estándares de FLO.

La región latinoamericana encabeza el abasto de la demanda mundial de los principales productos que son distribuidos a través de los canales alternativos tales como: café, miel, frutos (plátano, piña, aguacate, mango y cítricos), cacao, frutos deshidratados, jugos y vinos. Por su parte, Asia y África ostentan la producción de té, algodón, hierbas y especias, semillas oleaginosas y granos

#### d) Productos distribuidos a través del Comercio Justo

Inicialmente, los productos que se comercializaban a través de esta vía alternativa solían ser las artesanías, tendencia que a la fecha se ha revertido siendo los sectores de alimentos y materias primas los que lideran los volúmenes de ventas, seguidos por las artesanías y los productos manufacturados según la WFTO.

El café es considerado el producto más emblemático del movimiento alternativo al ser el primer bien comercializado por este medio. Actualmente, aunque sólo abarca cerca el 3 % del mercado total de este grano, constituye del 25 al 50% de las ganancias generadas en los países del norte y ha presentado una tasa de crecimiento promedio de más del 20 % durante la última década aunque con un comportamiento fluctuante. Su producción involucra a cerca de medio millón de campesinos -agrupados en organizaciones o cooperativas de pequeños productores que engloban el 33 por ciento total de organizaciones certificadas por FLO- en 15 países, incluido México.<sup>213</sup>



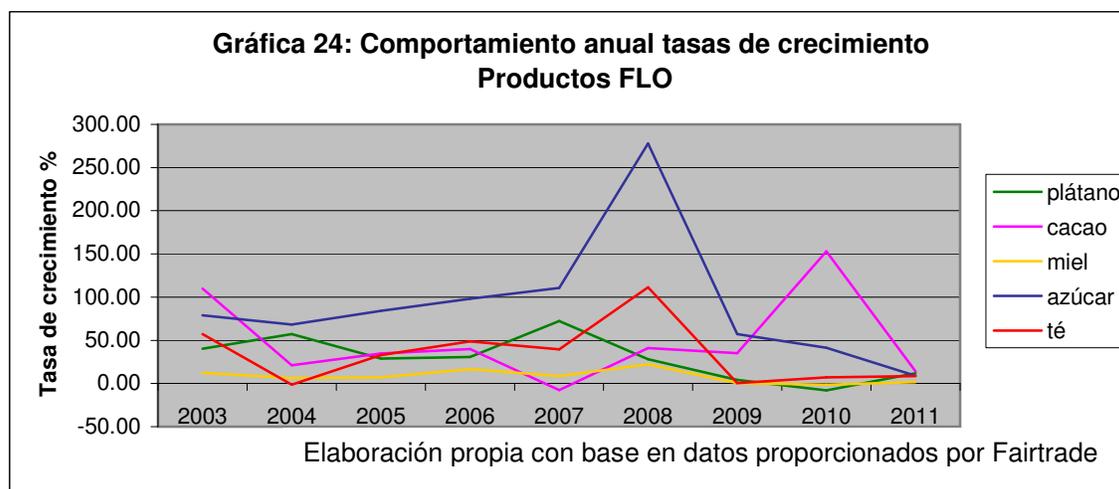
En América Latina, cerca del 70 por ciento de las utilidades obtenidas por los pequeños productores partícipes del esquema FLO provienen de las ventas de café y plátano. La caña de azúcar ha comenzado a cobrar importancia, particularmente en la parte sur del continente.<sup>214</sup>

Otros artículos como el cacao, azúcar, té, miel y algodón presentan también importantes tasas de crecimiento principalmente en países como Reino Unido y

<sup>213</sup> Fairtrade Labelling Organisation, *Challenge and opportunity. Annual Report 2010-11*, FLO, Alemania, 2012, p.12.

<sup>214</sup> s/a, *Monitoring (...)*, op, cit. p. 103.

Suiza. Este último país es donde se han logrado proporciones significativas respecto al mercado total de hasta el 55 por ciento en el caso del plátano.



**Cuadro 12: Volumen de venta de los principales productos FLO**

Producto	Unidad	2007	2008	2009	2010	2011	Tasa crecimiento promedio (%)
plátano	Tonelada	233,791	299,205	311,465	294,447	320,923	21.66
cacao	Tonelada	7,306	10,299	13,898	35,285	40,198	47.13
café	Tonelada	62,209	65,808	73,781	87,780	98,073	13.61
algodón	1000 Prendas	14,184	27,573	23,346	n/d	n/d	n/d
flores	1000 tallos	237,405	311,685	335,893	327,053	362,067	21.70
miel	Tonelada	1,683	2,055	2,065	2,072	2,070	6.26
jugo	Tonelada	24,919	26,424	45,582	25,468	38,775	76.60
arroz	Tonelada	4,208	4,685	5,052	5,048	5,718	31.6
pelotas d.	Pieza	138,000	141,000	118,000	286,000	160,000	14.67
azúcar	Tonelada	15,074	56,990	89,628	127,149	138,308	99.29
té	Tonelada	5,421	11,467	11,524	12,370	13,398	33.44
vino	1000 litros	5,740	8,982	11,908	13,155	11,786	33.73
fruta fresca	Tonelada	---	28,219	20,091	18,398	16,165	16.46

**Fuente:** Reportes Anuales Fairtrade 2007-2012

Las artesanías, que constituyen cerca del 26 % de los bienes comercializados en el mercado justo coordinado por WFTO, generan cerca de \$70 millones de euros anualmente, aunque se estima un potencial real que oscila en 15 mil millones anualmente. Este lento crecimiento se debe a las diversas barreras técnicas al

comercio que deben enfrentar estos artículos debido a los materiales empleados en su elaboración (tinturas y sustancias empleadas, pieles, madera, etc.) además de la falta de estándares que regulen su producción -a través del mecanismo de FLO- lo que produce una restricción en su acceso a la cadena de distribución convencional.

Como se indicó anteriormente, el sector artesanal es difícilmente cuantificable al tratarse de transacciones que mayoritariamente son producto de relaciones de compra venta dictada por la afluencia turística a los lugares donde los productores están asentados, situación que difícilmente está respaldada por un sistema de inventariado o de facturación que haga posible la obtención de cifras o datos.

Aunque los productos de Comercio Justo aún son predominantemente commodities o insumos con bajo nivel de transformación, cada vez es más común observar en los anaqueles una gran gama de productos justos envasados por las propias comunidades productoras, forzando a una “re-estandarización” para la inclusión de todos aquellos artículos que están comenzando a incluir niveles de procesamiento o valor agregado en origen.



Pasta elaborada con Sémola de trigo y Quinoa orgánica de comercio justo producida en Bolivia.



Productos elaborados con insumos orgánicos y de comercio justo procedentes de Paraguay, Tailandia, República Dominicana y Perú.

También, es característico del sector encontrar productos innovadores, fundamentalmente en el sector alimenticio, mediante combinaciones de insumos poco comunes haciéndolos más atractivos que si se comercializaran separadamente.

Esta tendencia, que actualmente estriba en una etapa sintomática, está sentando un precedente interesante de una latente evolución del movimiento alternativo hacia un nivel más consolidado, pudiendo significar la antesala de un crecimiento exponencial al mostrarse que uno de los pilares del Comercio Justo está comenzando a rendir frutos: la creación y mejoramiento de capacidades de los grupos productores para mejorar sus ingresos.

### 2.5.3 La Crisis Económica y su impacto en el Comercio Justo

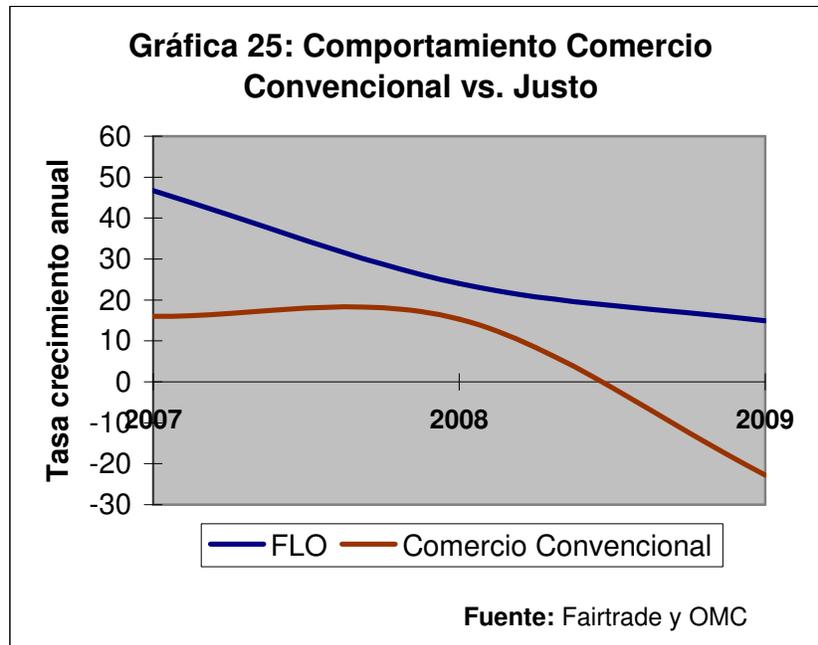
Una de las principales afectaciones producto de la crisis económica que se inicia en 2007 fue la contracción de las economías que derivó en la reducción de las transacciones comerciales y los volúmenes intercambiados, fluctuación de los precios –fundamentalmente de las materias primas cotizadas en los mercados bursátiles-, el aumento vertiginoso del precio del petróleo, consolidación de stocks, depreciación del dólar, reducción de la demanda, etc.

El volumen mundial de mercancías descendió 12% durante 2009, siendo el sector de los productos manufacturados el más afectado. Las importaciones de combustibles también se vieron disminuidas así como el descenso del 11 por ciento en el valor de las exportaciones de alimentos<sup>215</sup>.

Por su parte, las ventas a través del sistema de FLO, si bien manifestaron una desaceleración, conservaron tasas de crecimiento del 24 y 15 por ciento durante 2008 y 2009 respectivamente, mostrando en términos generales que la crisis económica no incidió de forma significativa en el crecimiento de la demanda a través del comercio justo en comparación al sector convencional, donde se experimentó una abrupta caída durante 2009.

---

<sup>215</sup> Escaith Hubert, et. al., *Estadísticas del Comercio Mundial*, Organización Mundial de Comercio, Suiza, 2010, p. 35.



Tipo de comercio	Miles de millones USD			Tasa crecimiento promedio
	2007	2008	2009	
<b>Comercio Convencional</b>	13,670	15,763	12,178	2.9
<b>Comercio Justo<sup>216</sup></b>	3.2	4.3	4.7	28.5

También, se registró un incremento en el número de cooperativas certificadas lo cuál es indicativo de que a pesar de los fluctuantes tipos de cambio, el mecanismo de comercio justo –en el cuál el comprador es el que “sufraga” los costos de la certificación- no afectaron al productor ya sea para la renovación o adscripción al sistema FLO.

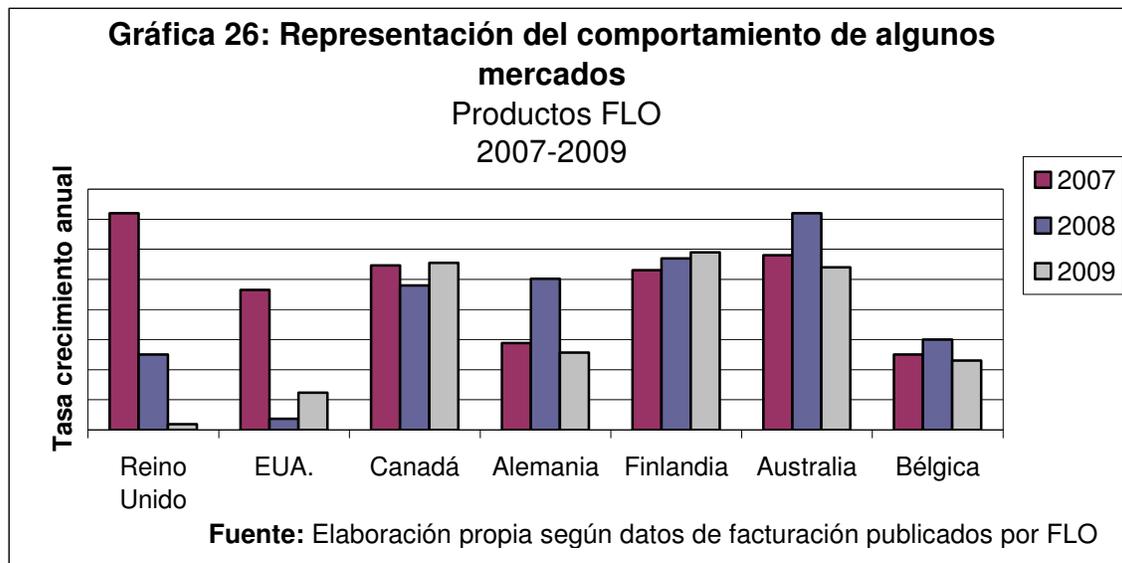
A pesar de la mermada economía y de una reducción en el poder de compra percibido por el consumidor, el compromiso por la adquisición de estos productos se preservó al existir la conciencia de que una abrupta reducción en los volúmenes de compra sería contraproducente tanto para el sistema –a nivel ideológico que sugiere una relación de cooperación y solidaridad entre los

<sup>216</sup> Ya que los datos publicados por Fairtrade son expresados en euros, se realizó la conversión según el promedio cambiario 1 €/USD obtenido del histórico publicado por el FMI.: 1.3704 (2007); 1.4707 (2008); 1.3947 (2009).

involucrados - como para el productor. Si bien la idea anterior prevaleció en el ánimo del Comercio Justo, ciertos mercados y productos si sufrieron traspies.

En el periodo 2008-2009, los mercados de mayor demanda como Reino Unido, Estados Unidos y Suiza mostraron una contracción de su comportamiento de crecimiento pero, a pesar de ello, mostraron tasas de crecimiento promedio positivas (13, 8 y 6 por ciento respectivamente). Lo anterior, si bien tiene obvia explicación en las problemáticas económicas que sortearon en el periodo, también deriva de que los mercados consolidados tienden a proyecciones de crecimiento medidas pero sostenidas, en comparación con aquellos mercados de mediano o incipiente desarrollo.

Mercados de medio desarrollo conservaron sus tasas de crecimiento promedio previas a las incidencias de la crisis económica como fueron los casos de Alemania (37.7 %) y Canadá (59.3 %). Finlandia, Australia / Nueva Zelanda y Bélgica manifestaron incluso un incremento respecto a años previos.



Respecto a productos, la demanda de algodón, pelotas deportivas y fruta fresca fueron los únicos que mostraron un revés en su crecimiento durante 2009 con tasas negativas del 15, 16.3 y 28.8 por ciento- respectivamente- tendencia que se ha revertido favorablemente. La demanda de los demás productos se mostró

poco sensible a los embates de la crisis económica e incluso insumos como el cacao, que venía de un déficit del -7% en su tasa de crecimiento en 2007, experimentó una recuperación que osciló en un incremento en volumen de producción de 38% en pleno escenario de crisis.

Como balance general, el Comercio Justo arroja a la fecha un resultado positivo, ya que se ha logrado consolidar como un movimiento de alcances globales tendiente a mejorar las condiciones de vida de uno de los sectores más vulnerables como son los pequeños productores. Actualmente, más de un millón de pequeños productores y trabajadores se han visto favorecidos por el sistema y se han organizado en cooperativas productoras.

A su vez, el Comercio Justo ha articulando mecanismos y organizaciones no gubernamentales propias con presencia en más de 70 países (entre WFTO y FLO) que desarrollen el entorno propicio para su desenvolvimiento, evitándose con ello las problemáticas que ciñen el comercio convencional (volatilidad de los precios, competencia desleal, complejos entramados de intermediación, etc.).

Los productos justos se venden en miles de Tiendas del Mundo o Tiendas de Comercio Justo, supermercados y muchos otros puntos de venta en los mercados del Norte y, gradualmente, están siendo introducidos en tiendas del hemisferio Sur.

El movimiento alternativo ha comenzado a ser incluido en debates con funcionarios encargados de tomar decisiones políticas en instituciones europeas y en los foros internacionales que discuten sobre cómo desarrollar un comercio más justo. Adicionalmente, la existencia del Comercio Justo como una opción paralela de consumo ha contribuido a gestar un viraje del sector convencional hacia prácticas éticas basadas en la responsabilidad social y ambiental de los actores que lo integran (consumidores, empresas, importadores, etc.).

La reciente crisis económica, pudiendo considerársele como la prueba de fuego para el movimiento justo, no tuvo mayores efectos que una parcial

desaceleración de las tasas de crecimiento que se venían presentando durante la última década. Muestra de ello es la recuperación lograda en 2010 y 2011 periodo en el cuál el Comercio Justo ha logrado una tasa de crecimiento promedio del 20 por ciento aún cuando se han presentado nuevos traspies en economías significativas como las que conforman el bloque europeo. También, debe indicarse que esta misma tendencia de recuperación se ha presentado el comercio convencional en el mismo lapso.

Mecanismos como el pre-financiamiento por parte del comprador o préstamos otorgados por instancias crediticias privadas reguladas bajo directrices de comercio justo, el establecimiento de precios mínimos que garanticen los costos de producción y la garantía de relaciones comerciales basadas en compromisos a largo plazo resultaron mecanismos efectivos para hacer frente a la crisis por parte de los pequeños productores que, bajo otras circunstancias, se habría traducido en la pérdida de su capacidad productiva, reducción abrupta de sus ingresos, graves problemas de endeudamiento y liquidez así como una reducción de sus volúmenes de venta y opciones de mercado.

El reto ahora consiste en articular una estrategia y mecanismos efectivos para emplear esta coyuntura y fomentar no sólo el aumento de ventas de productos del Comercio Justo y el despunte del sector, sino la oportunidad de promover las virtudes de este sistema alternativo como una respuesta u opción viable ante la crisis sistémica que prevalece en el escenario internacional contemporáneo.

## **2.6 Articulación de la Agricultura Orgánica y el Comercio Justo**

A lo largo del presente documento, se han ido planteando dos movimientos cuya finalidad consiste en promover un sistema mundial agroalimentario sustentable, que coadyuve a revertir la destrucción de la organización social en el campo y el daño ecológico que caracteriza al sistema actual, mediante transformaciones tanto en los patrones de producción como en los de consumo.

Aunque la Agricultura Orgánica -encausada a la forma de producción de alimentos basada en prácticas apegadas al seguimiento de los procesos naturales en las cosechas- y el Comercio Justo –que busca fomentar relaciones socialmente equitativas en la producción de materias primas, su distribución e intercambio internacional- tienen objetivos y áreas específicas que si bien a primera luz pudieran resultar competitivas, han seguido un desarrollo paralelo que ha ido propiciando más coincidencias que puntos de choque, derivando en una tendencia de compaginación de esfuerzos y constantes diálogos gestando retroalimentaciones positivas.

Ambas son iniciativas que han sido originadas en los mercados desarrollados del Norte ante la creciente incapacidad del Estado e instituciones empresariales por responder y garantizar condiciones sociales y ambientales que aquejan a la sociedad en el mundo.

Se fundamentan en una severa crítica a cómo la agricultura ha estado regida por “los fundamentos capitalistas del mercado que se desenvuelven y fomentan la degradación ambiental y explotación de los recursos humanos”<sup>217</sup>, desencadenando una pauperización mundial sistemática en favor de sectores específicos, así como escasez de alimentos, pérdida de zonas fértiles y biodiversidad, etc.

Tanto Agricultura Orgánica como el Comercio Justo sostienen la necesidad de un nuevo sistema de producción mundial y de comercio que priorice las necesidades de la gente y el ambiente, sobre los dictados del libre comercio, mediante la creación de una nueva conexión entre el productor y el consumidor basada en la confianza y la cooperación como frutos de un mutuo conocimiento, del establecimiento de intereses comunes y del reconocimiento de su interdependencia.

---

<sup>217</sup> Laura T. Raynolds, “Re-embedding global agriculture: The international organic and fair trade movements”, [en línea], *Journal of Agriculture and Human Values*, vol. 17, núm. 3, p. 298, Holanda, Springer, 28 de octubre de 2004. Dirección URL: <http://www.springerlink.com> [consulta: 31 de octubre de 2011].

Ambos movimientos enfatizan la inclusión de variables sociales y ambientales a los costos de producción convencionales, que en la agricultura actual se relegan. De igual modo, coinciden en que los precios de los insumos deben ser determinados por las condiciones particulares de cada sector y no con base en especulaciones y actores ajenos al proceso productivo o de consumo como se da en el mercado actual.

La difusión de los términos “orgánico” y “justo” ha propiciado la necesidad de crear estándares mínimos que avalen el cumplimiento de normas ecológicas y sociales dentro del proceso productivo, cobrando fuerza en los últimos años tras el incremento de la demanda de los bienes que estas tendencias abarcan.

Al respecto, sólo en el caso de la Agricultura Orgánica se ha dado la participación gubernamental para la consolidación de marcos regulatorios para el sector, implementándose todo un esquema de control. La Unión Europea, Estados Unidos, Canadá, Japón, Argentina, Brasil, China, entre otros, cuentan con una estructura jurídico-operacional efectiva que dota de certeza sus actividades orgánicas.

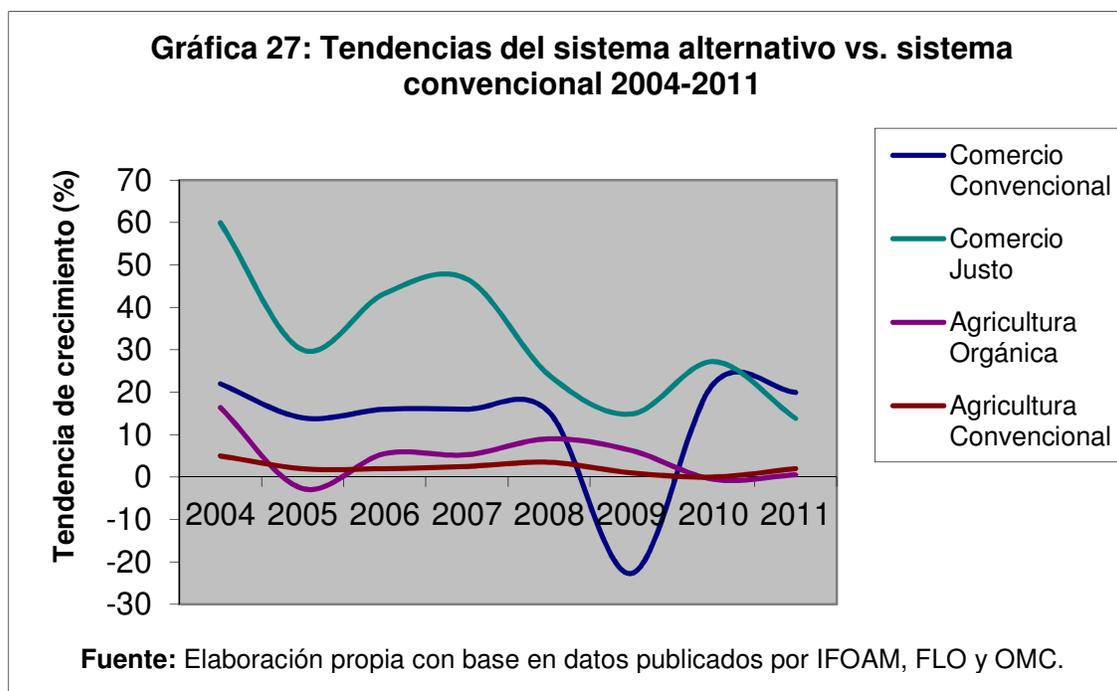
Contrariamente, en el caso del Comercio Justo, sólo Brasil ha promovido un decreto que define jurídicamente al Comercio Justo y la implantación de un sistema nacional a favor del mismo, aunque sus alcances aún se desconocen puesto que se encuentra en etapa de desarrollo<sup>218</sup>. El término “Comercio Justo” aún es sólo referenciado en foros como el Parlamento Europeo donde se ha impulsado una política pública de fomento a la adquisición pública de estos bienes.

---

<sup>218</sup> El Decreto por el que se establece el Sistema Nacional de Comercio Justo fue publicado el 17 de noviembre de 2010, avalándose la conformación del Consejo Nacional de Economía solidaria. Lula Da Silva, Luis Ignacio, “*Decreto No- 7.358 por el que se establece el Sistema Nacional de Comercio Justo*” [en línea], Diario Oficial de la Unión, núm. 220, sección 1ª, Brasil, 18 de noviembre de 2010, p. 2, Dirección URL: <http://www.in.gov.br> [consulta: 17 de noviembre de 2011].

En cuanto al crecimiento de los principios del comercio justo, tanto los valores de venta generados en el canal justo, así como el volumen de la producción de productos orgánicos, han mantenido una tendencia positiva con tasas de hasta dos dígitos en algunas regiones, destacándose Europa en ambos casos.

En sectores particulares como el de productos agrícolas se muestra un mayor dinamismo que en el mismo sector convencional. Cabe señalar que la proporción respecto a los totales mundiales aún son simbólicos, aunque de mantenerse las tendencias actuales, con seguridad se incrementarán en el futuro.<sup>219</sup>



<sup>219</sup> Del total del Comercio Internacional, los productos agrícolas ocuparon el 9.6 por ciento de las exportaciones realizadas durante 2009. Escaith Hubert, et. al., op. cit., p. 43.

**Cuadro 13.** Principales características de la Agricultura Orgánica y Comercio Justo

	Agricultura Orgánica	Comercio Justo
Antecedentes	<p>Principios del siglo XX surgen los primeros métodos holísticos de producción agrícola en Europa y EUA.</p> <p>Entre 1950 -1975 cobran fuerza como contracorriente a la Revolución Verde.</p> <p>En la década de 1990, los países del norte, ante la evidencia de incidencias nocivas para la salud derivadas del consumo de productos transgénicos comenzaron a demandar productos inocuos, creciendo exponencialmente el consumo de alimentos orgánicos.</p>	<p>En la década de 1940 diversas asociaciones civiles en Estados Unidos y Europa comenzaron a promover las adquisiciones de productos artesanales elaborados por poblaciones afectadas por la guerra o con niveles de marginación en países en vías de desarrollo.</p> <p>A mediados de la década de 1960, tras la reunión de la UNCTAD, los países en vías de desarrollo pugnarón por equidad en el comercio mundial en lugar de asistencialismo internacional.</p> <p>A partir de 1970 se inicia la coordinación de las principales ONG's estableciéndose la red de Comercio Justo a nivel internacional.</p>
Condiciones agro -ecológicas	<p>Especificaciones detalladas sobre los insumos permitidos, prácticas de cultivo y manejo de plagas, embalaje, procesamiento, etc.</p>	<p>Sólo se sugieren prácticas de producción amigables con el ambiente. En algunos existen listados de sustancias prohibidas.</p>
Condiciones laborales	<p>Sugiere la inclusión de la justicia social, equidad de género y respeto de los derechos humanos.</p>	<p>Aplicación de los derecho establecidos por la Organización Internacional del Trabajo obligatorias.</p>
Tipos de productores	<p>Admite a cualquier actor que desee implementar el manejo orgánico.</p>	<p>Privilegia a los pequeños productores organizados en estructuras democráticas: cooperativas, asociaciones, etc.</p>
Precios y créditos	<p>Los precios y los créditos operan de forma convencional</p>	<p>Se establecen precios mínimos para los productos y una prima adicional en caso de ser orgánicos. Se otorgan anticipos a los productores que operan como financiamientos. Entidades financieras especializadas</p>

Relaciones Comerciales	Operan bajo el sistema convencional de compra-venta.	gestionan créditos bajo mecanismos “justos” (tasas de interés menores a las convencionales, formas de pago especiales, etc.).  Basadas en las relaciones a largo plazo encausadas por la igualdad y cooperación entre las partes.
Normatividad	Internacional Codex Alimentarius	N/D
	Nacionales NOP (EUA), JAS (Japón), CE No. 834 / 2007 (UE.)	N/D
Principios	Estándares privados IFOAM, Certimex (México) Naturland (Alemania), etc. OCIA (EUA.)  <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Salud</li> <li>▪ Ecología</li> <li>▪ Justicia</li> <li>▪ Precaución</li> </ul>	Estándares privados FLO (Int.), WFTO (Int.), Gepa, Naturland (Alemania), Alter Eco (Francia), etc.  <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acceso al mercado a productores marginados</li> <li>▪ Relaciones comerciales sustentables y equitativas</li> <li>▪ Creación de capacidad y empoderamiento</li> <li>▪ Promoción y sensibilización de los compradores</li> <li>▪ Comercio Justo como un contrato social.</li> </ul>
Costos de certificación	Obligatoria. Los costos por este concepto son solventados por el productor al considerarse como parte de sus costos de producción.	Opcional. El consumidor “absorbe” indirectamente los gastos de la certificación como parte de los pre-pagos o financiamiento dados al productor.
Principales Organizaciones	Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica ( <b>IFOAM</b> )	Organización Mundial de Comercio Justo ( <b>WFTO</b> )  Organización Internacional de Certificación de Comercio Justo ( <b>FLO</b> )
Tasa de crecimiento promedio del mercado	13.3 % (2002-2011)	29.5 % FLO; 7.5 % WFTO (2002-2011)
Ventas mundiales en 2011	62.9 miles de millones USD	6.8 miles de millones USD

Principales mercados	Europa, Norteamérica	Reino Unido, Estados Unidos, Alemania y Francia.
Principales países productores	Australia, Argentina, Estados Unidos, China.	Perú, Colombia, India, Kenia y México (según FLO)
No. Productores beneficiados	1, 798, 359 (localizados principalmente en India, Uganda y México)	1, 200, 000 (mayoritariamente asentados en América Latina)
Principales Logotipos	    	   

Es menester precisar cuestiones que son perfectibles en ambos sistemas y que, siguiendo esa dinámica, han dotado de un halo de complementariedad a la producción orgánica y al comercio justo, encausándose conjuntamente hacia senderos de mayor compromiso con la sustentabilidad y el establecimiento de un sistema comercial alternativo.

No obstante, en el caso de la producción orgánica, al sólo evaluar cuestiones de producción e insumos, se ha dado lugar a que participen grandes corporaciones al sistema agroalimentario alternativo, donde no necesariamente se cumplen estándares sociales como el caso de la corporación Dole Food y la plantaciones bananeras.

Por su parte, el Comercio Justo, al priorizar el cumplimiento de condiciones laborales apegadas a las reglamentaciones internacionales así como a la salvaguarda del ingreso de los pequeños productores mediante el establecimiento de precios mínimos (determinados bajo una evaluación de los costos de producción) ha establecido lineamientos laxos de sustentabilidad en cuanto al manejo de insumos y producción.

Ante este entorno ambivalente, ha sido fundamental una renovación al interior de ambos movimientos, gestándose una interrelación al compartir como objetivo la creación de un circuito de comercio paralelo al canal convencional del sistema agroalimentario mundial.

El movimiento orgánico ha impulsado recientemente sus lineamientos sociales a través de IFOAM, donde se han elaborado posiciones de reconocimiento respecto al rol de los pequeños productores en las actividades agrícolas y las problemáticas que enfrentan, desarrollándose mecanismos que permitan y faciliten su incorporación al movimiento orgánico. Asimismo, se ha incluido un apartado de justicia social en sus estándares de producción y procesamiento orgánico, así como códigos de ética para productores orgánicos. El caso de México, a través de la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos, es muestra de ello, al aceptarse como parte de los estándares de certificación orgánica acreditados por IFOAM.

Por su parte, el movimiento de Comercio Justo ha potenciado la combinación de **“justo + orgánico”** como una opción de adjudicación de mayores ingresos para los pequeños productores mediante primas adicionales para sus productos así como la posibilidad de alcanzar un nicho de mercado más especializado, competitivo y con gran demanda en los mercados desarrollados. Según datos de 2010, cerca del 65 por ciento de las organizaciones productoras que operan con FLO también ostentan un certificado de manejo de producción orgánica.<sup>220</sup>

Otro de los beneficios adjudicables a esta “mancuerna” se traduce en que el manejo de condiciones orgánicas en los procesos productivos resuelve implicaciones de carácter laboral, como es el derecho de los trabajadores a desempeñarse en entornos que no comprometa su integridad física, como ocurre en el sistema convencional por el uso indiscriminado de insumos tóxicos, sólo por mencionar un ejemplo.

---

<sup>220</sup> s/a, Monitoring [...], op. cit., p. 44.

El reto actualmente consiste en que los productores deben de obtener una doble certificación para avalar que sus productos cumplen con ambos estándares. Por ello, diversas certificadoras privadas como Naturland (Alemania) o Alter Eco (Francia), ante esta necesidad de los productores, han implementado el uso de un sello y elaborado un estándar que ha amalgamado las consideraciones tanto de la producción orgánica como las de comercio justo, obteniéndose en una sola certificación ambas características.

Igualmente, los pequeños productores agrupados a través de la Coordinadora Latinoamericana de América y el Caribe<sup>221</sup> han promovido dentro del movimiento del Comercio Justo un sello de certificación y estándares exclusivo para pequeños productores, abordándose la viabilidad futura de la consolidación de un sello y procedimiento de certificación conjunto para aquellos que también produzcan de forma orgánica.



Sello Alter eco



Sello Naturland



Sello promovido por CLAC.

Ambos movimientos plantean una alternativa que ha demostrado ser viable para abordar el principal vicio que aqueja al sistema productivo y comercial actual, caracterizado por operar bajo una visión *generalizadora* más no *incluyente*, al establecer condiciones de trato igualitarias entre actores que distan de serlo.

Siendo el tema de esta investigación las exportaciones de productos agrícolas, se procederá a evaluar en primera instancia cómo está articulada la estrategia

---

<sup>221</sup> CLAC forma parte de Fairtrade Labelling Organisation dentro de la membresía existente para asociaciones de productores, correspondiente a la región Latinoamericana. Actualmente, a raíz de un debate ideológico en torno a la implementación del Comercio Justo, hay fuertes debates entre FLO y las diversas representaciones de pequeños productores (recuérdese que FLO permite la certificación de empresas si cubren ciertos lineamientos ya sea por contratación de personal o por la producción de un bien determinado) ante el temor de que la infiltración de un mayor número de empresas transnacionales puedan propiciar un viraje de los objetivos del movimiento alternativo hacia normas de índole meramente ética, comprometiéndose el papel que los pequeños productores fungen en el sector.

comercial mexicana, determinado su papel como actor comercial en los volúmenes intercambiados globalmente, dejando manifiesto el nivel de dependencia comercial de nuestro país hacia un solo mercado y marcando la necesidad de diversificación con otros socios comerciales, justificándose cuantitativamente el porqué Alemania es una opción atractiva para incrementar el cauce de las exportaciones hacia este mercado.

Posteriormente, se establecerá cuál es el nivel de competitividad de nuestro país como agro exportador, siendo para ello fundamental conocer la situación que prevalece en el sector primario, su impacto en la actividad económica y su volumen respecto al total comercializado.

De forma anticipada, puede establecerse que la situación del campo mexicano está caracterizada por un rezago estructural, bajo índice de desarrollo humano y una capacidad productiva resultado del abandono institucional y la falta de políticas públicas serias que impulsen el desarrollo del sector.

La competitividad como agro exportador que ostenta nuestro país es endeble y producto de un sector ínfimamente desarrollado, motivo por lo cual es necesario detonar las potencialidades reales del agro mexicano a fin de incrementar su capacidad productiva, tanto para abasto interno como para volumen de venta al extranjero. Si bien México destaca como agro exportador, es una condición totalmente desvinculada a ser un reflejo del contexto rural y el nivel de desarrollo del agro mexicano.

A partir de estas características, se determinará cómo la Agricultura Orgánica y el Comercio Justo pueden contribuir a revertir esa inequidad de competencias, partiendo de una reestructura del sector agrícola mexicano fincada en el desarrollo de una capacidad productiva que esté ligada al progreso rural, estableciendo con ello condiciones de competitividad sólidas como productor y exportador mundial.

La implementación del método de producción orgánica y los mecanismos de comercio justo son alternativas de gran viabilidad ya que responden a la realidad concreta del agro mexicano -caracterizada por una agricultura tradicional de subsistencia y escaso apoyo gubernamental- representando la alternativa para detonar el necesario proceso de modernización bajo un manejo sustentable que permitan establecer una capacidad competitiva solvente.



## CAPITULO 3

### AGRICULTURA ORGÁNICA Y COMERCIO JUSTO: UNA OPCIÓN DE EXPORTACIÓN DE MÉXICO AL MERCADO ALEMÁN.

#### 3.1 Estrategia comercial y panorama actual del sector agrícola en México

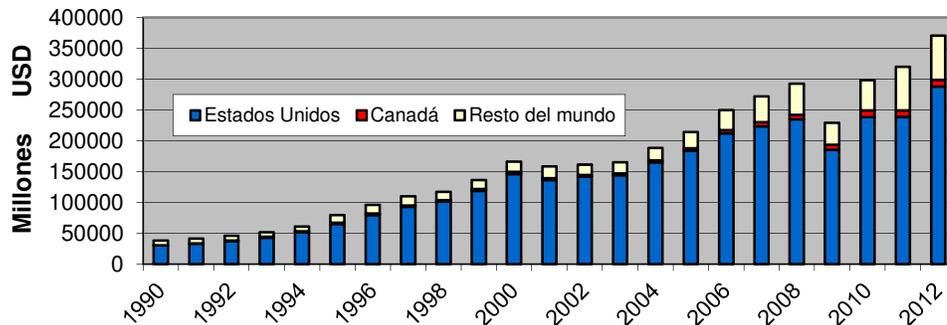
##### 3.1.1 Estrategia actual de la política comercial mexicana

La estrategia comercial de México históricamente ha estado vinculada con Estados Unidos, no sólo por la colindancia geográfica, sino por representar el mercado más importante del mundo.

Sin embargo, es importante recalcar que ha habido momentos donde la tendencia a la diversificación de mercados como una medida de protección ante la vulnerabilidad que genera dicho grado de dependencia –cerca del 80 % del comercio mexicano se efectúa con la Unión Americana- datan desde periodos como el Porfiriato y sus intentos por acrecentar los lazos con Europa, o la implementación de la política de sustitución de importaciones durante la segunda posguerra.

Situaciones como las devaluaciones entre divisas (peso/dólar), disputas de corte político o situaciones concernientes al manejo interno de ambas economías, siendo de las más complicadas la actual recesión que enfrenta nuestro principal socio comercial, se han traducido en contracciones del mercado estadounidense que han dejado manifiesto tanto el alto grado de dependencia como la fragilidad del comercio mexicano, haciéndose muy recomendable la reconfiguración de la estrategia comercial hacia la diversificación a otros mercados como el europeo o el asiático.

**Gráfica 28: Principales destinos de las exportaciones mexicanas 1990-2012**



Fuente: Elaboración propia con datos disponibles en <http://www.inegi.org.mx>

La instrumentación de diversos acuerdos comerciales ha sido la vía oficial para alcanzar otros mercados. Actualmente, México cuenta con 12 acuerdos de libre comercio establecidos con socios como la Unión Europea, Japón y Centroamérica. A continuación, se presentan los Tratados, del más reciente al más antiguo.

**Cuadro 14: Tratados de libre comercio suscritos por México**

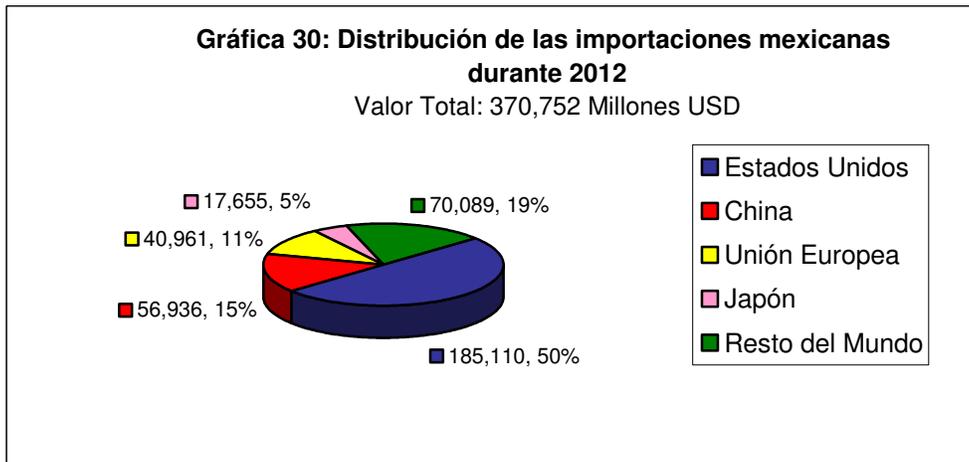
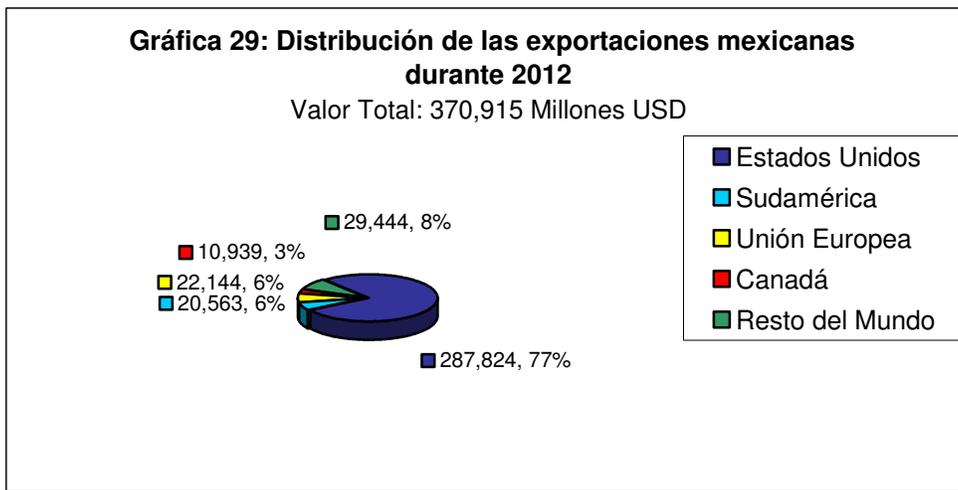
<i>Tratado</i>	<i>Firma</i>	<i>Socios Comerciales</i>	<i>Entrada en vigor</i>	<i>Proporción respecto al Comercio Total (X+M)</i>
Tratado Único entre México y Centroamérica <sup>1</sup>	22/11/2011	Costa Rica El Salvador Guatemala Honduras Nicaragua	El Salvador Nicaragua 01/09/2013  Honduras 01/01/2013	9,212 Millones USD 1.24 %
Protocolo modificatorio del AAE	22/09/2011	Japón	Pendiente	Se estima un impacto de 712 Millones USD adicionales al comercio bilateral actual. <sup>2</sup>
Acuerdo de integración comercial	06/04/2011	Perú	01/02/2012	1,968 Millones USD 0.27 %
Acuerdo para el fortalecimiento de la asociación económica (AAE)	17/09/2004	Japón	01/04/2005	20,268 Millones USD 2.73 %

Uruguay	15/11/2003	Uruguay	15/07/2004	288 Millones USD 0.04 %
Asociación Europea de Libre Comercio	27/11/2000	Islandia, Liechtenstein Noruega Suiza	01/07/2001	2,596 Millones USD 0.35 %
CA3	28/06/2000	El Salvador Guatemala Honduras	15/03/2001	4,083 Millones USD 0.55%
Israel	10/04/2000	Israel	01/07/2000	851 Millones USD 0.11%
Unión Europea	23/03/2000	27 países <sup>3</sup>	01/07/2000 (bienes)	63,105 Millones USD 8.51 %
Chile	17/04/1998	Chile	01/03/2001 (servicios)	3,754 Millones USD 0.51 %
Nicaragua	18/12/1997	Nicaragua	01/08/1999	876 Millones USD 0.12 %
Bolivia	10/09/1994	Bolivia	01/07/1998	222 Millones USD 0.03 %
Grupo de los Tres	13/06/1994	Colombia Venezuela <sup>2</sup>	01/01/1995	6,470 Millones USD 0.87 %
Costa Rica	05/04/1994	Costa Rica	01/01/1995	4,253 Millones USD 0.57 %
TLCAN	17/12/1992	Estados Unidos Canadá	01/01/1994	493,762 Millones USD 66.57%
Flujo intercambiado con socios comerciales respecto al total				602,792 Millones USD 81.28 %
<b>Comercio Total durante 2012</b>				<b>741,666 Millones USD</b>
<sup>1</sup> A su entrada en vigor, sustituirá a los acuerdos previos con <i>Costa Rica</i> , <i>Nicaragua</i> y el <i>CA3</i>				
<sup>2</sup> Valor no considerado en la sumatoria total del flujo comercial. Dato según SRE				
<sup>3</sup> Alemania, Austria, Bélgica, Chipre, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Suecia.				
<sup>4</sup> Sin efectos con Venezuela desde el 19 de noviembre de 2006, por lo que se excluye su aportación comercial que en 2012 generó 2,307 millones de dólares.				

**Fuente:** Elaboración propia con datos publicados por SHCP e INEGI en:  
<http://dgcnesyp.inegi.org.mx/bdiesi/bdie.html>; <http://www.aduanas.gob.mx>.

Según la Organización Mundial de Comercio, durante 2011 México ocupó el lugar 16 como exportador e importador respectivamente, participando con el 1.91 por ciento de las exportaciones mundiales y el 1.95 por ciento de valor importado total.<sup>222</sup>

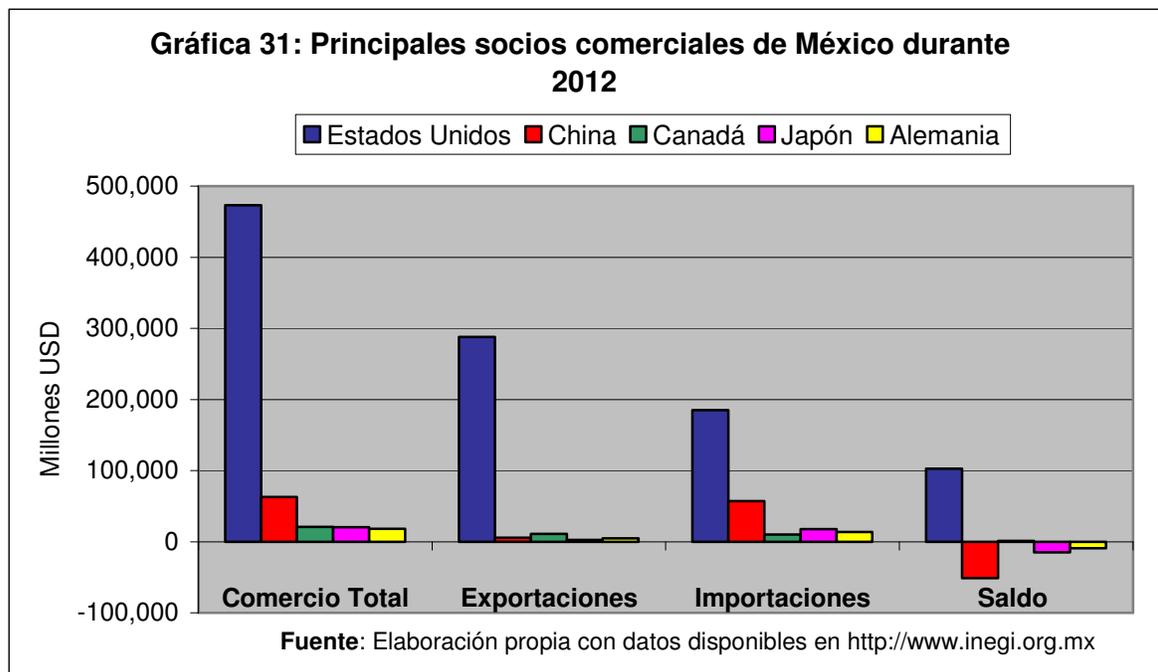
El total de Comercio Exterior en 2012, ascendió a 741,666 millones de dólares, siendo las exportaciones generadoras de 370,914.6 millones de dólares mientras que las compras mexicanas alcanzaron los 370,751.6 millones de dólares, resultando un saldo favorable por 163 millones de dólares.<sup>223</sup>



<sup>222</sup> Información disponible en [http://stat.wto.org/CountryProfiles/MX\\_e.htm](http://stat.wto.org/CountryProfiles/MX_e.htm) [Consulta: 23 de marzo de 2013].

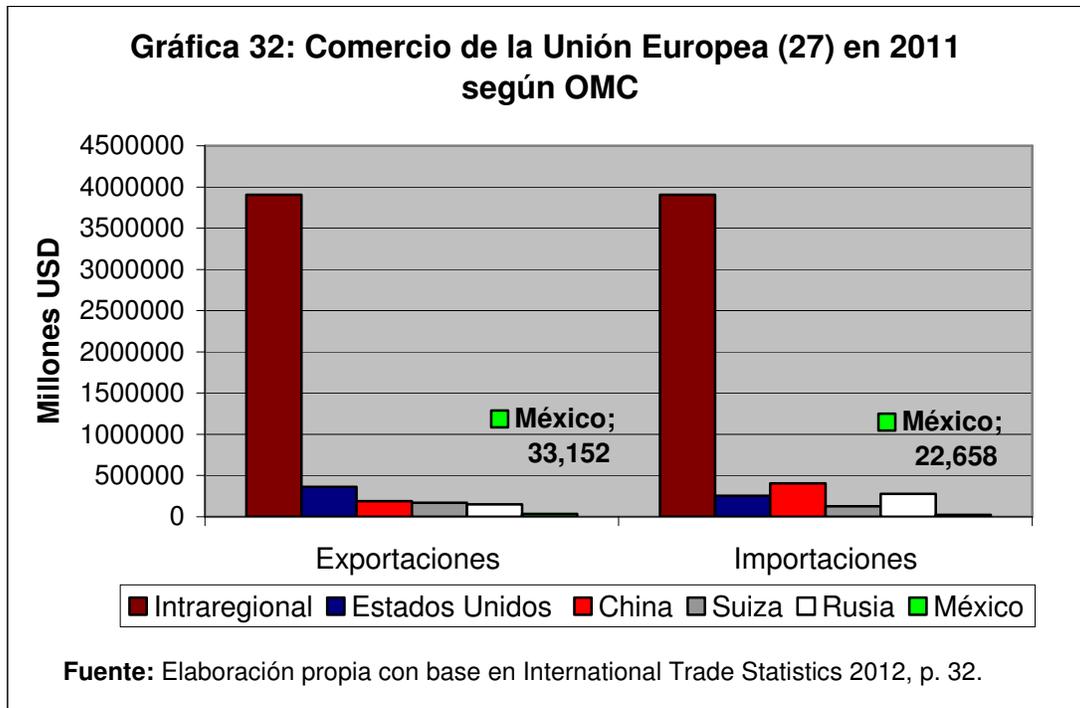
<sup>223</sup> En 2010 México registraba un déficit en la balanza de pagos por 1,166.9 millones de dólares. Datos publicados por INEGI, disponibles en: <http://dgcnesyp.inegi.org.mx/bdiesi/bdie.html>, [Consulta: 24 de marzo de 2013].

A pesar de la diversidad de socios potenciales, como los 27 miembros de la Unión Europea, ha sido mayor la tendencia a reforzar la dinámica bilateral siendo la principal medida la concertación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)<sup>224</sup> que si bien ha favorecido el incremento de las exportaciones respecto al volumen importado desde Estados Unidos, no ha sido aprovechado plenamente ya que el flujo con Canadá aún es ínfimo -producto de una falta de interés entre ambos países ya que Canadá también presenta esa dependencia del mercado estadounidense- lo cuál ha llevado a reconfirmar el comportamiento de transacciones mayoritariamente con la Unión Americana.



La Unión Europea representa el 15 y 16.4 por ciento del total de exportaciones e importaciones realizadas en el comercio mundial, destacándose que cerca del 65 por ciento de sus operaciones comerciales se efectúan a nivel intra-regional.

<sup>224</sup> Respecto a los motivos que llevaron a la concertación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte pueden realizarse sin fin de comentarios, empero, dichos planteamientos no son objeto de la presente investigación. Sin embargo, es trascendental resaltar que dicho acuerdo, expresado meramente desde un punto de vista comercial, era una necesidad para facilitar las operaciones entre México y Estados Unidos aunque los términos establecidos y sus consecuencias a largo plazo no hayan sido consideradas adecuadamente en sectores como el rural del que se hablará posteriormente.



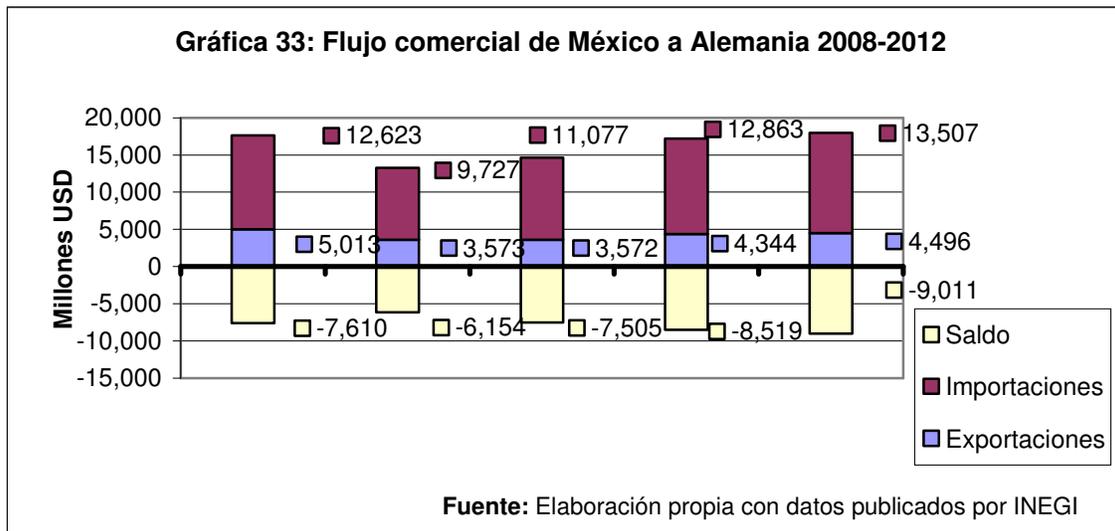
La participación de México en el comercio total de la Unión Europea constituye únicamente el 0.5 por ciento de sus exportaciones y el 0.4 por ciento de sus importaciones, ocupando el lugar 19 y 25 respectivamente entre sus socios comerciales.<sup>225</sup> Por su parte, la Unión Europea se consolidó como el segundo socio comercial de México, sólo superado por Estados Unidos, con un saldo deficitario presente en la balanza comercial mexicana que ascendió durante 2012 a 18,817 millones de dólares.

Dentro del bloque europeo, Alemania es el principal exportador e importador de la Unión y el tercero en ambos rubros a nivel mundial con un valor total en balanza comercial, con saldo positivo, de 2, 577, 473 millones de dólares<sup>226</sup>. De ahí la trascendencia de adentrarse en dicho mercado ante la potencialidad que

<sup>225</sup> Hubert Escaith; et. al., *International Trade Statistics 2012*, [en línea], Suiza, Organización Mundial de Comercio, 2012, p. 32. Dirección URL: [http://www.wto.org/english/res/\\_e/statis\\_e.htm](http://www.wto.org/english/res/_e/statis_e.htm), [Consulta: 1° de abril de 2013].

<sup>226</sup> Valor obtenido del cálculo de 2, 006, 440.3 millones de euros multiplicado por el tipo de cambio promedio en 2012, equivalente a 1.2846 dólares por euro. S/a, *Posición de los socios comerciales en comercio exterior de la República Federal de Alemania en 2012*, [PDF en línea], Departamento alemán de estadística, 2013, p. 5. dirección URL: <http://www.destatis.de>

representa, ya que sólo el 1.2 por ciento de las exportaciones mexicanas tiene por destino el mercado alemán.



México está posicionado en el 29 lugar de los principales socios comerciales de Alemania, con un comercio total que asciende a 13 151.3 millones de euros (1.2 % del total del comercio alemán durante 2012), mientras que para el comercio nacional el intercambio comercial con Alemania corresponde al 2.42 por ciento de sus operaciones totales, generándose 18, 004 millones de dólares durante 2012.

<b>Cuadro 15: Perfil de las actividades comerciales de Alemania durante 2012</b>		
Rubro	Exportaciones	Importaciones
Ranking mundial según OMC	3° lugar *	3° lugar *
Valor generado en 2012 (Miles de millones USD)	1,409	1,167
Porción respecto al volumen comercial mundial	8.1 %*	6.8 %*
Principales países de destino / origen y volumen respecto al total.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Francia (9.5 %)</li> <li>▪ EUA. (7.9 %)</li> <li>▪ Reino Unido (6.6 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Países Bajos (9.5 %)</li> <li>▪ China (8.5 %)</li> <li>▪ Francia (7.1 %)</li> </ul>
Principales regiones de destino / origen y volumen respecto al total.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Europa (69 %)</li> <li>▪ Asia (16%)</li> <li>▪ América (12 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Europa (70 %)</li> <li>▪ Asia (18%)</li> <li>▪ América (9%)</li> </ul>
<b>Fuentes:</b> International Trade Statistics 2012, p. 26. Departamento alemán de estadística ( <a href="http://www.destatis.de">http://www.destatis.de</a> )		*Dato del año 2011

Por su parte, la reciente concertación del Tratado Único entre México y Centroamérica muestra una nueva tendencia a estrechar los vínculos comerciales con Centro y Sudamérica, resaltándose que hoy día existe un saldo positivo para México en el comercio regional aunque en porcentajes minoritarios respecto a su total.<sup>227</sup>

La política comercial mexicana se sustenta en la concertación de acuerdos comerciales y aprovechamiento de nichos de oportunidad para ingresar a diversos mercados. Sin embargo, esta dinámica ha derivado en la concentración de los esfuerzos exportadores sólo hacia una gama de productos los cuales, coincidentemente, corresponden a los altamente demandados por nuestro principal socio comercial: Estados Unidos.

Una política comercial eficaz no sólo debe aprovechar las ventajas provistas por “nichos” al interior de un único mercado. Debe articularse a modo de poder fortalecer la diversificación de productos y mercados sustentada en una capacidad exportadora competitiva que refleje la solidez de cualquier sector productivo, haciéndolo capaz de participar en cualquier ámbito redituablemente y no sólo en nichos de oportunidad abiertos por productos diferenciados.

Bajo esta propuesta, para el ámbito de las agroexportaciones es menester determinar cuál es la situación actual del sector, a modo de poder evaluar la capacidad productiva y de competencia comercial real de los productos mexicanos en el mercado internacional.

### 3.1.2 Situación general del sector agrícola en México

Por su ubicación geográfica, México posee una variedad climática y de ecosistemas, múltiples especies endémicas y una extensión territorial que permite una alta adaptabilidad para cultivos de especies exógenas, ocupando el

---

<sup>227</sup> Durante 2012, el comercio sostenido con Centroamérica representó el 1.24 % de las operaciones totales, mientras que Sudamérica se adjudicó el 4 por ciento. Información disponible en <http://www.inegi.org.mx/> [Consulta: 2 de abril de 2013].

cuarto lugar mundial en megadiversidad al alojar cerca del 10 por ciento de la biodiversidad total del planeta<sup>228</sup>.

A pesar de ello, la actividad agrícola de México ha estado sujeta a una multiplicidad de factores que han condicionado su capacidad de desarrollo, manteniéndola en un estadio de rezago y un entorno social rural sumido en la pobreza.

A fin de establecer brevemente sus problemáticas, se clasificarán, grosso modo, en dos orígenes: a) factores naturales y b) factores históricos. Ambos han dado pie a otras “patologías”, que pueden catalogarse como: c) factores estructurales y d) factores institucionales.

#### a) Factores Naturales

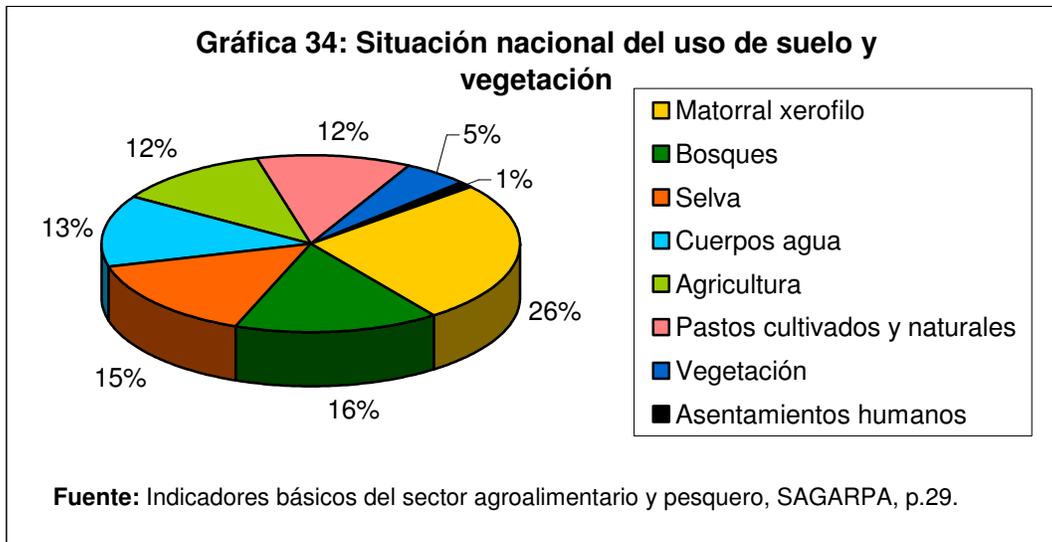
La República Mexicana posee una extensión territorial cercana a los 196.7 millones de hectáreas. Sin embargo, presenta *condiciones orográficas accidentadas* en más del 85 por ciento de su extensión, principalmente en las regiones del centro y sur donde se localizan los climas más favorables para los cultivos.

Respectivamente, las áreas de planicies y llanuras localizadas en la zona norte del país presentan *condiciones climáticas desérticas* (característica recurrente en el 60 por ciento del territorio nacional) que aunado a los problemas de *escasez de recursos hídricos* complican un correcto aprovechamiento de las extensiones de terreno, destinándose a otras actividades como la explotación ganadera.<sup>229</sup>

---

<sup>228</sup> México ocupaba en 1998 el cuarto lugar mundial en Megadiversidad. Carlos Ávila, “Ciencia y pobreza en el campo mexicano”, *Sociedades Rurales, Producción y Medio Ambiente*, núm. VI, vol. IV, México, UAM, junio, 2003, p. 99.

<sup>229</sup> Ignacio Rivera Rodríguez, “La política sectorial en el marco de producción y comercialización de productos orgánicos”, ponencia presentada en el Panel: Marco Regulatorio y Esquemas de Fomento a la Agricultura Orgánica en México, México, World Trade Center Ciudad de México, Salón Monte Albán, jueves 1° de septiembre, 2011.



Por lo anterior, de la extensión territorial total sólo 30.2 millones de hectáreas son aptas para la explotación agrícola, distribuidas en 3.7 millones de unidades de producción rural en el país. Del total de la frontera agrícola, 13.9 millones de hectáreas son destinadas a cultivos anuales (frijol, maíz, trigo, sorgo, etc.); 8.8 millones a cultivos perennes (café, azúcar, árboles frutales, etc.); y 7.5 millones no fueron sembradas por motivos diversos como desastres naturales, falta de capital para la producción o pérdida de fertilidad del suelo.<sup>230</sup>

El *cambio climático* es el factor que mayores impactos negativos ha generado en el sector agrícola. En los últimos años, las distorsiones en los ciclos estacionales han prolongado los periodos de lluvias o sequía en el sur y norte del país respectivamente, mermando los volúmenes de producción y los tiempos de siembra en forma considerable, particularmente para los cultivos de temporal.

Muestra de ello son las pérdidas de cultivos durante 2011, ya sea por inundación como se dio en el estado de Jalisco tras la temporada de huracanes, que arrojó un balance de 13 000 ha. de cítricos siniestradas; la sequía y heladas han causado una severa afectación a la producción de frijol y maíz blanco tras la situación extrema que azota a los estados productores más importantes -

<sup>230</sup> INEGI, Censo Agrícola 2007, [Consulta: 4 de enero de 2012]. Información disponible en: [http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/Agro/ca2007/Resultados\\_Agricola/default.aspx](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/Agro/ca2007/Resultados_Agricola/default.aspx)

Zacatecas, Durango, Chihuahua y Sinaloa-, estimándose la destrucción de cerca del 60% de la cosecha de frijol y 2 millones de ha. de maíz. <sup>231</sup>

A estas variaciones abruptas en el clima, se suman la *contaminación ambiental* y una *explotación irracional de los recursos naturales* en las unidades de producción agrícola, reflejada en la calidad del suelo, al presentarse pérdida de fertilidad, salinización o erosión, disminuyendo el rendimiento de las mismas hasta tornarse improductivas. Lo anterior, ha incidido aún más en la disminución de la frontera agrícola. Según datos del Censo Agrícola 2007, cerca de 800 000 hectáreas presentan problemas de pérdida de fertilidad; 139 000 ha. son superficies ensalitradas y 115 000 tiene problemas de erosión.

#### b) Factores Históricos

La agricultura ha fungido un rol determinante en el desarrollo de la humanidad al permitir la satisfacción de las necesidades alimentarias de forma constante y local, favoreciendo el establecimiento de asentamientos humanos permanentes que se consolidaron en tejidos sociales complejos.

En el caso de México, las actividades agrícolas han atravesado un proceso histórico marcado por diversas etapas. Inicialmente, representaron el eje angular de la estructura económica, política y social de los grupos sociales prehispánicos más importantes, como el olmeca o el propio imperio mexicana, ya que simbolizaba el sector estratégico del cual dependía su poderío sobre la región. Productos como el maíz y el cacao conducían las actividades comerciales más importantes al ser empleados como sistema de pago y estar

---

<sup>231</sup> Revista 2000 Agro, "Precios en frutas subirán 200% por Jova", [en línea], Dirección URL: <boletin@2000agro.com.mx>, archivo del mensaje: Boletín 237, octubre 2011, [consulta: 4 de enero de 2011].

Juan Carlos Cruz, "Sequías y heladas impactan en la producción de granos: SAGARPA", [en línea], México, *Proceso*, Sección Economía, 17 de octubre de 2011, Dirección URL: <http://www.proceso.com.mx/?p=284741>, [consulta: 4 de enero de 2011].

catalogados como mercancías preciadas en las actividades de trueque o el pago de tributos.<sup>232</sup>

A lo anterior, se sumó la cosmovisión de los pueblos prehispánicos, sustentada en la estrecha vinculación de los fenómenos naturales y consideraciones teológicas, lo que redundaba en un profundo respeto por la biodiversidad, los recursos naturales y los ciclos naturales presentes en actividades como la agricultura, secundándose su florecimiento durante este periodo.

Sin embargo, durante la dominación colonial comienza la desarticulación del sector agrícola al condicionarse la producción de la Nueva España a los intereses de la metrópoli como fue la proliferación de cultivos como el algodón o la prohibición de variedades tradicionales españolas como la vid y el olivo, que de sembrarse en Mesoamérica, podían simbolizar una competencia directa con las cosechas españolas.

A lo anterior, se suma la enajenación de grandes extensiones de tierra en manos de la aristocracia peninsular y el clero, que aceleraron el proceso de desquebrajamiento del sector, forzando al grueso de la población -constituida por nativos indígenas y a las nuevas castas producto del mestizaje- a trasladarse del estado de propietarios a jornaleros en las que anteriormente eran sus tierras.

Con la Independencia, la posesión de las tierras sólo cambió de propietarios al adjudicárseles del clero y los peninsulares a la nueva clase oligarca que encontró su consolidación durante el Porfiriato, conformando latifundios. Los hacendados, además, radicalizaron las condiciones en las que se desempeñaba el campesinado pudiéndose indicar como una relación de esclavitud manifestada en pagos ínfimos, extenuantes jornadas laborales, explotación infantil, etc.

---

<sup>232</sup> La base agrícola en la zona mesoamericana era muy variada debido a las condiciones climatológicas, contando con productos como el maíz, frijol, chile, calabaza, chí, henequén, cacao, aguacate, algodón, nopal, maguey, etc. Ignacio Bernal; et al., *Historia general de México*, México, El Colegio de México, 7° reimpresión, 2006, p. 160-166.

A nivel económico, el sector agrícola simbolizó durante estos periodos un importante flujo de ingresos producto de las exportaciones de materias primas como el algodón, grana cochinilla, henequén y el café sólo por mencionar algunos.

En las primeras décadas del siglo XX se gestaron constantes procesos de movilización social que pugnaron por la reivindicación social de los sectores vulnerables a través de la Revolución Mexicana. Respecto al ámbito rural, estas consignas buscaron solución a través de la repartición agraria y fomento a las labores del campo por parte del gobierno.

Los gobiernos posteriores a la Revolución, específicamente los de Plutarco Elías Calles (1924-1928) y Lázaro Cárdenas (1934-1940), comprendiendo la importancia del ámbito rural en los procesos sociales, consideraron necesaria la participación del Estado en el fomento y la forma en que debía estructurarse la economía rural. Por ello, dieron seguimiento a la distribución de la tierra mediante figuras como el ejido o comunidades agrarias, apoyando al campo con la creación de bancos agrícolas e instituciones de investigación sobre la fenomenología rural.<sup>233</sup>

Los parciales avances en el sector y en la calidad de vida de los campesinos logrados hasta entonces, volvieron a ser nuevamente socavados tras el cambio de visión en las políticas económicas y de desarrollo emprendidas por los gobiernos subsecuentes (1940-1980) al potenciar el proceso de industrialización y la petrolización de la economía en detrimento del sector primario.

El limitado apoyo dado al campo, se basó en la búsqueda por incrementar la tecnificación en los procesos, entendida por la modernización en las prácticas agrícolas y el impulso de un sistema de producción intensivo, dados por insumos como los paquetes tecnológicos fruto de la Revolución Verde, siendo asequible sólo para un sector limitado de productores con recursos suficientes.

---

<sup>233</sup> Arnaldo Córdova, *La ideología de la Revolución Mexicana: la formación del nuevo régimen*, México, Ed. Era, 1973, 23ª reimpresión, p.331-135.

Finalmente, los últimos 5 sexenios (de 1982 a la actualidad) han estado marcados por el traslado hacia una economía de mercado y libre competencia, dándose una serie de reformas constitucionales como la efectuada al artículo 27 y la concertación de acuerdos comerciales.<sup>234</sup>

Estas medidas de apertura comercial, como fue la implementación del TLCAN, al elaborarse de forma indiscriminada y sin el cuidado debido del sector han asestado al sector agrícola el golpe de gracia para aquellos productores incapaces de competir con sus símiles estadounidenses, fracción conformada por la parte más significativa de los agricultores mexicanos.<sup>235</sup>

### c) Factores Estructurales

La diversidad en cuanto a tipos de tenencia de la tierra y tamaño de las unidades de producción así como diferencias abismales en cuanto al grado de modernización en el manejo agrícola, son algunos de los rasgos estructurales que reflejan la *desigualdad socioeconómica* de los actores que intervienen en las actividades agrícolas, causando rezago y una pérdida gradual de competitividad en gran parte del sector agrícola.

---

<sup>234</sup> Las modificaciones realizadas al Art. 27 buscaron entre otras cosas: dar certeza jurídica a la propiedad (marcando el fin de toda posibilidad de continuar con el reparto agrario); elevar la competitividad del campo y el alivio de la pobreza rural (posibilitando a los titulares de tierras ejidales y comunales acciones de renta o venta para obtener ingresos o la concertación de contratos de asociación entre ejidatarios o comuneros con particulares). Para mayor información, véase: Jesús Morett; Celsa Cosío, *El impacto de las Reformas al Artículo 27 constitucional en el campo, Escenarios y actores en el medio rural*, México, Cámara de diputados, CEDRSSA, 2006, p.153-180.

<sup>235</sup> Las condiciones negociadas en el capítulo agrícola del TLCAN han sido desastrosas en el sector nacional. Tras años de su entrada en vigor, ha desencadenado el colapso de sectores productivos como los de las oleaginosas, granos, cárnicos, lácteos, entre otros, que han derivado en una cada vez mayor dependencia alimentaria de granos básicos para el país (siendo ese déficit cubierto por importaciones provenientes de Estados Unidos). Sólo ciertos sectores agroindustriales como el de cerveza y tequila, empaques de hortalizas y frutas tropicales e importadores de carnes, granos, frutas e insumos son los que han logrado obtener cuantiosos beneficios tras el TLCAN. El balance general a la fecha se traduce en el empobrecimiento de más del 70 % de la población vinculada al campo que asciende a millones de personas, en contraste con las ganancias adjudicadas a sólo miles de empresarios. Para mayor información sobre los impactos del TLCAN véase Miguel Ángel Gómez Cruz; Rita Schwentesius Rindermann, "Efectos del TLCAN en el sector agroalimentario. Bases para su renegociación", en *Revista Sociedades Rurales: producción y ambiente*, núm. 5, vol. III, México, UAM, diciembre, 2002. pp. 67-72.

Respecto al ámbito de la *tenencia de la tierra*, pueden distinguirse dos tipos: a) propiedad privada y b) propiedad social.<sup>236</sup> Algunos de los rasgos que las distinguen son:

a) *Propiedad privada*: este régimen está presente en mayor proporción en la zona norte del país. Las unidades de producción están integradas por áreas extensas, siendo principalmente destinadas a uso ganadero. El área empleada para la agricultura -cercana a 10 millones de hectáreas-, se caracteriza por contar con infraestructura de riego y utilización de insumos tecnológicos ya que las condiciones climáticas obligan su empleo para lograr una producción constante. Por ello, el manejo agrícola es de corte empresarial, cuyos volúmenes son destinados a la exportación o al abasto nacional. En contraste, existe también una porción minoritaria que está consolidada en minifundios, operados por pequeños productores en un esquema de subsistencia.

b) *Propiedad social*: Está conformada por ejidos, comunidades y colonias agrícolas, cuyos principales poseedores son campesinos e indígenas manejadas bajo el esquema de producción de subsistencia. La distribución de la tierra está articulada ya sea en extensas áreas de cultivo -manejadas bajo explotación de una comunidad- o en unidades de producción cuya extensión es menor a 5 ha.<sup>237</sup> Bajo este régimen, se encuentra más de la mitad del territorio nacional, siendo sólo frontera

---

<sup>236</sup> Estos regímenes de posesión son producto de las discrepancias que se han dado en las diversas etapas del proceso de consolidación del Estado Mexicano, caracterizado por acciones de adjudicación intransigente de tierras por parte de los grupos que cooptaron el poder, propiciando la concentración de las tierras en figuras latifundistas que tras las pugnas sociales, derivaron en el reparto agrario paulatino, ya sea en forma de ejidos, comunidades agrarias o minifundios.

<sup>237</sup> Tras la reforma del artículo 27, el desmembramiento de las grandes extensiones ejidales, derivó en un fenómeno de atomización que ha resultado en el surgimiento de “microejidos” cuya extensión oscila entre 1 y 5 hectáreas. Francisco Ramírez Díaz; Altynáí Arias (comp.), *Armonización de los movimientos campesinos en México (1990-2007). Desarrollo nacional, cuestión agraria y la pequeña producción mercantil rural en México*, [en línea], México, CEDRSSA, 2008, p.14, Dirección URL: <http://www.cedrssa.gob.mx/?doc=1679>.

agrícola cerca de 20 millones de hectáreas, localizadas principalmente en los estados de Veracruz, Chiapas, Michoacán, Oaxaca y Guanajuato

<b>Cuadro 16: Distribución de las unidades de producción rural por extensión y tipo de régimen de propiedad</b> <sup>238</sup>				
Extensión hectáreas	% superficie ocupada respecto al área total, según régimen de propiedad		% de UPR respecto al total, según tipo régimen de propiedad	
	<i>Privada</i>	<i>Social</i>	<i>Privada</i>	<i>Social</i>
1 – 5	18.2	60.9	67.8	87.3
5-20	36.3	37.2	24.8	11.7
20-50	24.7	1.9	5.7	1
Más 50	20.8	N.D.	1.7	0
<b>TOTAL</b>	100	100	100	100

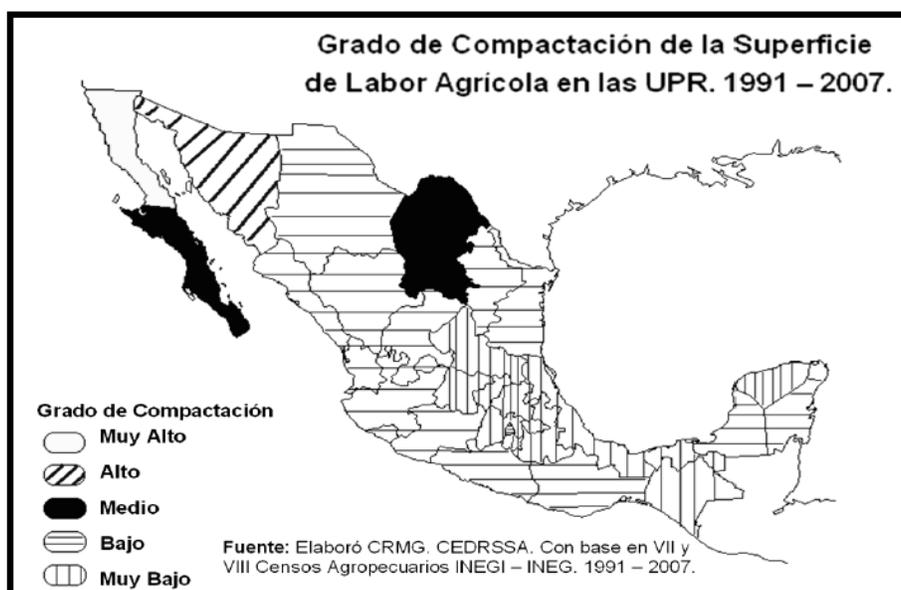
**Fuente:** *Escenarios y Actores en el Medio Rural*, México, Cámara de Diputados, CEDRSSA, 2006 p. 122.

Las unidades de producción, en cambio, están distribuidas en *diversas extensiones* marcadas por procesos históricos como el acaparamiento latifundista, el reparto agrario o la compra-venta. El promedio nacional de extensión por unidad productiva corresponde a 8 hectáreas, aunque más del 77 por ciento poseen un área inferior.

Más de la mitad del total de unidades de producción están localizadas en seis estados de la República: Chiapas, Oaxaca, Estado de México, Puebla, Michoacán y Guanajuato. Sin embargo, las extensiones más importantes se localizan en Tamaulipas, Sinaloa, Zacatecas, Chiapas, Jalisco, Chihuahua y Guanajuato, que conjuntamente representan la mitad del territorio; lo anterior, demuestra una fenomenología de atomización superficial en el Sur y Centro versus altos niveles de compactación en el Norte del país. <sup>239</sup>

<sup>238</sup> INEGI, Resultados preliminares IX Censo Ejidal, Comunicado no. 069/08, 11 de abril de 2008. p.2, Dirección URL: <http://www.inegi.org.mx/sistemas/comunicados/default.aspx?c=17065&s=est>

<sup>239</sup> El nivel de compactación se refiere al proceso socioeconómico y legal que se da en las unidades de producción. A mayor nivel de compactación, se da una reducción del número de unidades de producción ya que están conformadas por amplias extensiones de terreno. Un bajo nivel de compactación revela la división del terreno en múltiples unidades productivas con áreas reducidas. Carlos Menéndez Gámiz, "Comparativo del número y tamaño de las UPR nacional y por entidades federativas entre los Censos Agrícolas de 1991-2007", [PDF en línea], *Agenda*



**Fuente:** Agenda Rural, CEDRSSA, año 1, núm. 3, p.2.

La *aplicación de la tecnología* en el proceso productivo está íntimamente vinculada a la capacidad económica del productor. Como se ha podido observar tras la revisión histórica, la población rural esta conformada predominantemente por población indígena y campesinos pertenecientes a zonas con bajo nivel de desarrollo. Por ello, no es de sorprender que sólo el 30 por ciento de la agricultura en México cuente con procesos mecanizados mientras que el 70 por ciento restante sigue un esquema de subsistencia basado en herramientas manuales tradicionales y tracción animal.<sup>240</sup>

Acorde al Censo Agrícola 2007, de las 3.7 millones de unidades productivas agrícolas presentes en el país, cerca del 83 por ciento basan su sistema de riego en la temporalidad de los ciclos hidrológicos. Sólo el 10.8 por ciento cuentan con sistema de riego controlado.

En cuanto al parque de tractores a nivel nacional, está constituido por 238 830 unidades. De estas, más de la mitad ha rebasado su vida útil. La renovación de

---

*Rural*, México, CEDRSSA, año 1, núm. 3, 30 de abril de 2009, p.2, Dirección URL: <http://www.cedrssa.gob.mx/?id=307>, [consulta: 12 enero de 2012].

<sup>240</sup> Redacción 2000 agro, “Maquileros agrícolas se organizan para mecanizar el agro mexicano”, [versión digital], *Revista 2000 agro*, núm. 71, México, Prerensa Digital, octubre-noviembre, 2011, pp. 34-37. Disponible en: <http://www.2000agro.com.mx>.

unidades en los últimos doce años sólo ha alcanzado las 59 mil unidades, proceso auspiciado por la SAGARPA.<sup>241</sup>

Según datos de Organización para la Alimentación y la Agricultura (FAO), el promedio nacional de tractores empleados por cada mil hectáreas es de 9 unidades. Alrededor de 1.5 millones de unidades de producción emplean tractor en sus labores, de las cuales más del 90 por ciento lo efectúan rentando la unidad a terceros.

La diferencia socioeconómica entre los actores que participan en las labores agrícolas ha dado pie a diferentes tipos de explotación agrícola en nuestro país, pudiéndose clasificar de manera general en: campesina o de subsistencia, de transición y agricultura comercial.

<b>Cuadro 17: Características de los tipos de agricultura en México</b>			
<b>Rubro</b>	<b>Tipo de agricultura</b>		
	<b>Subsistencia</b>	<b>Transición</b>	<b>Comercial</b>
<b>Indicador socioeconómico</b>			
Actor	Pequeño productor (campesino/indígena)	Agricultor medio	Empresario
Ingreso Neto Anual (estimado, según FIRA)	Menor a 1000 salarios mínimos	Entre 1001-3000 salarios mínimos	Superior a 3000 salarios mínimos
No. productores (estimado)	1.8 millones	1.4 millones	820 mil
<b>Unidad de producción</b>			
Régimen propiedad	Mayormente Social	Social/ Privada	Privada
Extensión promedio	Inferior a 3 ha.	Entre 4 - 10 ha.	Superior a 10 ha.
Proporción respecto al total de UP.	57.9%	26.3%	15.8%
Tipo cultivos	Maíz, frijol, café, etc.	granos básicos, forraje y algunos productos de demanda nacional	Hortalizas, frutos trop., cítricos, oleaginosas, etc.
Predominancia geográfica	Chiapas, Oaxaca, Gro., Veracruz, Puebla, Mich. Estado de México	Jalisco, Zacatecas, Gto., Veracruz, BC., Hidalgo, Tamps.,	Sinaloa, Durango, Chih., Sonora, NL., Coah., Colima
<b>Tecnología e Insumos</b>			
Herramientas	Herramientas tradicionales	Herramientas, mecanización parcial	Procesos mecanizados
Riego	Temporal	Dual (temporal + riego)	Sist. hidroagrícola

<sup>241</sup> El mercado de tractores en México, situación y perspectivas, Revista agro 2000, 40-45 pp.

Vehículos	Tracción animal	Renta / posesión grupal de tractores	Posesión parque para labor
Insumos	Tradicional (composta, cultivo de semilla, etc.)	Tradicional + paquete tecnológico	Uso de paquetes tecnológicos
Personal	Mano de obra familiar	Contratación temporal de mano de obra	Plantilla de jornaleros
<b>Comercialización</b>			
Principal Destino de la producción	Mayoritariamente autoconsumo	Venta regional-nacional	Exportación / Venta Nacional
Movilidad producción	venta a intermediarios	Intermediación - distrib.	Distribución propia
<b>Crédito</b>			
Acceso	Limitado	Disponible	Amplio
Monto otorgado promedio	10 mil pesos	100-500 mil pesos	Mayor a 500 mil pesos
Institución prestamista	Banca de desarrollo mediante programas de Desarrollo Social	Banca de desarrollo (crédito) / instancias privadas	Créditos Púb. y/o Priv. capital propio
Otros apoyos	Asistencialismo (alimentos)	Compra insumos, capacitación, etc.	Apoyo para la comercialización, apoyo fiscal, etc.

Este esquema agrícola diversificado, si bien es el resultado de incontables elementos, ha seguido vigente al ceñirse a la incapacidad para la formulación de medidas eficaces que contribuyan a disminuir las disparidades entre actores por parte de la instancia que limita en vez de ayudar al sector: el de las instituciones.

### c) Factores Institucionales

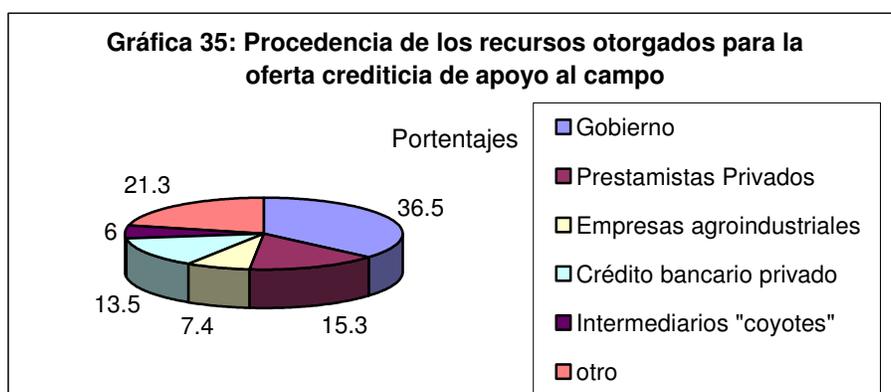
El tema del campo, a pesar de considerársele discursivamente como prioridad de Estado, ha sido flagrantemente afectado por la falta de continuidad de las políticas públicas agrícolas que no responden a una perspectiva a largo plazo y cuya operatividad incida realmente en la transformación de la situación rural.

Históricamente, y hasta la fecha, se ha buscado estructurar un Plan Agrícola Nacional. Sin embargo, dichos proyectos no han logrado una consecución que perdure más allá de la alternancia política, siendo objeto de constantes modificaciones o derogaciones, producto de coyunturas completamente ajenas al sector, comprometiéndose constantemente su funcionamiento y alcances que pueda traducirse en una mejoría significativa de vida rural.

Estas políticas están diseñadas para la adquisición de insumos tecnológicos (semillas mejoradas, fertilizantes y pesticidas sintéticos, entre otros), para labores de labranza (tractores o trilladoras), o mecanismos como el estímulo fiscal y la capacitación empresarial.

La herramienta más importante de impulso al campo se ha sustentado en otorgar apoyos para elevar la competitividad, siendo el crédito la opción más socorrida para la creación de capacidad entre los productores.

La composición de la oferta crediticia para el sector primario esta diversificada entre instituciones gubernamentales, prestamistas privados, empresas agroindustriales, intermediarios o crédito bancario privado, siendo la banca de desarrollo la que otorga mayores recursos.<sup>242</sup>



De 1992 a 2004 se ha registrado una disminución de cerca de la mitad del presupuesto destinado, aunque se incrementó el número de unidades productivas receptoras, evidenciando un proceso de mayor dispersión del crédito aunque en montos menores. Los préstamos para cultivos como maíz, arroz y algodón han sufrido las mayores contracciones, reduciéndose hasta en un ochenta por ciento durante este periodo.<sup>243</sup>

<sup>242</sup> Jesús Morett; Celsa Cosío, op. cit., p.170.

<sup>243</sup> Jesús Morett; Celsa Cosío, op. cit., p.170.

Durante la administración panista, el plan nacional agropecuario que se puso en marcha se denominó “**Programa Especial Concurrente**” (PEC), el cuál está inserto en el Plan Nacional de Desarrollo.<sup>244</sup>

El Programa Especial Concurrente promovido en los dos sexenios panistas ha tenido como una de las principales metas el re-apuntalamiento del crédito rural. Empero, los rubros destinados al campo siguen resultando los más mermados cuando se busca realizar recortes al Presupuesto de Egresos, continuando la escasez crediticia.

Para el Ejercicio 2012, el presupuesto aprobado para el financiamiento agrícola fue sujeto a una disminución del 27.1 % respecto al año previo- a pesar de la pérdida de producción dada en 2011 por catástrofes naturales-, situación que requerirá en la futura temporada de cosecha mayor apoyo institucional para productores siniestrados.<sup>245</sup>

Según el Censo Agrícola 2007, sólo 4 de cada 100 unidades de producción accedieron a algún apoyo. Los instrumentos empleados para proporcionar soporte a la producción se efectuó mediante recursos financieros, desarrollo tecnológico, infraestructura productiva y apoyo fiscal, entre otros.

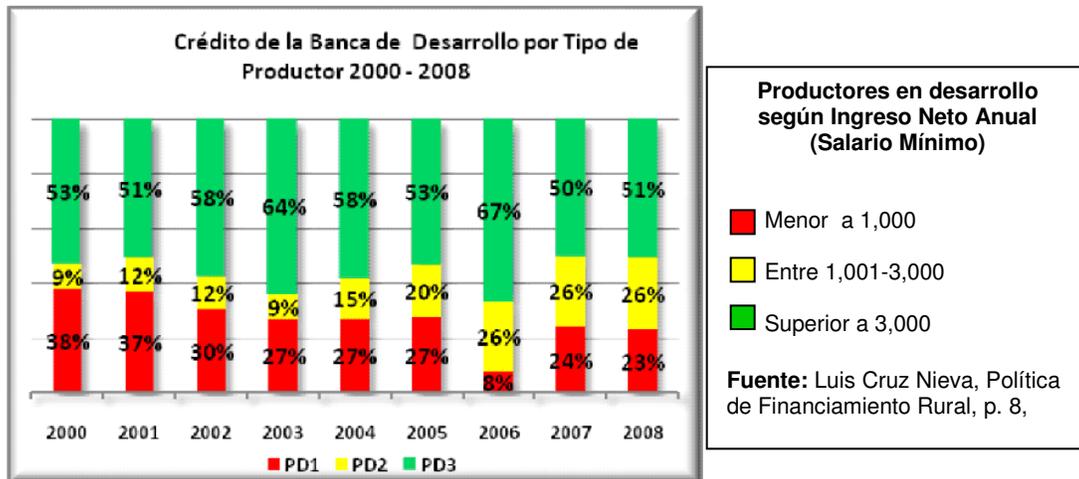
En los últimos años, la distribución del financiamiento otorgado por la banca de desarrollo se dirige a zonas que cuentan con un índice de desarrollo humano

---

<sup>244</sup> El Programa Especial Concurrente (PEC) fue puesto en marcha en 2001 con el objetivo de transformar la realidad rural. Para ello se articularon 10 vertientes: Competitividad, Social, Financiera, Infraestructura, Laboral, Medio Ambiente, Educativa, Salud, Administrativa y Agraria; donde actúan 17 dependencias de gobierno: SAGARPA, SE, SEMARNAT, SHCP, SCT, SSA, SEDESOL, SRA, SEP, SENER, SEGOB, SRE, STPS, SECTUR, IMSS, así como Tribunal agrario, Comisión Nacional para la atención de pueblos indígenas. Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos, *Programa Especial Concurrente para el Desarrollo Rural Sustentable 2007-2012*, [archivo PDF], México, Comisión Intersecretarial para el Desarrollo Rural Sustentable, 2007, p. 129, [consulta: 15 de enero de 2012].

<sup>245</sup> El presupuesto al PEC asignado para 2012 es de 305,975.5 millones de pesos, equivalente al 8.2 % del Presupuesto de Egresos de la Federación. s/a, Presupuesto de Egresos para el Sector Agropecuario PEC 2012, [PDF en línea] Consejo Estatal Agropecuario de Chihuahua, México, 15 de noviembre de 2011, Dirección URL: <http://ceach.org.mx/documentos/RESUMEN%20DEL%20PRESUPUESTO%20DE%20EGRESOS%20PEC%202012.pdf> Archivo PDF “presupuesto de egresos para el PEC 2012”, [consulta: 13 de enero de 2012].

alto (cerca del 72 por ciento), dándose la mayor derrama crediticia entre productores con ingresos superiores a los 165 mil pesos anuales. Sólo el 20 por ciento de los créditos son distribuidos al sur del país.<sup>246</sup>

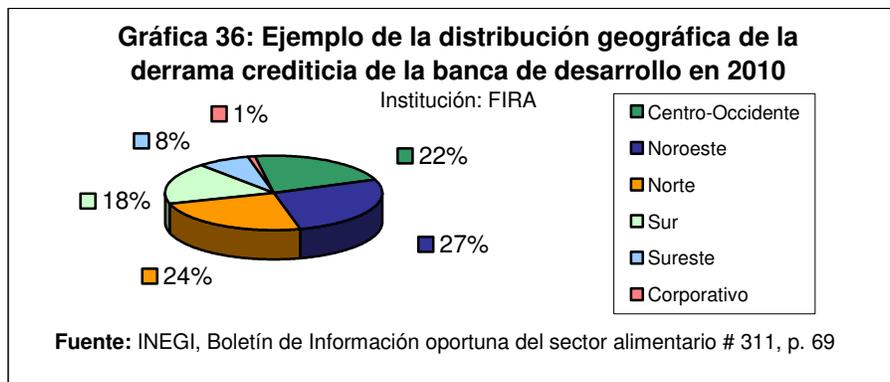


En términos de su aplicación y alcance real, las políticas públicas desprendidas del PEC han sido encausadas a fomentar el incremento de la competitividad del sector, entendido como el aumento de los volúmenes producidos a través de la modernización del campo, fundamentalmente de los agroproductos con alta demanda en el exterior (hortalizas, frutos tropicales, etc.).

El espectro de cobertura de estos mecanismos, si bien en términos generales reflejan mayor competitividad al haber un crecimiento de los volúmenes producidos y de las actividades exportadoras desde su aplicación, sólo han favorecido a la agricultura comercial, desarrollada por un limitado número de productores como se destacó anteriormente.<sup>247</sup>

<sup>246</sup> Luis Cruz Nieva, "Política de Financiamiento Rural. Elementos para la Glosa 2009 y proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación 2010", [en línea], México, Cámara de Diputados, CEDRSSA, octubre 2009, p. 9., Dirección URL: <http://www.cedrssa.gob.mx/?doc=1990> [consulta: 11 de enero de 2012].

<sup>247</sup> Jaime Trejo Monroy, "Acontecer Rural", [en línea], *Agenda Rural*, año 1, núm. 3, México, Centro de Estudios para el Desarrollo rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria, 30 de abril de 2009, p. 8, Dirección URL: <http://www.cedrssa.gob.mx/?id=307> [consulta: 13 de enero de 2012].



El sector conformado por unidades de producción pequeñas y medianas, que constituyen el sector mayoritario de productores que realizan actividades agrícolas en México, a pesar de subrayarse como prioridad dentro del PEC, siguen siendo excluidas para la adjudicación seria de apoyos y la creación de capacidades productivas.

Desafortunadamente, la resolución para estos sectores agrícolas marginados ha sido su confinación al rubro de asistencialismo, ámbito al que se destina cerca del 13 por ciento del presupuesto asignado al PEC, resultando ser “la medida más práctica” en lugar de buscar alternativas que permitan su incorporación al proceso económico y productivo de nuestro país.

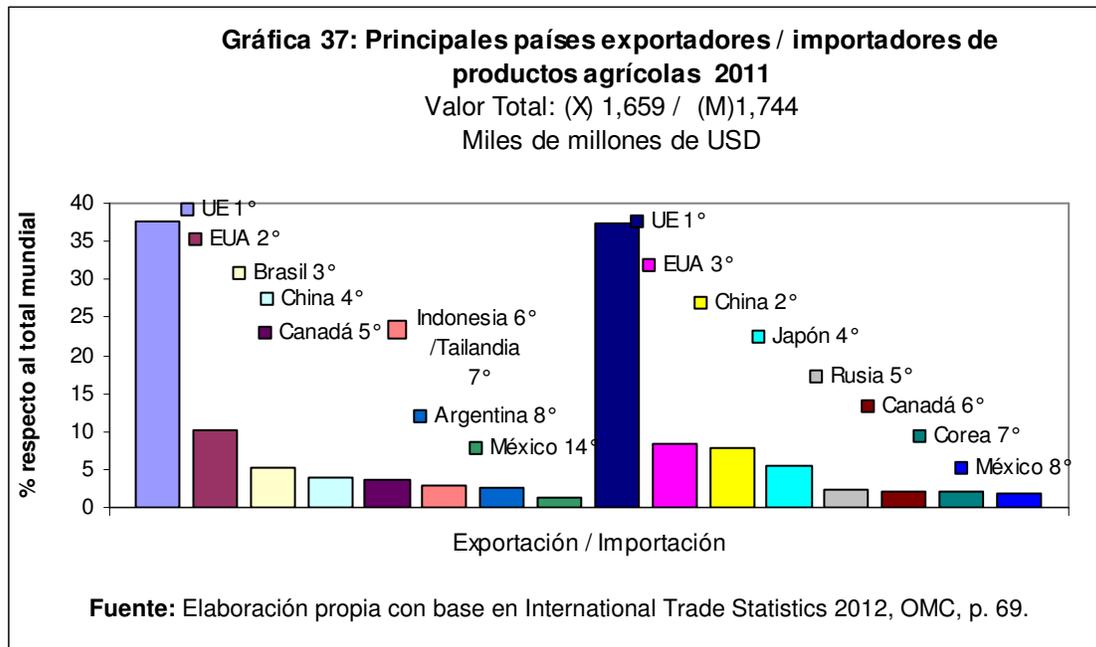
A raíz de la alternancia política, el Programa Nacional de Desarrollo para la administración 2012-2018 aún está en etapa de construcción por lo que las iniciativas y estructuras para apoyo al campo no han sido determinadas. Empero, se puede inferir a través de los discursos emitidos por el Ejecutivo que la línea a seguir en el ámbito rural estará orientada a directrices similares a las encausadas hasta ahora: fomento a la competitividad, aplicación de insumos tecnológicos agrícolas, derrama crediticia, etc.

### 3.1.3 Evaluación del sector agrícola en la actividad exportadora de México

Dejando de lado la profunda problemática del sector agrícola, México ocupa a nivel mundial el 14° lugar en el ámbito de las exportaciones al representar el 6.6 por ciento de los productos agrícolas comercializados, equivalente a cerca de 23

mil millones de dólares en 2011. En la región latinoamericana, sólo es desplazado por Brasil y Argentina.

Como importador, nuestro país realizó compras de productos agrícolas por más de 29 mil millones de dólares, equivalente al 8.3 por ciento de las ventas mundiales, ubicándolo en el 8° lugar global sólo superado por Estados Unidos y Canadá a nivel continental.<sup>248</sup>

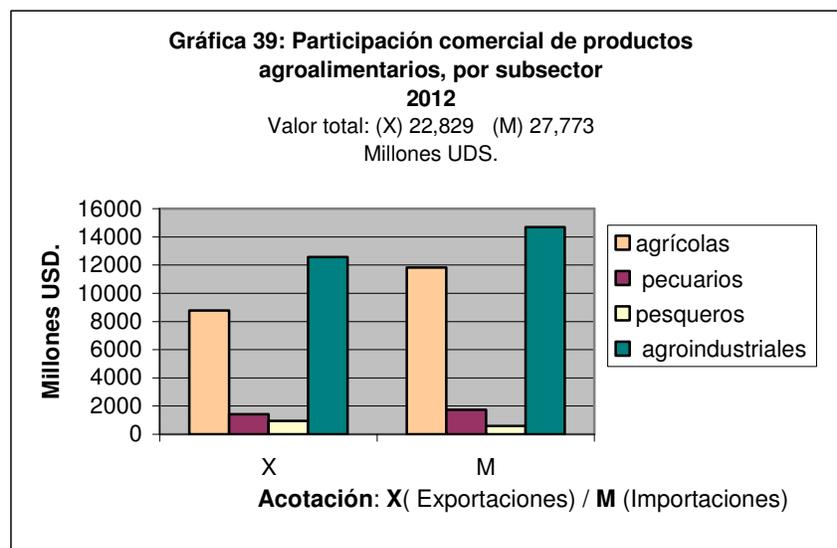
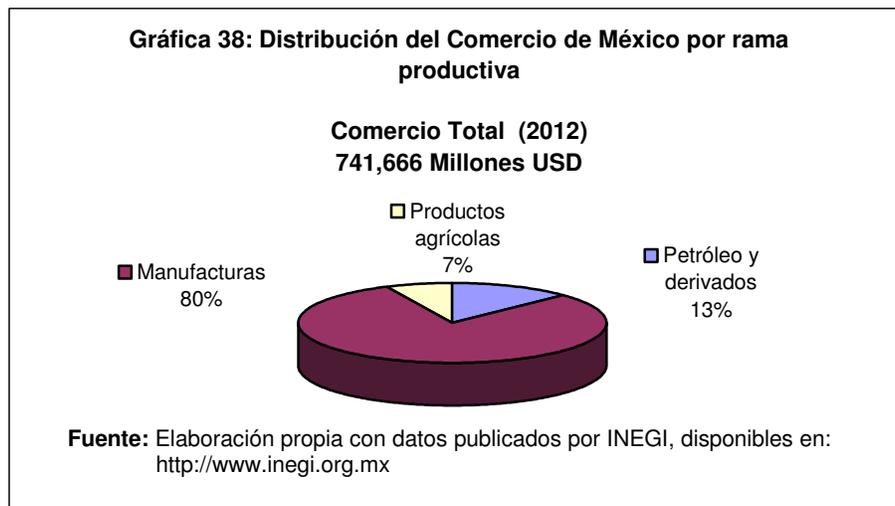


En términos de impacto en la economía mexicana, durante 2012 el sector primario empleó al 13.8 por ciento de la población económicamente activa del país (equivalente a 6.6 millones de personas) y contribuyó con 401,195 millones de pesos a precios de 2008, sobre un PIB anual de 12,903,054 de acuerdo al Boletín de Información Oportuna de INEGI, número 332, de julio de 2013, equivalente al 3.1 por ciento del monto total. Los productos agrícolas son la principal fuente del sector, dejando una derrama económica cercana a los 254,247 millones de pesos en el último año, correspondiente al 1.97 por ciento del PIB nacional a precios de 2008.<sup>249</sup>

<sup>248</sup> Hubert Escaith, et. al., *International Trade Statistics 2012*, [en línea], OMC, Suiza, 2012, p. 70-71. Disponible en : [http://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/statis\\_e.htm](http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm)

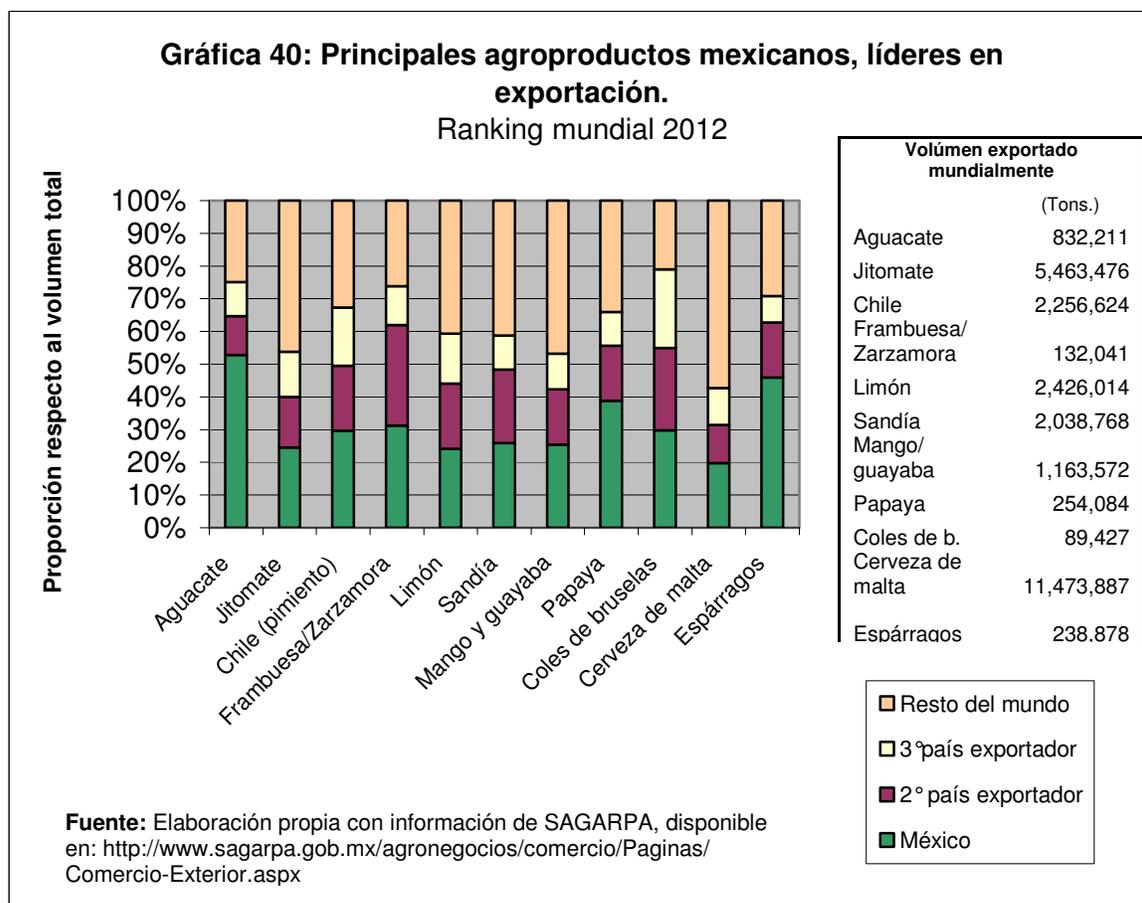
<sup>249</sup> El PIB en 2012 alcanzó los 12,903,054 millones de pesos en valor agregado bruto. La información sobre el monto del PIB aportado por el sector agrícola se obtuvo del Banco de Información Económica, INEGI, disponible en: <http://dgcnesyp.inegi.org.mx/bdiesi/bdie.html>, ruta

Respecto a su impacto en las operaciones comerciales nacionales, la aportación del sector agroalimentario, constituido por productos agropecuarios, pesqueros y agroindustriales, equivale al 6.15 por ciento de las exportaciones totales y al 7.49 de las compras mexicanas realizadas al exterior. De forma condensada, el valor total de productos agroalimentarios en la balanza comercial ascendió durante 2012 a cerca de 50,603.2 millones de dólares, comprendiendo el 6.82 por ciento del intercambio comercial realizado durante el periodo indicado.



Cuentas nacionales > Producto interno bruto trimestral, base 2008 > Valores a precios de 2008 > Actividades primarias > 11 Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza.

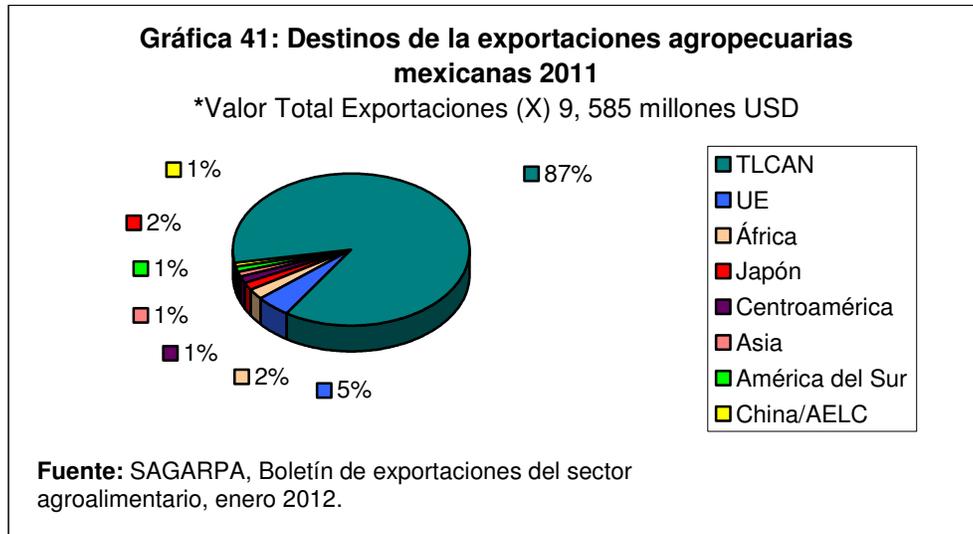
Si bien a primera vista puede hablarse de una baja competitividad al no reflejarse cifras significativas a nivel macroeconómico, existe una gama de agroproductos mexicanos que lideran tanto en producción como en su participación respecto al total de exportaciones mundiales como son los casos del aguacate, papaya y mango - guayaba; o en agroindustriales como cerveza de malta y tequila.



Por grandes grupos, los principales productos agrícolas que presentaron un crecimiento en su tasas de crecimiento anual en exportaciones fueron los productos tropicales y frutales (en un 45 y 20 por ciento respectivamente); granos (39%); hortalizas (12%) y preparaciones de hortalizas y frutas con un incremento del 21 por ciento. <sup>250</sup>

<sup>250</sup> s/a, *Boletín de exportaciones del sector agroalimentario. Cifras preliminares a diciembre 2011*, [PDF en línea], México, SAGARPA, Subsecretaría de Fomento a los Agronegocios, 2011, p.2,

El principal destino de los productos agropecuarios mexicanos se encuentra en la región del TLCAN, con una concentración del 77 por ciento del volumen exportado por nuestro país, donde el 41 % del total exportado a la región corresponde a productos procesados, 37 % son agrícolas y 15% bebidas o tabaco. Estados Unidos, como principal comprador, registró en su demanda un incremento anual del 20 por ciento cotejado con 2010.<sup>251</sup>



Si bien a nivel regional es contundente el grado de concentración del flujo de exportaciones, también debe destacarse que durante este mismo año México logró por primera ocasión obtener un superávit comercial con la Unión Europea en el sector agroalimentario.

De forma diseminada, países como China, Holanda, Italia y Reino Unido presentan un importante comportamiento en las compras realizadas a nuestro país con tasas de crecimiento anual que oscilaron entre el 90 y el 60 por ciento durante 2011.

Sin embargo, es importante destacar que también se desarrollaron tendencias por demás interesantes en cuanto al incremento de la demanda de productos mexicanos por parte de países “atípicos” a la zona de influencia comercial como

Dirección URL: <http://www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/comercio/Paginas/Comercio-Exterior.aspx>, [consulta:26 de enero de 2012].

<sup>251</sup> s/a, op. cit. p. 1.

Argelia y Rusia, donde se dio un crecimiento en las exportaciones nacionales de más del 864 y del 310 por ciento respecto al año previo, lo que habla de la posibilidad de nuevos mercados que sin duda han sido poco explorados por los exportadores mexicanos.

Los cada vez mayores volúmenes de agroproductos mexicanos vendidos al exterior, reflejan que esta estrategia de producción y venta al exterior de bienes diferenciados -donde se es más competitivo y redituable- ha sido fructífera.

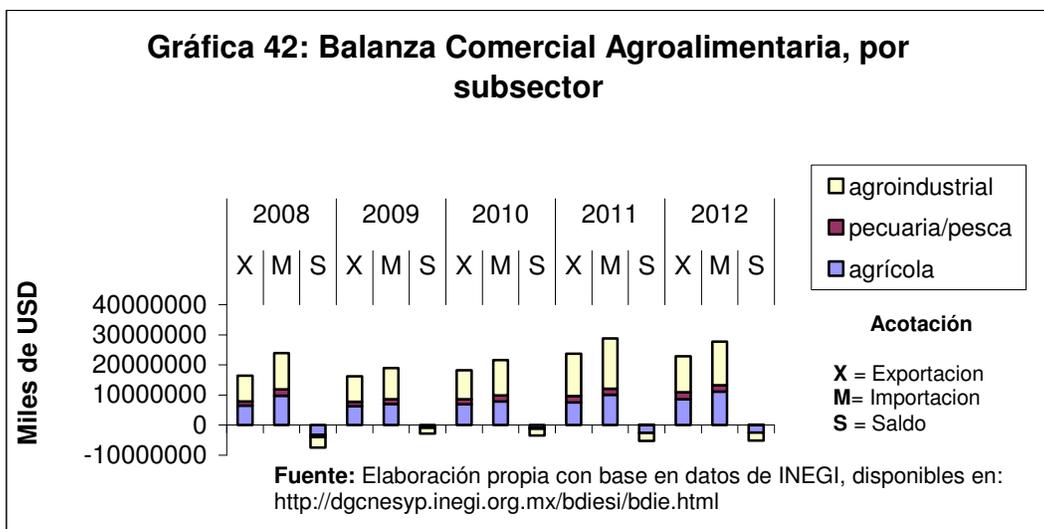
Sin embargo, este esfuerzo por focalizar la producción hacia esos nichos potenciales también ha conllevado a la pérdida gradual de la competitividad en otros sectores y productos que tradicionalmente destacaban el rol exportador de México, como es el caso del café.

Por décadas, nuestro país estuvo consolidado entre los principales productores y exportadores de café, sólo detrás de Brasil y Colombia en América Latina. Recientemente ha ido perdiendo presencia al descender del 3° al 12° lugar como exportador ante el crecimiento de la oferta proveniente de otros países como Vietnam, Indonesia, Perú, Guatemala, Honduras y Etiopía; cambio gestado sólo en los últimos siete años.<sup>252</sup>

Pero no sólo ese producto ha sido afectado. El ímpetu dado a bienes diferenciados ha derivado también en una pérdida de producción de aquellos de alto consumo nacional como son los granos básicos (maíz, frijol, arroz), generando en respuesta el incremento de las compras mexicanas en el exterior, sosteniendo el 8° lugar mundial que ostenta nuestro país como importador según la OMC con un déficit en la balanza comercial agroalimentaria que en 2012 ascendió a 2,294.4 millones de dólares.

---

<sup>252</sup> En el ámbito de las exportaciones de café, son diversos factores los que han incidido en la pérdida de capacidad productiva en nuestro país como son los graves problemas de intermediación que ha impulsado a los pequeños productores de café a desplazarse a otra actividad o a migrar al convertirse en una actividad poco rentable. Información sobre los volúmenes de exportación de café publicados por FAO, disponible en: <http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx>



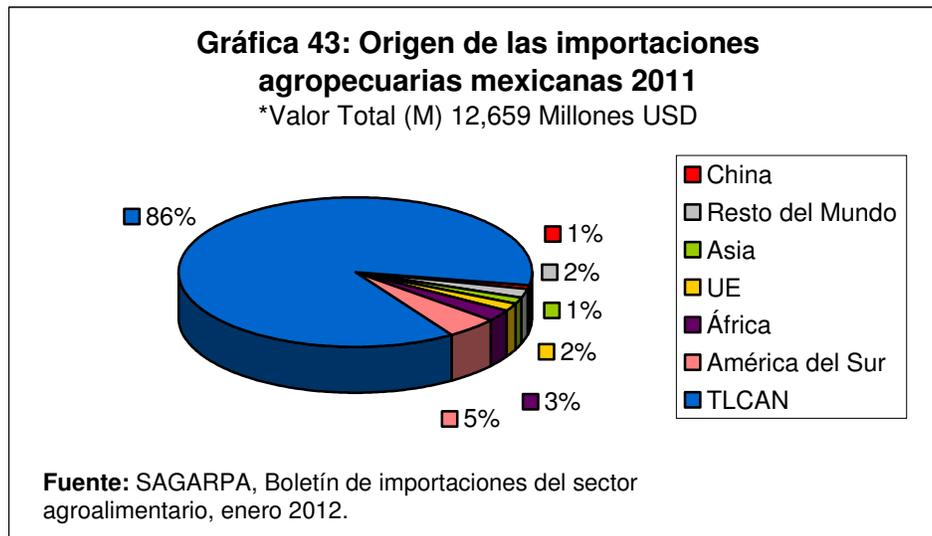
De las compras agroalimentarias totales que nuestro país realizó durante 2011, superiores a 27 mil millones de dólares, los grupos de granos, oleaginosas, cárnicos y lácteos representan en conjunto el 58 por ciento del total (20,17,13 y 8 por ciento respectivamente).<sup>253</sup>

En los últimos años, el aumento en el precio de los alimentos ha derivado en una contrastante disparidad entre el volumen y el valor de las adquisiciones del sector. El grupo de los granos ha sido el más fluctuante, dándose un comportamiento donde el volumen de crecimiento en contraste con su valor es dispar. En las compras de maíz, el volumen importado presentó una tasa de crecimiento anual cercana al 12 por ciento mientras que su valor comercial tendió a un encarecimiento superior al 60 por ciento respecto a 2010.

En lo correspondiente al origen de las compras mexicanas, más del 62 por ciento son provenientes de Estados Unidos, siendo los sub-sectores de industria alimentaria y agricultura los de mayor proporción respecto al total (51 y 36 por ciento respectivamente), volumen que continúa aumentando anualmente, siendo

<sup>253</sup> s/a, *Boletín de importaciones del sector agroalimentario. Cifras preliminares a diciembre 2011*, [PDF en línea], México, SAGARPA, Subsecretaría de Fomento a los Agronegocios, 2011, p.2, Dirección URL: <http://www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/comercio/Paginas/Comercio-Exterior.aspx>, [consulta:6 de abril de 2013].

de 20 por ciento la tendencia de crecimiento registrada en 2011 respecto al año previo.



Otros países de origen como Argentina, Costa Rica, Uruguay, Holanda y Nueva Zelanda lograron una tasa de crecimiento anual de sus exportaciones hacia nuestro país entre el treinta y el cuarenta por ciento.

El caso más destacable en las compras al exterior se dio en el aumento exponencial de las importaciones sudafricanas de maíz blanco realizadas en 2011, generando un incremento en la tasa de crecimiento anual que rebasó los 4,000 puntos porcentuales, hecho explicado por el escaso comercio que se efectuaba previamente con nuestro país.

Como conclusión, para evaluar la importancia actual de nuestro país como agro exportador, me permitiré responder que es el resultado de una competitividad en plena caída, con tipos de producción arcaicos que dependen de condiciones fortuitas, basada en nichos de oportunidad y concentración comercial hacia Estados Unidos.

Desde que México forma parte activa de la dinámica de apertura comercial, estos nichos diferenciados, ya sea de productos tradicionales o novedosos o exóticos, han constituido el eje angular de la estrategia comercial emprendida

por nuestro país. Por tal motivo, se han encaminado todos los esfuerzos de producción sectorial a esos productos, descartándose en el orden de prioridad a aquellos cultivos cuya producción se ha tornado de baja rentabilidad, como los granos básicos de consumo nacional.

En términos generales, los resultados de esta estrategia se pueden apreciar en el comportamiento de la balanza comercial, donde los volúmenes de exportación y las divisas generadas por concepto de exportaciones de agroproductos se han incrementado considerablemente en años recientes. A pesar de ello, han comenzado a mostrar retrocesos en su liderazgo. Este desplazamiento no sólo involucra a países con alto nivel de desarrollo, también de aquellos con características similares a nuestro país.

México ocupa el 14° lugar mundial como agroexportador, lugar establecido por el alto valor de las mercancías. Sin embargo, si lo contrastamos a términos de volumen y diversificación, nuestro país no figura siquiera dentro de los 20 principales exportadores como ocurre con Brasil o Argentina. En el ámbito de los nichos diferenciados, otros países se han tornado más competitivos como el caso de Chile y Perú en la región latinoamericana.

El caso peruano merece ser mencionado ya que ha empatado y superado a nuestro país en productos donde las exportaciones nacionales destacaban, como en el caso del café. Hace 20 años, las exportaciones peruanas de café lo ubicaban en el lugar 18° mientras que nuestro país ostentaba el 5° sitio. La tendencia se ha revertido ya que ahora es Perú quién ocupa el 7° lugar mientras que nuestro país ha descendido 7 lugares. El volumen de las exportaciones peruanas se ha triplicado, alcanzando 197 mil toneladas, mientras que el de México descendió de 181 a 128 mil toneladas.<sup>254</sup>

Pero no sólo se trata de un “caso aislado”, Perú también ha incrementado de manera importante su volumen de exportación en nichos diferenciados que aún

---

<sup>254</sup> Datos estadísticos FAO, obtenidos de <http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx>.

lideran los agroproductos mexicanos como son los mangos / guayabas o en nichos “mexicanos” como el aguacate, donde Chile también persigue a México como exportador mundial en la segunda posición.

**Cuadro 18: Comparativo de la tendencia de exportación mundial de algunos productos diferenciados entre México vs. Perú**

			Volumen (Tons.)	Ranking
1991	México	aguacate	14,314	6
		espárragos	20,465	2
		mangos / guayabas	99,767	1
	Perú	aguacate	693	15
		espárragos	4,538	8
		mangos / guayabas	1,801	16
2001	México	aguacate	71,621	1
		espárragos	40,521	2
		mangos / guayabas	194,540	1
	Perú	aguacate	25,000	15
		espárragos	41,611	1
		mangos / guayabas	26,543	8
2011	México	aguacate	347,209	1
		espárragos	86,173	2
		mangos / guayabas	287,771	1
	Perú	aguacate	69,859	6
		espárragos	124504	1
		mangos / guayabas	123,863	4

**Fuente:** Elaboración propia con datos de FAO, disponibles en <http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx>.

Como puede verse en la tabla, México no ha incrementado su capacidad exportadora en tasas tan dinámicas como en el caso sudamericano. Sólo ha mejorado su posición y volumen en el caso del aguacate; ha logrado conservar su posición aunque no el margen de distancia en cuanto a volumen de exportación de mango y guayaba; y citando el ejemplo de la oferta de espárragos, ha sido desplazado.

Por todo lo anterior, la gran crítica que puede realizarse a esta estrategia comercial promovida en México parte del hecho de que la competitividad de nuestro país está en función de la reducida participación de “rivales” presentes en la disputa por la captación de un mercado ó nicho específico de productos y

no como resultado de la consolidación de una mayor capacidad productiva y nivel de desarrollo en el sector agrícola, por lo cuál la hace una condición endeble y circunstancial.

De tal suerte, el crecimiento de agro exportaciones reportado en la balanza comercial no debiera considerarse como un reflejo fehaciente de la competitividad del sector agrícola ya que, también, se ha dado un importante aumento en el volumen de importaciones agrícolas. Durante 2011, de los más de 10 mil millones de dólares destinados a la compra de productos agrícolas, cerca del 50 por ciento correspondió a maíz, frijol de soya, arroz y frijol.<sup>255</sup>

<b>Cuadro 19: Principales importaciones agrícolas de México</b>			
<b>Año: 2011<sup>256</sup></b>			
<b>Producto</b>	<b>*Ranking mundial</b>	<b>Volumen (Ton.)</b>	<b>Valor (Miles USD)</b>
Maíz	3°	8,015,212	2,752,610
Arroz con cáscara	1°	733,285	267,618
Frijol de soya	4°	3,152,162	1,673,881
Frijol seco	3°	133,685	120,770
<b>Total</b>			<b>4,814,879</b>

Si consideramos que competitividad es “la capacidad de un país [...] de exportar y vender en los mercados externos como su capacidad de defender su propio mercado doméstico respecto a una excesiva penetración de importaciones”<sup>257</sup>, entonces la problemática para México se agudiza y no tanto por el saldo deficitario presente en la balanza comercial, ya que todos los países tienen la

<sup>255</sup> Datos de importaciones por subgrupo, publicados por SAGARPA, disponibles en: <http://www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/comercio/Paginas/Comercio-Exterior.aspx>

<sup>256</sup> La posición como importador fue tomada según listado de FAO, actualizado a 2009. Información disponible en: <http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx>

<sup>257</sup> Patricia Rojas; Sergio Sepúlveda, *¿Qué es la competitividad?*, [en línea], Costa Rica, IICA, Folleto no. 2, 1999, p. 15. Dirección URL: <http://www.iica.int/Esp/organizacion/LTGC/DesRural/Publicaciones%20Desarrollo%20Rural/CUADERNO%20TECNICO%209.pdf>, [consulta: 6 de abril de 2013].

necesidad de realizar compras al exterior debido al enriquecimiento y diversificación de los patrones de consumo alimentario.

La gravedad para nuestro país radica en que los principales productos importados son los componentes más representativos de la canasta básica – granos básicos-, lo cual no sólo habla de un problema de “competencia comercial” sino de una situación de alta vulnerabilidad de la capacidad alimentaria del país al depender de las importaciones que están sujetas a la volatilidad de precios.

Hasta ahora, las medidas desarrolladas para aumentar “la competitividad” son producto de coyunturas que buscan mostrar resultados en el corto plazo y no en atención a solventar la situación que priva el sector primario, caracterizada por un marcado rezago, descapitalización y exclusión del pequeño productor a pesar de conformar la fuerza productiva mayoritaria.

Por ende, no es de extrañarse el énfasis institucional dado a la agricultura intensiva empresarial, la cuál sostiene las actividades agropecuarias del país y la actividad de exportación, esquema al que sólo ha tenido acceso un grupo minoritario del total de actores que desarrollan actividades agrícolas en México.

Es –por tanto- menester la reorganización del sector primario hacia un esquema productivo y eficiente que integre y beneficie a todos los actores que convergen en la producción agrícola, principalmente a los pequeños productores quienes conjuntamente ostentan la mayor proporción de extensión productiva susceptible para explotación agrícola. Ello coadyuvaría a la construcción de una mayor capacidad productiva y de abasto nacional de productos estratégicos, lo que se reflejaría directamente en una mayor capacidad exportadora y en una menor dependencia de las importaciones para subsanar el déficit actual.

Mientras se siga apostando por medidas “fortuitas” para elevar la competitividad del sector agrícola, y no se efectúe la reconstrucción que necesita, es evidente que éste seguirá comportándose muy por debajo respecto a su potencial real.

En atención a esta problemática, el cauce sucesivo de este trabajo se basará en plantear una propuesta que coadyuvaría a resolver múltiples problemáticas estructurales que aquejan a nuestro país, basada en dos movimientos cuyos conceptos, funcionamiento, mecanismos y beneficios han sido desglosados en los capítulos previos: **la Agricultura Orgánica y el Comercio Justo.**

Para ello, antes de ahondar en el ámbito propositivo, es importante establecer los parámetros actuales de los movimientos, orgánico y justo, presentes en México.

### **3.2 El Movimiento Orgánico y de Comercio Justo en México.**

#### **3.2.1 Antecedentes de la Agricultura Orgánica y el Comercio Justo en México**

Mientras que la demanda de alimentos inocuos, la búsqueda de un método productivo amigable al medio ambiente y la persecución de entablar relaciones solidarias con grupos desfavorecidos en los países en desarrollo fueron los factores que impulsaron a la Agricultura Orgánica y al Comercio Justo en Europa, para el caso de México ambos movimientos parten de un elemento en común: la situación socioeconómica del pequeño productor.

En el caso del movimiento orgánico, éste nace de una propuesta desarrollada en los países del norte que comenzó a ser implementada por los pequeños productores en México. Por otro lado, el mecanismo de Comercio Justo -basado en el uso de una marca o sello que avale el origen de los productos- surge como resultado de la experiencia de cómo las comunidades caficultoras indígenas lograron establecer una vía de comercialización directa con el consumidor mediante el uso de una marca distintiva, desarrollándose así la semilla del sistema de certificación que actualmente beneficia a millones de productores en el mundo.

## a) Establecimiento de la Agricultura Orgánica en México

La cosmovisión holística con el medio ambiente establecida en las actividades productivas de las civilizaciones prehispánicas deja de manifiesto que el manejo orgánico en México no es reciente. La diferencia radica en que hoy en día se efectúa mediante la incorporación de los conocimientos generados por los científicos a las prácticas campesinas tradicionales, contribuyendo a su perfeccionamiento.<sup>258</sup>

Por lo anterior, al tratarse lo *orgánico* de un concepto que comenzó a desarrollarse a principios del siglo XX, se cita que el primer antecedente directo a este tipo de labranza data de 1928, en una finca enclavada en la región del Soconusco al sureste de Chiapas.

Su propietario, proveniente de Europa, estaba ampliamente familiarizado con el método de producción biodinámico<sup>259</sup>, implementando estas técnicas de labranza para el cultivo de café, convirtiéndose así en la primera plantación cafetalera en el mundo manejada bajo este método.

En 1963, se solicita la asesoría de la organización Demeter Bund de Alemania, comenzándose un proceso de conversión que culmina en 1967 con la expedición del primer certificado para café en México -aunque bajo la denominación *biodinámico* ya que el término orgánico es introducido años más tarde-, conformando también el primer embarque de 200 sacos de café certificado exportado a Alemania.<sup>260</sup>

Sin embargo, el aumento de la demanda de productos orgánicos en los países del norte durante la década de 1980 fue del principal detonante de la producción orgánica nacional.

---

<sup>258</sup> María Virginia González Santiago, *Agroecología. Saberes campesinos y agricultura como forma de vida*, México, UACH, 2008, p. 32.

<sup>259</sup> Para mayor información del concepto consúltese el apartado de Antecedentes del movimiento orgánico, perteneciente al numeral 1.2.1 del presente trabajo.

<sup>260</sup> Información disponible en: <http://fincairlanda.grupopeters.com/historia.htm>, [Consulta: 29 de febrero de 2012].

El establecimiento de la agricultura ecológica en México indiscutiblemente ha seguido el axioma de una vinculación entre “la geografía de su producción con la geografía de la pobreza y la biodiversidad”<sup>261</sup> aunque, también, atiende claramente a la dinámica que ha caracterizado al sector agrícola en general, basado en la estructura empresarial. Por lo anterior, puede hablarse de dos tipos de implementación de la producción orgánica: agricultura tradicional y agricultura empresarial<sup>262</sup>.

- **Agricultura orgánica tradicional:** Nace como resultado de la vinculación entre los pequeños productores y misioneros, técnicos y compradores europeos dada a finales de 1970, que encontraron en el aislamiento de sus comunidades y sus prácticas de labranza tradicionales, las cualidades per sé de unidades productivas bajo periodo de *conversión*, al estar libres de insumos contaminantes, motivo por el cuál el cumplimiento de los lineamientos requeridos para la obtención de la certificación eran asequibles a sus capacidades

En la década de 1980 comenzó el proceso de la reconversión de los cultivos cafetaleros hacia el método orgánico por parte de las primeras organizaciones productoras tales como la Unión de Comunidades Indígenas del Istmo (UCIRI) en Oaxaca, así como Indígenas de la sierra Madre Motozintla (ISMAM) y la Unión Majomut en Chiapas. Años más tarde, comenzó una mayor diversificación al introducirse productos como miel, jamaica, vainilla, aguacate, plátano y ajonjolí, entre otros.

Este tipo de producción abarca a más del 99 por ciento del total de productores y el 93.9 por ciento de la superficie orgánica del país, distribuidos en zonas donde los bajos índices de desarrollo son una constante, siendo

---

<sup>261</sup> Manuel Ángel Gómez Cruz; Rita Schwentesius Rindermann, et. al., *Agricultura, Apicultura y Ganadería Orgánica de México-2009. Estado Actual, Retos, Tendencias*, México, UACH-CONACYT, 2010, p. 15.

<sup>262</sup> Recuérdese que esta clasificación se detalló en el apartado de Agricultura Orgánica y el Mercado Internacional, perteneciente al capítulo 1, numeral 1.3.1.

Chiapas y Oaxaca los estados que concentran la mitad del área orgánica nacional.<sup>263</sup>

- **Agricultura orgánica empresarial:** Surge en la década de los noventa del siglo pasado, tras el aumento de la demanda de compañías comercializadoras de Estados Unidos que tratan de reaccionar ante los impulsos de los compradores e influir a empresas y productores privados en los estados del norte de la República Mexicana, ofreciéndoles financiamiento y garantía para la comercialización, en caso de producir orgánicamente.<sup>264</sup>

A este sector pertenecen los grandes agricultores cuyo cultivo está determinado en función de satisfacer los grandes volúmenes demandados en el mercado de exportación, siendo Estados Unidos el principal destino, debido a los beneficios económicos que distinguen a este nicho comercial.

Ya sea mediante agricultura orgánica tradicional o empresarial, a partir de este periodo comenzó la diversificación orgánica hacia otros productos de alto consumo en los mercados europeo, asiático y estadounidense, como frutas tropicales (aguacate, piña, papaya, coco, mango, etc.), hortalizas de invierno- especialmente jitomate- alimentos con algún nivel de procesamiento (miel, tequila y mezcal) y productos no tradicionales (vainilla, zarzamora, maracuyá, bambú, rambután, etc.), situando a México entre los principales países productores a nivel mundial.

Es importante enfatizar que el manejo orgánico es mayoritariamente ejercido por el pequeño productor que, a diferencia de la producción convencional, se ha organizado a través de uniones o comunidades, logrando generar importantes volúmenes con calidad exportable. La Unión Majomut fue la primera

---

<sup>263</sup> Manuel Ángel Gómez Cruz, op. cit., p. 15-28.

<sup>264</sup> *Ibíd.*, p. 21.

organización productora en obtener el registro de exportación para café, aunque de cultivo convencional, en 1983.<sup>265</sup>

Este nivel de organización y capacidad productiva en múltiples casos como UCIRI ha sido producto de otro fenómeno que, concomitantemente, ha coadyuvado al crecimiento del sector orgánico: el Comercio Justo.

b) La fundación de la Unión de Comunidades Indígenas del Istmo (UCIRI) y el surgimiento del movimiento de Comercio Justo en México.

Las actividades desarrolladas por los pequeños productores no sólo deben enfrentarse a las disparidades propias del sistema internacional, tanto de la dinámica comercial como de la producción. También, deben resolver las dificultades estructurales del sector agrícola en el país, sin la garantía de un apoyo gubernamental serio, siendo éste el detonante de lo que hoy se conoce como Comercio Justo.

Para el caso particular del campo mexicano, el desplome de los precios internacionales del café en 1980 mermó de forma importante sus ingresos, factor que radicalizó el severo problema de marginación rural en la que se hallaban inmersos, generando un descontento y la pugna por buscar una alternativa que les permitiese una mejor remuneración por sus cultivos.

Coincidentemente, la llegada de un misionero de origen holandés, Francisco Van der Hoff, a una comunidad caficultora en la región del Istmo de Tehuantepec en Oaxaca, contribuyó activamente a la solución de esta problemática, al coordinar en 1981 un grupo de trabajo en el que participaron cerca de 150 caficultores y algunos representantes pertenecientes a ONG's europeas pro comercio solidario que, para este momento, estaba en boga en el continente europeo.

---

<sup>265</sup> Pierre William Johnson, *El Comercio Justo en México, Sellos de Garantía y Estrategias*, [PDF], Comité francés del Cumbre Mundial de Desarrollo Sustentable Johannesburgo 2002, s/editorial, 2004, p. 22.

La conclusión de estas reuniones fue la resolución de que la única manera de obtener mejores precios por el grano de café era eludiendo la rapaz intermediación que proliferaba en el sector, mediante el establecimiento de un vínculo comercial directo con el comprador. Para ello, era necesario coordinarse, constituyéndose legalmente en 1983 la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo.<sup>266</sup>

Otra determinación importante fue la decisión de cultivar orgánicamente, obteniéndose la certificación por parte de una agencia alemana, realizándose la primera exportación mediante Simon Levelt para Holanda y GEPA en Alemania, dos importadoras del comercio solidario, obteniendo un precio de venta de 137 pesos por kilogramo de café, mientras que a través de la intermediación el precio era de 40 pesos por kilogramo.<sup>267</sup>

Sin embargo, el volumen que se había logrado comercializar estaba confinado a un sector de venta muy estrecho en comparación a las necesidades de exportación de la organización. El reto consistió en su momento en implementar una estrategia que permitiese ampliar el espectro de mercado, diversificar los puntos de venta y, a su vez, concientizar al consumidor de la situación de los pequeños productores del Sur, lanzándose en 1988 la marca “Solidaridad Max Havelaar”<sup>268</sup> exclusiva para productos provenientes de comunidades de pequeños productores, siendo el primer artículo el café elaborado con grano cultivado por la UCIRI.

---

<sup>266</sup> Con sede en la comunidad de Lachivizá, municipio de Santa María Guienagati, formaron parte de este proceso 17 comunidades pertenecientes a 5 grupos étnicos: zapotecos, mixtecos, chontales y mixes.

<sup>267</sup> Alexandre Fronty; Nicolas Ubelmann, *Van der Hoff: el padre del Comercio Justo*, [documental], Zoulou Cie/ Staraya Films/CFRTy Public Sénat, Francia, 2010, 51 minutos.

<sup>268</sup> El sello es resultado de la negociación promovida entre la Fundación Solidaridad y el misionero Van der Hoff donde convergieron ONG's a favor del comercio solidario, representantes de cadenas de distribución y supermercados así como un grupo de pequeños productores de UCIRI. Tras compartir experiencias se determinó la creación de una marca, empleándose el nombre “Max Havelaar” a colación del centenario de una novela con dicho nombre, cuya temática abordaba la explotación de caficultores en Indonesia tras la colonización holandesa, condiciones que tras 100 años aún persisten. Alexandre Fronty, op. cit.

**Cuadro 20: Impacto del Comercio Justo en el desarrollo de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI)**

Año de fundación: 1983

Aislamiento de las comunidades	Creación de su línea propia de autobuses para pasajeros, conformada por 6 unidades.
Transportación de mercancía	Adquisición de camiones con redilas para acopio de las cosecha a través de las comunidades así como su traslado hacia el puerto de embarque en Veracruz
Falta de infraestructura y mejoramiento de las comunidades	Inversión en acceso a agua potable, mejoramiento de las casas, construcción de letrinas secas.
Educación	Ante la escasez de escuelas públicas en las comunidades se fundó el Centro de Estudios Campesinos, donde se da una capacitación técnica en agricultura orgánica durante 24 meses.
Salud	Construcción de un centro de salud general y odontológica.
Inaccesibilidad al crédito	Creación de un sistema de cajas de ahorro y acceso a crédito para compra de insumos, herramientas o material de construcción a una tasa de interés preferencial ( 2 por ciento anual)
Prestaciones laborales	Se asesora a los productores para la aportación a un fondo de jubilación.
Insumos	Establecimiento de una tienda de herramientas, materiales para construcción e insumos con precios preferenciales para agremiados UCIRI.
Dependencia del cultivo del café	Desarrollo de cultivo de hortalizas y frutos como maracuyá, durazno y zarzamora.
Falta de valor agregado a la producción	Inversión para el procesamiento del café hasta la comercialización en forma soluble. Desarrollo de una planta procesadora de jugos y mermeladas para los frutos cultivados en la comunidad.
Sistema de pago	En dos etapas: a) pago anticipado a la entrega de la cosecha por parte del productor, establecido al precio por kilogramo determinado por UCIRI en Asamblea General; b) Prima de ajuste dependiendo del valor de venta obtenido tras la exportación.

**Resultados**

3080 familias beneficiadas

Ingreso anual por familia: 2000 €

Producción anual promedio: 6000 sacos de café

Volumen de negocios anual: 2 millones €

Cuenta con dos sedes: Lachivizá e Ixtepec, Oaxaca.

Exportaciones: Alemania, Holanda, Bélgica, Suecia, Suiza, Dinamarca, Finlandia, Irlanda, Francia,

Canadá, Estados Unidos y Japón.
<b>Retos</b>
Desarrollo del mercado orgánico y justo en México
Posicionamiento en el mercado nacional con el café marca Fértil.

UCIRI fue la primera organización en el mundo en realizar una exportación de café orgánico y justo, certificado. Gracias a esta iniciativa, hoy millones de productores se han visto beneficiados al replicarse este esquema bajo diversos sellos o marcas, siendo la más difundida la encabezada por Fairtrade Labelling Organisation, sucesora de la iniciativa Max Havelaar.

### 3.2.2 Situación actual de la Agricultura Orgánica y del Comercio Justo en México

El movimiento orgánico mexicano ha sido promovido por organizaciones no gubernamentales, instituciones educativas públicas pero, sobretodo, por el interés del pequeño productor por buscar alternativas que le permitan subsistir al entorno actual.

Por su parte, ante la falta de respaldo gubernamental, el Comercio Justo ha sido la mancuerna que ha permitido este desarrollo orgánico emprendido por el pequeño productor ya que son dos movimientos complementarios. Sin embargo, el crecimiento ha sido lento en comparación con otros países como Perú o Brasil.

Ese rezago no sólo es resultado de una falta de respaldo institucional sino que, además, se han sumado las trabas interpuestas por el propio aparato gubernamental, el principal enemigo a vencer para la implementación de un sistema de producción e intercambio sustentable en México.

A continuación se detallará la situación del movimiento orgánico y justo en nuestro país, donde podrá quedar de manifiesto que el desarrollo alcanzado es producto de la autogestión del sector (productores, instituciones de investigación y consumidores) ante la indiferencia mostrada por las instituciones gubernamentales en todos los ámbitos.

## a) Normatividad Orgánica y de Comercio Justo en México

### ➤ Marco Normativo para la Producción Orgánica Nacional

A pesar de que la producción orgánica comenzó en la década de 1980, el primer antecedente regulatorio para el sector orgánico nacional se materializó en 1995 bajo la *Norma Oficial Mexicana NOM-037-Fito-1995*, siendo un marco regulatorio donde sólo contemplaba la producción y procesamiento de productos vegetales, con un contenido muy limitado en comparación con el nivel de desarrollo alcanzado por otras regulaciones existentes para ese momento. Sobre todo, carecía de una estructura que permitiese pugnar por el reconocimiento de equivalencia con las principales regulaciones, a diferencia de lo efectuado en el caso argentino.<sup>269</sup>

Esta norma, al tener sólo alcances nacionales por no contar con reconocimiento internacional, cayó en desuso ante la inexistencia de un mercado interno que demandase su aplicación. Los productores orgánicos mexicanos –que optan en un 90 por ciento por la exportación- siguen los lineamientos establecidos por la normatividad operante en el mercado de destino, siendo el Reglamento Europeo y la NOP-USDA de Estados Unidos los más recurridos.

En 2006<sup>270</sup> se publica la *Ley de Productos Orgánicos*, derogando a la Norma que para este momento se encontraba obsoleta al no haber sido actualizada desde su publicación. La Ley vislumbra un ámbito de aplicación mayor al considerar la producción, procesamiento, etiquetado, transportación, certificación –también considerados en la NOM- y adiciona factores como apoyo y fomento a la

---

<sup>269</sup> Para Argentina el proceso de desarrollo de su marco regulatorio comenzó en 1990 y culminó dos años más tarde con el reconocimiento como Tercer País ante la Unión Europea. Actualmente, Argentina posee el marco normativo orgánico más desarrollado en la región latinoamericana, con reconocimiento de equivalencia ante la Unión europea y Japón. Información publicada por la Comisión Interamericana de Agricultura Orgánica, Dirección URL: <http://www.agriculturaorganicaamericas.net>, [consulta: 13 de marzo de 2012].

<sup>270</sup> La ley tiene por fecha de promulgación el 8 de diciembre de 2005, empero, su publicación en el DOF fue el 7 de febrero de 2006. Documento disponible en: [www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LPO.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LPO.pdf), [Consulta: 13 de marzo de 2012].

producción, promoción comercial a nivel local e internacional, y lo más importante, establece la creación del Consejo Nacional de Producción Orgánica como órgano consultivo y de coordinación con otras dependencias gubernamentales y actores del sector orgánico.

Para la elaboración de este documento se dieron cita los principales promotores en diversos ámbitos del movimiento orgánico: representantes de agencias de certificación, instancias de investigación, uniones de productores en colaboración con SAGARPA, estructurándolo de manera que, en el futuro, se pueda establecer la equivalencia con los principales marcos normativos.

El cuerpo de la ley consta de 50 artículos dispuestos en 8 títulos. Dentro de las disposiciones más importantes contenidas en la Ley de Productos Orgánicos pueden detallarse:

1. Busca promover y regular los criterios de producción, procesamiento, etiquetado, distribución, comercialización y certificación orgánica, tomando los requerimientos demandados a nivel internacional para productos agrícolas, forestales y de recolección silvestre.
2. Introduce y vincula los conceptos de *justicia social, equidad y sustentabilidad* a la producción orgánica, ignorados en la NOM.
3. Establece a la SENASICA<sup>271</sup> como entidad de acreditación, ante la cuál deberán registrarse los organismos de certificación interesados en operar en México, sujetos a una evaluación anual.
4. Avala la figura de la certificación participativa.
5. Instaura la conformación del Consejo Nacional de Producción Orgánica, un padrón orgánico que aglomere a todo aquél que intervenga en la producción orgánica, y una base estadística que acopie datos sobre la producción nacional y el flujo comercial.

---

<sup>271</sup> Órgano ejecutor de SAGARPA encargado de regular, administrar y fomentar las actividades de sanidad, inocuidad y calidad agroalimentaria. Información disponible en <http://www.senasica.gob.mx>, [consulta: 19 de marzo de 2012].

6. Contempla el fomento a un mercado nacional empleando como principal instrumento la creación de un distintivo nacional que identifique a los productos orgánicos de los convencionales.
7. Determina la elaboración del Reglamento y los lineamientos necesarios para el cumplimiento de las disposiciones contenidas en la ley.

La elaboración del Reglamento de la Ley de Productos Orgánicos, debiendo ser publicado el mismo año, presentó un rezago de cuatro años, superior al periodo de seis meses establecido en la Ley<sup>272</sup>. El principal problema para su desarrollo fue la postura de la dependencia gubernamental por delinear criterios ambiguos o laxos, siendo que los representantes del sector (certificadores, productores y consumidores), conscientes de la importancia de estructurar un marco regulatorio sólido, pugnaron por mejorar la calidad de los planteamientos y buscar en todo momento su concurrencia con las principales normas orgánicas tanto nacionales como privadas (IFOAM, Reglamento Europea, JAS, NOP-USDA, etc).

<b>Cuadro 21: Reglamento de la Ley de Productos Orgánicos</b> Publicación: DOF del 1° de abril de 2010		
<b>Apartado</b>	<b>Título</b>	<b>Contenido</b>
<b>Capítulo I</b> (1-4 Art.)	Disposiciones Generales	Indica que la Ley está en coadyuvancia con el Plan Nacional de Desarrollo y otras leyes (Vida Silvestre / Gral. De Desarrollo Forestal Sustentable)
<b>Capítulo II</b> (5-6 Art.)	De la Conversión	Obligatoriedad para el operador que desee producir orgánicamente
<b>Capítulo III</b> (7-11 Art.)	Del Consejo Nacional de Producción Orgánica	Determina cómo será su funcionamiento y conformación. Determina la creación de sus Reglas de Operación Internas.
<b>Capítulo IV</b> (12-17 Art.)	De la Certificación Orgánica	Contempla a SENASICA como organismo de certificación pública; certificadoras privadas acreditadas y certificación participativa.
<b>Capítulo V</b> 5 Secciones (Art. 18-38)	De los Organismos de Certificación	*Procedimiento a seguir por certificadoras para obtener la acreditación ante SENASICA. *Formato del informe anual obligatorio para

<sup>272</sup> Con fecha de rúbrica 26 de marzo de 2010, fue publicado en el DOF con fecha del 1° de abril de 2010. Disponible en: [http://www.cnpo.org.mx/descargas/reglamento\\_de\\_la\\_ley\\_de\\_productos\\_organicos\\_DOF\\_01042010.pdf](http://www.cnpo.org.mx/descargas/reglamento_de_la_ley_de_productos_organicos_DOF_01042010.pdf).

<b>Capítulo VI</b> (39 Art.)	De los operadores orgánicos	organismos de certificación y del certificado orgánico. *Procedimiento para la renovación y causales de suspensión o revocación de la acreditación.  Obligaciones del operador orgánico: registro de producción, operación e insumos (trazabilidad).
<b>Capítulo VII</b> (40-41 Art.)	De las sustancias y Materiales	Publicación anual de la lista de sustancias, insumos y materiales permitidos, restringidos y prohibidos por SAGARPA.
<b>Capítulo VIII</b> (42-44 Art.)	De las referencias en el etiquetado y declaración de propiedades	Los productos con 95 % de insumos orgánicos sólo podrán llevar en la etiqueta el distintivo nacional y deberá tener el no. de registro del organismo certificador y del certificado orgánico.
<b>Capítulo IX</b> (45-49 Art.)	De las importaciones	*Toda importación deberá acompañarse de un certificado orgánico y un documento de control que ampare los lotes ingresados. Para la exportación se buscará establecer convenios de equivalencia para favorecer el intercambio comercial (labor Secretaría de Economía). *Se elaborará un listado con aquellos países que busquen su equivalencia con las normatividad orgánica mexicana.
<b>Capítulo X</b> 3 Secciones (50-60 Art.)	Del fomento y promoción de la producción orgánica	*Formular programas de apoyo y fomento a la producción orgánica, procesamiento y certificación. *Concertación de acuerdos entre dependencias de los tres ordenes de gobierno: federal, estatal y local. *Promoción mediante ferias, exposiciones y muestras de productos orgánicos mexicanos. *Participación entre dependencias gubernamentales junto con organizaciones, instancias de investigación, universidades, etc. para la formulación de talleres de capacitación para promover la actividad orgánica
<b>Capítulo XI</b> Sección única (61-64 Art.)	Del Sistema de Control Nacional	Acopio y condensación de la información del sector conformada por los reportes anuales de los organismos de certificación acreditados, elaboración de una base estadística nacional de producción y comercialización y actualización de la normatividad vigente para la operación orgánica.
<b>Capítulo XII</b> (65-70 Art.)	De las infracciones y sanciones	Procedimientos administrativos a seguir en caso de incumplimiento de la normatividad orgánica por parte de operadores, organismos de certificación o comercializadores.

**Fuente:** Elaboración propia con base en el Reglamento de la Ley de Productos Orgánicos.

Hasta septiembre de 2012, última fecha en la que sesionó el Consejo, aún no se ha logrado concluir con los lineamientos necesarios para cumplir con las disposiciones contempladas tanto en la Ley como el Reglamento, por lo cuál el sector orgánico aún carece de certeza jurídica y procedimental. El proceso ha sido lento debido a que las instancias federales no lo consideran como un tema

prioritario a pesar de que tanto el Plan Nacional de Desarrollo como el Programa Especial Concurrente contemplan como eje prioritario el impulso de la sustentabilidad.

Los avances alcanzados son producto de la presión ejercida por los actores orgánicos del ámbito privado (certificadoras, productores agropecuarios y de insumos, comercializadores, instancias de investigación, etc.) por consolidar un marco legal que, más allá de facilitar su operación al exterior, diluya las trabas que imperan en las propias instituciones y dependencias gubernamentales nacionales.

<b>Cuadro 22: Principales avances dados en la estructura del marco regulatorio para el sector orgánico</b>		
Acción	Estatus	Avances
Consejo Nacional de Producción Orgánica	Instalado (26/09/2007)	Conformación de grupos de trabajo: *Sistemas de Control (normas operativas para el sector) *Información (Creación Padrón) *Promoción Comercial (Fomento)  Ha sesionado en 7 ocasiones, retrasando los trabajos.  Ya se elaboró el Reglamento Interno del CNPO
Lineamientos para la Operación Orgánica de las Actividades Agropecuarias	En proceso Borrador CNPO (25/05/2010)	El Reglamento establece un año para el desarrollo de los lineamientos. Al 27 de septiembre de 2012 aún no se ha sometido a consulta pública en la Comisión Federal de Medidas Regulatorias. Tentativamente, consta de 271 artículos.
Lineamientos para el Distintivo Nacional	En proceso Presentación (25/05/2010)	Se presentó la propuesta ante el CNPO en la 4° reunión ordinaria  En revisión en SENASICA, a espera de turnarse a consulta pública

Aprobación de organismos de certificación	En transición	<p>*Se ha registrado el trámite en COFEMER con la clave SENASICA-04-036.</p> <p>*Sin embargo, mientras no se publiquen los lineamientos seguirá inoperante esta acción.</p> <p>*Al momento han notificado sus actividades 7 organismos.</p>
Base de datos nacional del Sector Orgánico	En proceso	<p>Las labores de acopio de información sobre los productores orgánicos en México están en etapa de consolidación. En el Sistema de Información Agropecuaria y Pesquera de SAGARPA (SIAP) ya son visibles algunas partidas de productos con su división entre orgánicos y convencionales</p>

**Fuente:** Minutas de las reuniones ordinarias del CNPO, disponibles en: <http://www.cnpo.org.mx/sesiones.htm>

El principal problema ha sido la elaboración de los Lineamientos para la Operación Orgánica de las Actividades Agropecuarias, ya que hay una fuerte crítica del sector respecto al texto elaborado por SENASICA, que lejos de ser mejorado ha caído en ambigüedades al no atender los comentarios y recomendaciones de los representantes especializados en materia de producción orgánica. Mientras no sean aprobados, la ley y el Reglamento seguirán inoperantes.

Aunado al rezago en la consolidación del marco normativo orgánico existente se sumará el cambio de administración derivado de la alternancia política a raíz de las elecciones presidenciales en 2012. Con las nuevas políticas, será fundamental el cause que el nuevo gobierno busque impulsar para el sector agrícola durante el sexenio 2012-2018, esperando que no varíe de la línea seguida en años anteriores.

➤ Marco Normativo para el Comercio Justo en México

A diferencia de la Agricultura Orgánica, donde el objetivo y el medio de ejecución son claros (método productivo sustentable basado en normas técnicas comprobables bajo un proceso de certificación y uso de un sello), en el caso del Comercio Justo, aunque el objetivo es claro, aún existe una bifurcación en la

forma o estrategia de ejecución, dificultando la elaboración de cualquier regulación nacional o internacional pública.<sup>273</sup>

En México, a pesar de ser el país pionero del Comercio Justo incluyendo la certificación de productos, prolifera el desconocimiento sobre el tema en los diversos ámbitos gubernamentales, motivo por el cuál no se ha externado una postura gubernamental o una política pública o reglamentaria al respecto.

En algunos estados de la República Mexicana, como Chiapas y Oaxaca, donde se localiza el mayor número de productores que emplean el mecanismo de comercio justo debido a sus altos niveles de marginación social, ha comenzado a darse una colaboración estatal y local aunque sólo encausada a la promoción comercial.

La única normatividad mexicana ha sido desarrollada por *Comercio Justo México A.C (CJM)*, organización instituida con la finalidad de promover el movimiento justo y desarrollar la reglamentación necesaria para impulsar una iniciativa de certificación que permita comercializar los productos en el mercado nacional, reduciendo las dependencias del uso de certificaciones y distribución a mercados extranjeros por parte de los pequeños productores.

Estas normas siguen los principios en los que se basa el Comercio Justo, contextualizados a la realidad de los pequeños productores mexicanos. Considera aspectos como: a) respeto por el trabajo y las necesidades de la gente y cuidado del medio ambiente; b) deben basarse en un enfoque equitativo, participativo y democrático de los involucrados, respetando los conceptos de

---

<sup>273</sup> Téngase presente el debate existente entre las principales organizaciones promotoras del Comercio Justo y las estrategias propuestas: a) FLO y su esquema Tradicional Dominante basado en la certificación para comercialización masiva como nicho de los canales convencionales; b) WFTO con su estrategia alternativa global basada en la propuesta de un nuevo sistema internacional basado en una Economía Solidaria, donde la certificación no tenga que ser necesaria por tratarse de vehículos de comercialización propios. Para mayor información consúltese el Segundo Capítulo, numerales 3 y 4.

sustentabilidad, solidaridad y calidad; y c) considera materia prima producida sólo por organizaciones de pequeños productores.<sup>274</sup>

Constan de normas generales y reglamentos por producto. En las primeras, se determinan los criterios de desarrollo social, ambiental, económico y condiciones de trabajo que deben cumplir las organizaciones productoras, procesadoras y comercializadoras; en el segundo caso; se estipulan los requerimientos de calidad, precios mínimos, así como prima justa y orgánica, por producto específico<sup>275</sup>.

También existen documentos complementarios como: lista de productos prohibidos, código de ética y documento guía para determinar cuáles son las normas aplicables para el operador que busque obtener la certificación. La obtención de la certificación para uso del sello de garantía CJM sólo aplica cuando se trate de:

- Organización de pequeños productores que sólo genera materia prima
- Organización de pequeños productores que produce, procesa y comercializa producto terminado
- Procesadores y comercializadores de productos terminados “justos” que sean elaborados con materia prima proveniente de una organización productora certificada CJM
- Empresas grandes y transnacionales que procesen y vendan productos terminados “justos” con materia prima de una organización productora certificada CJM

Es importante destacar que CJM sólo es una entidad emisora de regulaciones de carácter privado, depositando la labor de la certificación a organismos

---

<sup>274</sup> Estos lineamientos normativos siguen la calidad de la ISO-65 para organismos de certificación. Fundamentos publicados por Comercio Justo México, A.C, información disponible en: <http://www.comerciojusto.com.mx>, [consulta: 15 de marzo de 2012].

<sup>275</sup> Actualmente existe reglamentación para nueve productos: café, ajonjolí, miel, maracuyá, mango, limón y pimienta gorda, jamaica y nopal. s/a, *Documento para la selección y uso de normas CJM*, [PDF], México, Comercio Justo México AC, 2008, Dirección URL: <http://www.comerciojusto.com.mx>, [Consulta: 15 de marzo de 2012].

terceras partes, que deberán culminar un proceso de evaluación para ser acreditados y tener la competencia de evaluar el cumplimiento de las normas de comercio justo mexicanas.

En su momento se estableció diálogo con SENASICA para ponderar la posibilidad de una futura colaboración con la instancia gubernamental. Sin embargo, al ser una norma de carácter voluntario no se logró nada concreto.

El tema de la certificación bajo criterios justos en México, actualmente se encuentra en un reordenamiento en cuanto a sus objetivos, alcances y, sobretudo, en sus políticas de ejecución, debido al controvertido debate que prolifera entre FLO y los pequeños productores a raíz de la autorización de certificación para empresas grandes y trasnacionales para cierta gama de productos.

El movimiento justo mexicano, como precursor de la iniciativa de certificación creada para apoyo e identificación de los pequeños productores, arguye el hecho de que dichas disposiciones se contraponen con la esencia originaria del Comercio Justo. Actualmente, CJM evalúa si seguir como miembro asociado a FLO, o ceñirse a la iniciativa que, a raíz del debate mencionado, ha comenzado a promover la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo, basada en un sello y símbolo único para pequeños productores supervisado por la Fundación de Pequeños Productores Organizados, A.C (FUNDEPPO).<sup>276</sup>

#### b) La Certificación Orgánica y de Comercio Justo en México

- Certificación orgánica de tercera parte: Certimex, S.C.

La demanda de certificación de tercera parte para la producción orgánica comenzó en la década de 1980 ante la necesidad de contar con los

---

<sup>276</sup> Información proporcionada por Jerónimo Pruyn, director ejecutivo de FUNDEPPO, en entrevista realizada en la Sede de la organización ubicada en Calle Guanajuato No.131, Col. Roma, 16 de marzo de 2012.

requerimientos solicitados en los países importadores de Europa o Estados Unidos, optándose por la contratación de agencias extranjeras de reconocimiento en el mercado determinado.

Ante la falta de un marco normativo nacional para la producción orgánica y el aumento de la actividad orgánica en cada vez más unidades de producción, los pequeños productores vieron la necesidad de dejar de depender de las certificaciones foráneas, pugnando por la consolidación de una autoridad de certificación nacional que hiciera posible reducir los costos de la certificación, la volatilidad de las cotizaciones -ya que las agencias extranjeras evidentemente operan bajo moneda extranjera-, y desarrollar normas técnicas para la producción orgánica.

Ante esta situación, los propios grupos productores impulsaron en 1997 la creación de la Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos (Certimex, S.C), primera certificadora mexicana del sector en desarrollar sus propias normas técnicas basadas en el contexto nacional y los estándares manejados en la norma europea, por ser el principal destino de las exportaciones en aquel momento.

Su proceso de calidad y operación inició con la obtención del reconocimiento ante la Agencia Nacional de Acreditación Alemana (DAkkS), evaluando a este organismo de certificación con la validez para certificar procesos ecológicos acorde a los lineamientos europeos.

La creciente demanda de productos mexicanos hacia otros mercados, y la certificación de diversas normas de calidad con estándares ecológicos o sociales, dentro de las que destaca las de comercio justo, ha derivado en un proceso de fortalecimiento para CERTIMEX, pugnando por la acreditación ante las entidades de acreditación nacionales más importantes como Estados Unidos, Canadá y Japón -siendo esta última acreditación la más difícil por el alto nivel de

requerimientos solicitados por la agencia japonesa- o instancias privadas como FLO y Naturland.

Esta agencia mexicana, producto del interés de los pequeños productores por apegarse a procesos de calidad en su producción, ha logrado adquirir prestigio internacional, obteniendo en noviembre de 2011 la acreditación, e inclusión en la lista de organismos de certificación acreditados para exportar a la Unión Europea. Esta acción supera el respaldo de la acreditación alemana y facilitará las exportaciones mexicanas al mercado europeo al prescindirse del permiso de importación para los operadores orgánicos avalados por Certimex.<sup>277</sup>

La labor de esta certificadora ha sido muy importante para fomentar la producción orgánica en México, al ser agente certificador y proporcionar también asesorías a los productores e inclusive a dependencias gubernamentales del sector perteneciente a SAGARPA. También ha jugado un papel importante en el Consejo Nacional de Producción Orgánica, para pugnar que los lineamientos nacionales que están en proceso de elaboración cumplan con la demanda de las normas internacionales y buscar en el futuro el reconocimiento de equivalencia entre Unión Europea y México.

Sin embargo, la certificación en México sigue siendo un proceso ligado al ámbito de organismos privados, operando bajo las normativas extranjeras, dado que la práctica orgánica en nuestro país aún carece de certeza jurídica ante la inoperancia del marco normativo desarrollado por el Estado a través de

---

<sup>277</sup> En el proceso de importación de productos orgánicos a la Unión Europea los productores con intención de venta al mercado europeo deben contar obligatoriamente con un permiso de importación, tramitado ante la autoridad competente para cada país de destino. Esto generaba gastos de gestión y retrasos en la operación logística. Con la inclusión de Certimex a la lista de organismos acreditados de la UE, los productores evaluados por la agencia mexicana quedarán exentos de este trámite, facilitando la operación comercial. Para Certimex es un paso de trascendencia ya que en este proceso de evaluación formaron parte 73 certificadoras, resultando con dictamen positivo únicamente 30 de ellas, entre ellas el organismo mexicano. Esta disposición entró en vigor a partir del 1° de julio de 2012. Para mayor información consúltese: Reglamento de Ejecución No. 1267/2011 de la Comisión, [en línea], Diario Oficial de la Unión Europea, Serie L324, 7 de diciembre de 2011, p.9-13, Dirección URL: <http://eur-lex.europa.eu/JOIndex.do?ihmlang=es>

SENASICA. Actualmente operan más de 20 agencias certificadoras a lo largo del territorio nacional.

**Cuadro 23. Principales Organismos de Certificación Orgánica que operan en México**

País	Agencia
<b>Alemania</b>	**Certification of Environmental Standards - GmbH (CERES) Naturland e.V BCS Öko-Garantie GmbH
<b>Estados Unidos</b>	**California Certified Organic Farmers (CCOF) **Organic Crop Improvement Association International (OCIA International ) OREGON TILTH CERTIFIED ORGANIC (OTCO) **Quality Certification Services
<b>Guatemala</b>	Mayacert, S.A
<b>Italia</b>	**BIOAGRICERT AMERICA S. de R. L.
<b>México</b>	**CERTIMEX México Tradición Orgánica, S.A. de C.V. (Metrocert)
<b>Suiza</b>	**Institute for Marketecology (IMO Control México)

**\*\* Acreditados ante SENASICA**

**Fuente:** Sociedad Mexicana de Producción Orgánica SOMEXPRO. Para información más detallada sobre las Agencias de Certificación, consultar ANEXO 1.

El futuro para la certificación orgánica en nuestro país aún es incierto, ante la inoperancia de la legislación nacional en torno al tema. Según la ley y el reglamento corresponderán a SENASICA las labores de agencia de acreditación nacional, ante la cual los organismos certificadores que operen en México deberán registrarse.<sup>278</sup>

El reglamento también le confiere la facultad de realizar el proceso de certificación, lo que implicaría la posibilidad de manejar un esquema de bajos costos para pequeños productores por ser una instancia pública. Sin embargo,

<sup>278</sup> A la fecha, han tramitado la acreditación de forma voluntaria siete certificadoras. El proceso de acreditación aún presenta problemas por lo que ha quedado suspendido el trámite ante Cofemer.

ante el rezago existente, aún se desconoce la fecha de inicio de las funciones de SENASICA como regulador el sector orgánico.

- Certificación participativa en México: Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos

La certificación participativa es otro de los esquemas de validación que contempla la Ley de Productos Orgánicos a la cual pueden apegarse los pequeños productores que deseen producir bajo este manejo sustentable pero cuya capacidad aún no les permite la obtención de una certificación y así, por ende, formar parte de la dinámica exportadora.

Aunque no es propiamente una certificación, el nivel de desarrollo alcanzado por el principal sistema participativo de garantía impulsado por la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos ha seguido un proceso que ostenta requerimientos de calidad que han logrado el aval de la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM) como estándar orgánico<sup>279</sup>.

Al igual que Certimex, la Red Mexicana ha sido parte importante en la elaboración de la regulación orgánica, aportando la inclusión de esta certificación como parte fundamental para el establecimiento de la práctica orgánica asequible a las regiones rurales más marginadas del país y la posibilidad de obtener el precio Premium en los mercados locales, sin contar necesariamente con la certificación de algún organismo acreditado internacionalmente.

La Red ha celebrado convenios de colaboración con SENASICA a la luz de los compromisos de promoción de este sistema de certificación al interior de la Ley de Productos Orgánicos.

---

<sup>279</sup> El sistema participativo de garantía impulsado por la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos fue aprobado por IFOAM en 2011, logrando su inclusión a la familia de estándares que se manejan al interior de la Federación Orgánica.

Este mecanismo de supervisión de la producción reduce en una proporción mayoritaria los costos de certificación, ya que sólo se contribuye con una cuota de membresía simbólica. Actualmente cuenta con una cobertura de 20 puntos de venta a lo largo de la República Mexicana, beneficiando a cerca de 1200 productores.

➤ Certificación de Comercio Justo

Ya sea la certificación de tercera parte, o bajo un sistema participativo de garantía, ambos esquemas tienen la facultad de evaluar el cumplimiento de criterios en relación al Comercio Justo.

Para el caso de certificación de tercera parte, los estándares de certificación de Comercio Justo México y FUNDEPPO, establecen que la labor de inspección se otorgará a organismos que aprueben el proceso de acreditación, ya que sólo son instancias de promoción y desarrollo de lineamientos.

En ambos casos, las certificadoras se encargan de la revisión, evaluación y elaboración de un reporte que detalle el procedimiento y el dictamen de cumplimiento de la norma determinada, aunque la validación y el dictamen es enteramente atribución de las instancias de CJM y FUNDEPPO según corresponda.

De los organismos acreditados para evaluar normas mexicanas de comercio justo, Certimex cuenta con las acreditaciones para avalar a los productores que cumplan con los planteamientos de CJM y FUNDEPPO para el ámbito internacional.

Respecto a la certificación FLO, esta organización cuenta con su agencia de certificación con la cual Certimex tenía un convenio de colaboración. Sin embargo, existieron cambios en los procedimientos que, aunados al descontento de diferentes actores del Comercio Justo ante la permisión de certificación para

esquemas de trabajo contratado, se tomó la determinación de revocar el convenio.<sup>280</sup>

En el caso del sistema participativo de garantía, la condición de justicia en las relaciones comerciales es una condición inherente a su estructura. Al constar de un vínculo directo entre el productor y el consumidor, la intermediación es inexistente por lo que el ingreso es íntegro para el pequeño productor.

### c) Consumo Local de Productos Orgánicos y Comercio Justo

A diferencia del proceso seguido en los países desarrollados, el mercado local en los países productores presenta un ínfimo nivel de consolidación y el caso mexicano no es la excepción, ya que se calcula, sin haber cifras oficiales, que sólo el 10 por ciento de la producción orgánica nacional es destinada para consumo local, comercializada como productos convencionales.

Sin embargo, en los últimos años ha comenzado a establecerse una demanda interna de estos productos, surgiendo desde los propios consumidores el establecimiento de puntos de venta especializados o redes de abasto para adquirir estos productos. Dependiendo del punto de venta, estos productos pueden ostentar la certificación de tercera parte, participativa o sólo responder a una relación de conocimiento mutuo entre las partes. Dentro de los principales puntos de distribución pueden definirse tianguis y mercados locales; tiendas especializadas, redes de distribución a domicilio; cadenas departamentales y supermercados.

---

<sup>280</sup> Certimex es un organismo de certificación creado por las demandas de certificación de los productores mexicanos por lo que existe un diálogo cercano sobre las normas o estándares ante los cuales deben buscarse las acreditaciones respectivas. Ante la pérdida de credibilidad del sistema FLO para el grueso de los productores en México que emplean el Comercio Justo se optó por erradicar su uso y afiliarse al incipiente sello promovido por FUNDEPPO, siendo el primer organismo de certificación acreditado en julio de 2011.

**Cuadro 24: Principales puntos de distribución de productos orgánicos en México**

Distribución	Ventajas	Desventajas	Ejemplos
<p>Tianguis y Mercados locales:</p>	<p>Canal de distribución de alimentos frescos más representativo de la sociedad mexicana</p> <p>Al registrarse por la certificación participativa, los precios de los productos orgánicos son similares a su versión convencionales, haciéndolos accesibles a toda la población</p>	<p>Temporalidad semanal o quincenal.</p> <p>Distancia de centros urbanos</p> <p>Oferta de productos limitada a la cobertura de la canasta básica y alimentos frescos de temporada.</p>	<p>Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos, etc</p> <p>Mercado El Cien, D.F</p> 
<p>Tiendas especializadas</p>	<p>Ofrecen al consumidor una amplia gama de artículos alimenticios frescos y procesados, artículos de higiene personal, insumos de limpieza, ropa, juguetes, etc.</p> <p>Puntos de venta establecidos, abiertos diariamente.</p> <p>Todos los artículos son certificados, garantizando al consumidor su origen.</p>	<p>Los productos con valor agregado son importados de Estados Unidos o Europa al no existir oferta mexicana.</p> <p>Al ser productos certificados o de importación, presentan un sobreprecio respecto a sus pares convencionales del 30 al 80 por ciento.</p> <p>Nicho asequible para personas con alta capacidad adquisitiva.</p>	<p>Aires del Campo, D.F.</p> <p>Tiendas Green Corner D.F</p> 
<p>Redes de distribución a domicilio</p>	<p>Siguen un esquema de compras por Internet en el cuál los consumidores tienen acceso mediante una membresía.</p> <p>Pedidos realizados semanalmente, entregados a domicilio.</p> <p>La membresía permite apoyar a productores.</p> <p>Involucra a proveedores de diferentes partes de la República.</p> <p>Contacto constante entre los coordinadores de la Red y los productores para garantizar la calidad del producto.</p>	<p>Oferta de artículos mayor a la canasta básica aunque sigue sujeta a cubrir necesidades alimenticias.</p> <p>Los precios son muy cambiantes ya que hay productos certificados y otros que si bien siguen el método de producción orgánica no ostentan una garantía de su inocuidad.</p> <p>Limitado a la cobertura de sus centros de acopio y distribución.</p> <p>Renovación anual de la membresía ( 3,500 pesos promedio)</p>	<p>Vía Coop.</p>  

Supermercados convencionales	Potencialidad de una masificación de puntos de venta.	<p>Gran parte de los productos orgánicos son importados, incluso aquellos que si son producidos en México.</p> <p>El abasto de artículos es limitado.</p> <p>No existe una clara separación respecto a los productos convencionales.</p>	<p>Algunas sucursales de las tiendas Soriana y Wal-Mart</p> <p>La cadena Superama ostenta una mayor variedad de artículos y disponibilidad en la mayor parte de sus sucursales.</p>
------------------------------	-------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Los productos de Comercio Justo siguen los mismos mecanismos de distribución, aunque su mayor comercialización se efectúa en las tiendas especializadas, o en trato directo con el consumidor, como se realiza en los tianguis y mercados locales.

La actual estrategia para el desarrollo de un consumo local impulsada por las diversas organizaciones representantes de ambos movimientos, se basa en la oportunidad de ofrecer al consumidor nacional productos de calidad bajo una cultura de consumo responsable, en la cuál tanto el consumidor como el productor sean beneficiados. Para los pequeños productores representa también la solución para la actual dependencia de las exportaciones y todo lo que conlleva cualquier operación comercial internacional: logística, tramitación de permisos de exportación, riesgos por incumplimientos en volúmenes, plazos y pagos, etc.

A nivel gubernamental, el Consejo Nacional de Producción Orgánica, mediante una campaña fomentada por el sub-órgano Impulso Orgánico, ha comenzado la difusión del concepto desarrollando programas piloto en la zona metropolitana de Monterrey y Guadalajara, empleando como puntos de venta las cadenas de supermercados y apoyando a las tiendas especializadas mediante publicidad en medios impresos. Sin embargo, esta estrategia, al incluir sólo productos certificados y supermercados como puntos de venta, aunado a la escasez presupuestal para su difusión, limita los alcances del término “orgánico” al

difundir entre los consumidores potenciales un concepto familiarizado exclusivamente a la certificación y los sobrepuestos predominantes en los puntos de venta convencionales, dejando de lado a los productos de certificación participativa cuyos precios al ser similares a los convencionales permitirían a un mayor sector poblacional adquirir estos productos.

La principal labor de promoción está encausada al fomento de las exportaciones de agroproductos mexicanos mediante la asistencia a exposiciones y ferias internacionales como la Biofach en Alemania –el foro más importante para productos orgánicos en el mundo- consolidando mesas de negocios y encuentros empresariales. En la última edición de Biofach participaron 20 empresas mexicanas, promocionando artículos derivados del agave y aloe vera, miel, chile, hortalizas, frutos tropicales, aguacate, entre otros.

#### d) Principales retos del movimiento orgánico y justo

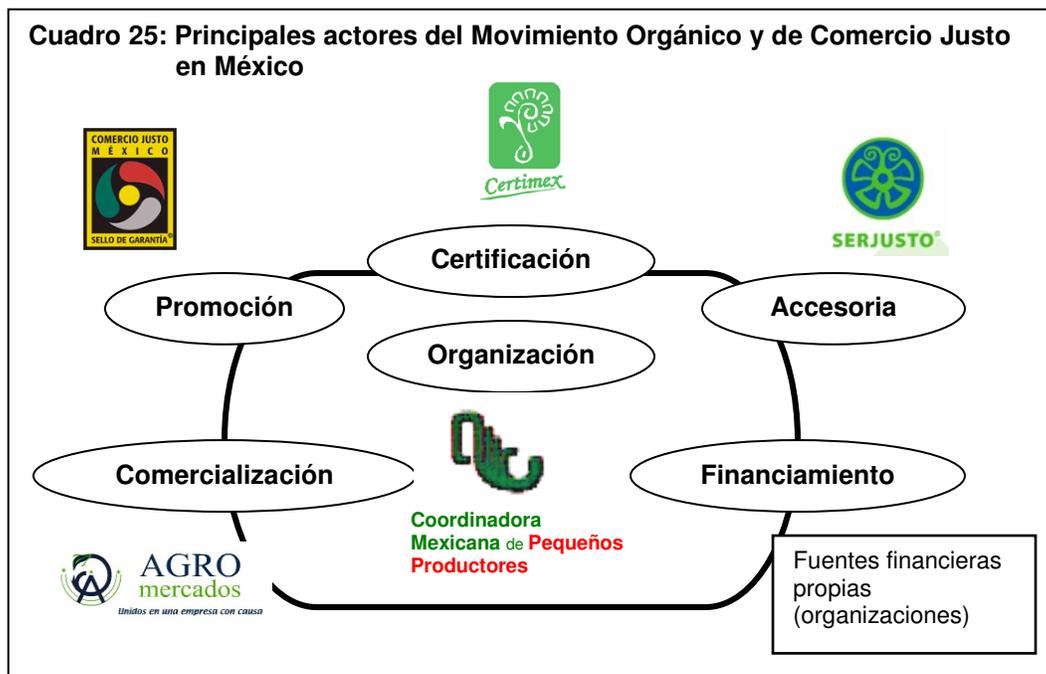
Las cuestiones hasta ahora establecidas dejan de manifiesto que, contrario a la dinámica natural de un sector cuya labor exportadora es generalmente resultado de su consolidación en el mercado local, los sectores orgánico y justo han trazado su desarrollo de forma inversa, por lo cual su estructura productiva responde a la demanda internacional en los principales mercados.

Conscientes de esta situación de dependencia, los pequeños productores buscan revertir esa condición siendo el principal obstáculo a vencer el desconocimiento que tiene la población de ambos términos (orgánico + justo) ya que dicha situación ha dificultado la consolidación de un consumo local y, también, ha redundado en trabas burocráticas ante dependencias gubernamentales, dificultando la obtención de licencias, registros, créditos, etc.<sup>281</sup>

---

<sup>281</sup> La falta de capacitación de los funcionarios públicos en oficinas de primer contacto o enlace ha sido el principal obstáculo para los productores orgánicos. Un caso recurrente es el que se enfrentan los productores de insumos orgánicos ante COFEPRIS y la obtención del registro sanitario. El mismo trámite entre un insumo químico con grados elevados de toxicidad vs. un insumo orgánico que no representa riesgo alguno para la salud supera para éste último hasta en

En México, los movimientos orgánico y de Comercio Justo actúan de forma conjunta, ya que es recurrente observar que las principales organizaciones promotoras de Comercio Justo promueven la producción sustentable dado que para los pequeños productores ambos conceptos son indisolubles. Los principales actores, como la Coordinadora Mexicana de Pequeños Productores de Comercio Justo y Comercio Justo México A.C. han comenzado una reestructura y replanteamiento de sus estrategias para que, mediante una mayor coordinación de los involucrados, se incrementen los resultados de las acciones emprendidas para el establecimiento de un consumo nacional aprovechando el inicio de la labor institucional respecto al ámbito orgánico.



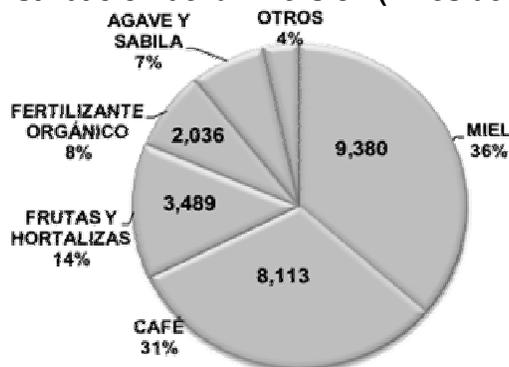
**Fuente:** *Lo mejor de México, Justo para ti. El Movimiento Orgánico y de Comercio Justo mexicano*, Folleto, Ser Justo S.C., México, 2009.

un 200 por ciento los costos de su gestión respecto al primero debido a la solicitud de mayor documentación y pruebas toxicológicas más rigurosas que las exigidas a insumos tóxicos, sólo por el desconocimiento y negligencia de los funcionarios. El debate y crítica estriban en que es imperante desarrollar una diferenciación en los requisitos y trámites para insumos convencionales y aquellos de origen orgánico. Guillermo Cadena Ávila, "Importancia y perspectiva de los insumos orgánicos en México", ponencia presentada por el Presidente de Asociación Mexicana de Productores, Formuladores y Distribuidores de Insumos Orgánicos, Biológicos y Ecológicos, A. C en el bloque: *Marco Regulatorio*, México, World Trade Center Ciudad de México, Salón Monte Albán, viernes 2° de septiembre, 2011.

Otro de los principales retos para los productores orgánicos radica en el acceso a fuentes de financiamiento. En los últimos años se han liberado partidas presupuestales para apoyo a proyectos con enfoque sustentable, siendo estos mecanismos mediante los cuales los productores orgánicos han podido solicitar apoyos.

Instituciones como el Fideicomiso de Riesgo Compartido<sup>282</sup> (FIRCO), a través de programas como el Proyecto de Apoyo al Valor Agregado de Agronegocios con esquemas de Riesgo Compartido (PROVAR), aportan créditos para cubrir los costos de la primera certificación hasta un 80 por ciento del costo, apoyo para la inspección hasta en tres ocasiones, apoyo para la realización de estudios específicos en una ocasión, diseño, actualización e implementación de sistemas de control interno (indispensables para poder obtener la certificación), infraestructura y equipamiento. De los financiamientos otorgados, la mayor derrama crediticia se ha destinado a productores de café y miel.

**Gráfica 44: Distribución de la inversión (miles de pesos)**



**Fuente:** FIRCO, Avance de Apoyos Financieros, presentado en la 5ª Reunión Ordinaria del CNPO, 2010, Disponible en: <http://www.cnpo.org.mx/sesiones.htm>

<sup>282</sup> En el periodo 2007-2011, FIRCO apoyó 392 proyectos, canalizando recursos federales por 150.2 millones de pesos para generar un total de inversiones por 500.6 millones de pesos. En 2011, se apoyaron 29 proyectos con un monto de recursos federales de 29.4 millones de pesos, y una inversión total de 81.7 millones de pesos, cuya diferencia fue aportada por los productores beneficiados. Los principales sistemas producto apoyados fueron las hortalizas, café, miel, entre otros; con 2,311 beneficiarios y la generación de 197 empleos permanentes y 296 empleos temporales. FIRCO, Avance de Apoyos Financieros, presentado en la 8ª Reunión Ordinaria del CNPO, Disponible en: <http://www.cnpo.org.mx/sesiones.htm>

A pesar de esta apertura, las opciones y la oferta disponible aún es reducida en comparación con la producción convencional, aunque esta condición no es atributo exclusivo para el sector orgánico, ya que es un síntoma que afecta de forma generalizada a las actividades primarias.

En el caso de productores afines al Comercio Justo, al ser cultivos con manejo orgánico, también pueden gestionar apoyos institucionales del programa PROVAR.

Sin embargo, el comercio justo contempla la falta de acceso al crédito como uno de los principales impedimentos que aquejan a los pequeños productores, motivo por el cuál se estableció el prepago como una especie de financiamiento que permita al pequeño agricultor sufragar los gastos iniciales de la producción.

De igual modo, existen instancias de financiamiento a proyectos sustentables creadas desde la perspectiva de fomento al desarrollo apegadas a las directrices del Comercio Justo, a las cuales pueden recurrir los productores.

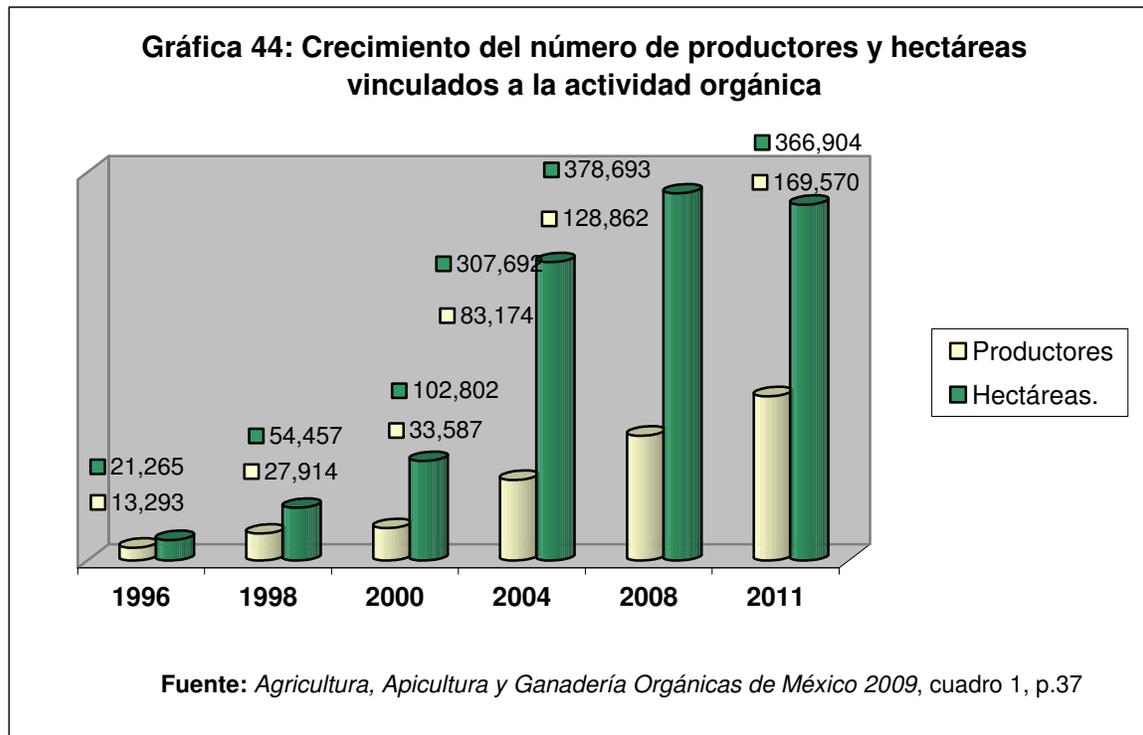
### 3.2.3 Exportaciones mexicanas de productos orgánicos y de comercio justo

#### a) Composición del sector orgánico y justo en México

En los últimos años, cada vez más productores han optado por la conversión de sus cultivos al manejo orgánico debido a las potencialidades del sector, motivación fundamentada principalmente por el sobreprecio que distingue a los agroproductos.

Según los últimos datos disponibles, el sector orgánico en México esta integrado por cerca de 169 570 productores y 366 904 hectáreas bajo este manejo empleadas en actividades agrícolas, ganaderas, avícolas u otros usos, situación que lo ubica en el tercer lugar de países con mayor número de productores

orgánicos, únicamente superado por India y Uganda en el ranking manejado por IFOAM.<sup>283</sup>

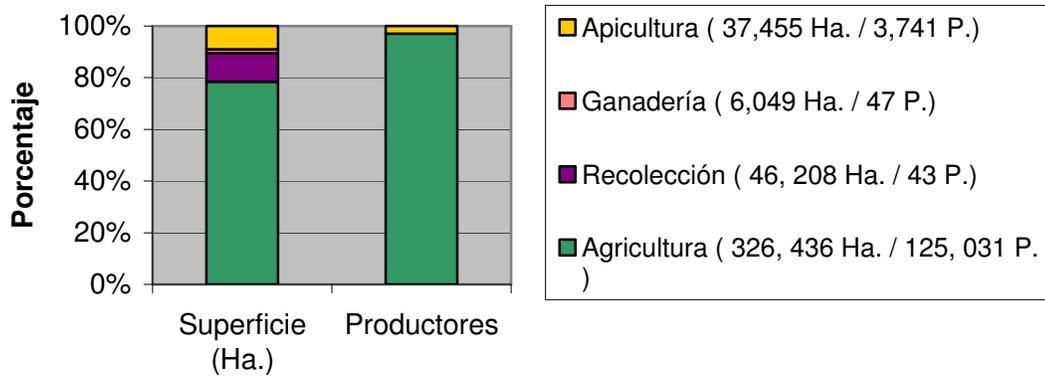


La principal actividad dentro del sector orgánico es la agricultura, concentrando el 91.6 por ciento de las unidades productivas totales y el 97 por ciento de los productores orgánicos en México. La ganadería se encuentra en etapa incipiente debido a las escasas opciones de exportación de cárnicos; la actividad apícola como subsector ganadero destaca por su alto nivel de desarrollo a raíz de su alta demanda al exterior.<sup>284</sup>

<sup>283</sup> Datos correspondientes al periodo 2007-2008 disponibles en Miguel Ángel Gómez, et. al.; *Agricultura, Apicultura y Ganadería Orgánicas de México 2009. Estado actual, Retos, Tendencias*, México, UACH- CONACYT, 2010, p. 40.

<sup>284</sup> Miguel Ángel Gómez, op. cit., p. 22-28.

**Gráfica 45: Producción orgánica de México por actividad 2007-2008**

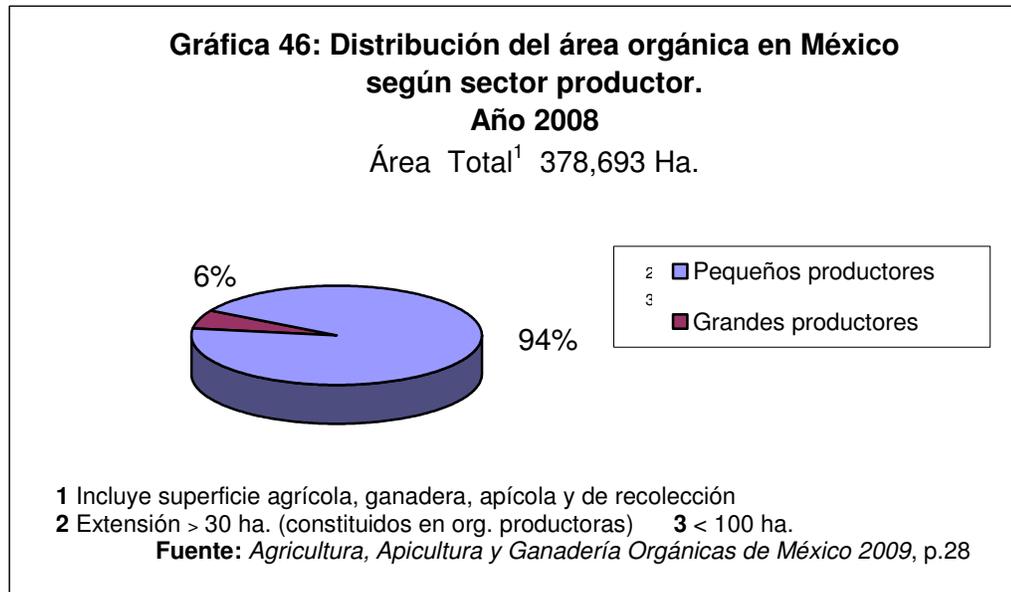


**Fuente:** Agricultura, Apicultura y Ganadería Orgánicas de México 2009, Cuadro 2, p.37

Siguiendo la línea de la composición social y estructural del sector orgánico mexicano, las prácticas tradicionales empleadas en las unidades de producción de los pequeños productores han sido la condición *sine qua non* de su vinculación a la actividad orgánica, conformando el 99.95 por ciento del total de productores orgánicos- en su mayoría pertenecientes a algún grupo indígena- y más del 90 por ciento de la superficie orgánica.<sup>285</sup>

Los productores del ámbito empresarial con unidades de producción superiores a 100 ha. representan menos del 1 por ciento del total, y responden a un proceso de conversión de la práctica agrícola intensiva a la orgánica como respuesta a la creciente demanda en el mercado internacional.

<sup>285</sup> Cerca de 106 560 productores, equivalentes al 82.77 por ciento del total de productores, pertenecen a algún grupo indígena. Miguel Ángel Gómez, op. cit., p. 15.

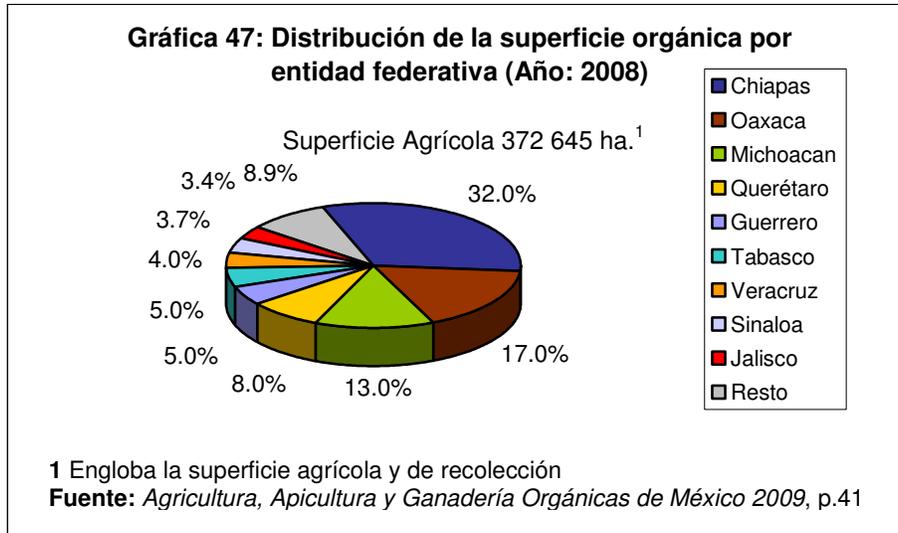


La superficie agrícola orgánica constaba de 326, 426 hectáreas en 2008, correspondiente al 1.5 por ciento de la superficie agrícola nacional constituida por 21.9 millones de hectáreas. Aunque es un porcentaje simbólico respecto al total, el crecimiento del área agrícola orgánica ha mostrado un importante dinamismo desde 1996, teniendo una tasa de crecimiento anual promedio del 32 por ciento, mientras que la extensión para el cultivo convencional ha decrecido 8 por ciento desde 1981.<sup>286</sup>

La producción agrícola orgánica se concentra en la zona sur de la República Mexicana, a lo largo de nueve entidades federativas, actividad en la que participan 125 mil productores. Chiapas y Oaxaca son los proveedores más importantes de alimentos orgánicos, con una concentración del 49.3 por ciento del volumen nacional generado, donde el cultivo predominante es el café.<sup>287</sup>

<sup>286</sup> El área agrícola cultivada en 1981 ascendía a 23.9 millones de hectáreas mientras que en 2011 la extensión cultivada fue de 22.1 millones de hectáreas. Fuente: Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP), SAGARPA, disponible en <http://www.siap.gob.mx>, [consulta:12 de abril de 2013].

<sup>287</sup> Miguel Ángel Gómez, op. cit., p. 15.



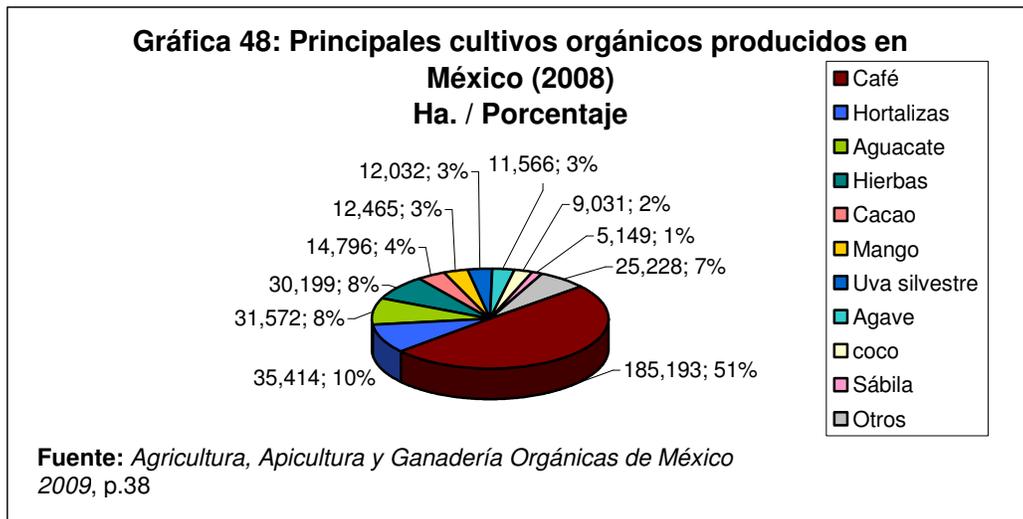
En términos generales, a pesar de la falta de incentivos y políticas públicas específicas para promover el sector orgánico, México ha logrado posicionarse entre los países líderes en la producción de café orgánico, con una cosecha anual de 30 millones de toneladas, siendo Chiapas el estado que aporta el 57 por ciento del volumen.<sup>288</sup>

Aunque la producción cafetalera es la de mayor pujanza, el sector agrícola se ha caracterizado por un proceso de diversificación debido a la demanda en los mercados extranjeros. En los últimos años la gama de productos orgánicos se ha enriquecido, ascendiendo a más de 60 tipos de cultivos entre granos, hortalizas, frutos tropicales, especias y productos no tradicionales.

La producción orgánica presenta dos fenómenos. El primero consiste en una tendencia de concentración de un determinado producto en una región particular como el café en la zona de Chiapas y Oaxaca; cacao en Tabasco o aguacate en Michoacán, lugares donde dichos agroproductos ocupan más del 80 por ciento de la extensión orgánica cultivada. A pesar de esta proliferación, la proporción

<sup>288</sup> Ángeles Mariscal, "El café orgánico de Chiapas crece a contracorriente y sin incentivos", CNN México, Sección Nacional, 25 de enero de 2011. Disponible en : <http://mexico.cnn.com/nacional/2011/01/25/el-cafe-organico-de-chiapas-crece-a-contracorriente-y-sin-incentivos>.

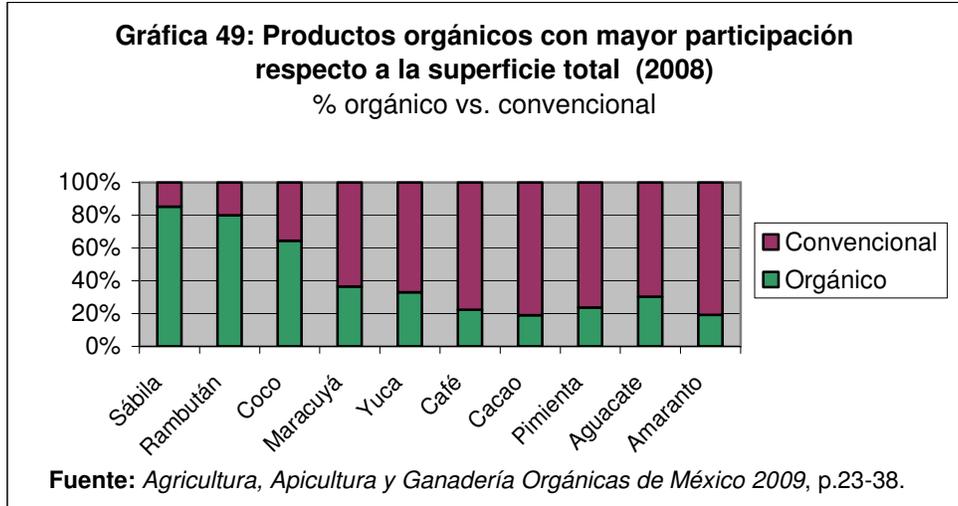
orgánica respecto a la producción nacional es cercana o menor a una tercera parte del total.



El segundo se registra en los productos no tradicionales, donde la demanda en el exterior en su variante orgánica ha sido el factor que detonó su siembra, motivo por el cuál su proporción orgánica es mayoritaria respecto a la producción nacional. Dentro de esta gama, los productos más representativos son la sábila, rambután, coco, hierbas aromáticas y el maracuyá.<sup>289</sup>

Respecto a la producción ligada al movimiento del comercio justo, existe un severo problema de disponibilidad de información. Las principales organizaciones que promueven el Comercio Justo en México no han logrado condensar una base estadística que permita consultar datos sobre la producción, puntos de destino, generación de divisas, entre otros.

<sup>289</sup> En estos casos es importante precisar que las hectáreas destinadas para estos cultivos es apenas significativa. Por ejemplo, la sábila es producida nacionalmente en un área de 6 mil hectáreas de las cuales el 84 por ciento corresponde a un manejo orgánico. Miguel Ángel Gómez, op. cit., p. 23-38.



Producto	Superficie total (Ha.)	Producto	Superficie total (Ha.)
Sábila	6,077.7	Café	785,273.5
Rambután	10	Cacao	14,795.7
Coco	14,000	Pimienta	3,779
Maracuyá	59	Aguacate	104,507.4
Yuca	1,513.2	Amaranto	2,138

La causa principal a la que refieren los principales representantes consiste en la proliferación de mecanismos de certificación de Comercio Justo empleados por los productores mexicanos para acceder a este sistema (FLO, CJM, Naturland + Fair, Símbolo de Pequeños Productores FUNDEPPO, etc.). Evidentemente, la información generada pertenece a la entidad certificadora o promotora –en su mayoría extranjeras-, quedando a su criterio la determinación de cómo publicar la información la cuál generalmente se efectúa mediante cifras globales sin precisar el país de origen de los productos.

Fairtrade Labelling Organisation ha sido la única entidad que ha proporcionado algunos datos específicos y recientes de México, motivo por el cuál se empleará como referencia. Empero, a raíz de la ruptura que se ha dado entre los productores mexicanos con este esquema, los datos no reflejarán plenamente la situación del Comercio Justo en México pero servirán para establecer un acercamiento al sector vinculado a la exportación, objeto de estudio de este trabajo.

Alrededor del 44 por ciento de la superficie orgánica en México está constituida por unidades productivas articuladas en organizaciones y uniones productoras<sup>290</sup>. Dado que el nivel de organización de los pequeños productores es una condición obligada y constantemente referenciada al Comercio Justo, esta proporción puede ser un indicativo cercano de la capacidad productiva del sector mexicano bajo este sistema alternativo.

Sin embargo, es imprescindible establecer dos matices para dicha inferencia. Algunas referencias establecen que las organizaciones productoras con manejo orgánico sólo destinan entre 20 y 40 por ciento de su producción vía Comercio Justo; otras arguyen que de lo comercializado por productores mexicanos vía FLO, sólo el 40 por ciento es orgánico<sup>291</sup>. Por lo anterior, partiendo de los datos de producción orgánica puede establecerse un potencial de superficie destinada a prácticas “justas” cercana a las 166, 625 hectáreas donde el cultivo principal es el café.

En 2011 según FLO, México ocupaba el 10° lugar en cuanto a mayor número de productores vinculados al Comercio Justo con un total de 29 600 productores. Respecto a número de organizaciones productoras, ocupa el 5° lugar con 52 organizaciones certificadas de las cuales 39 corresponden a organizaciones caficultoras<sup>292</sup>. La capacidad productiva de café certificado FLO es de 16 100 toneladas de las cuales 13 200 corresponden a cultivos orgánicos. Es importante recalcar que este parámetro deja fuera a todas las organizaciones que emplean otro canal o esquema de certificación de comercio alternativo.

---

<sup>290</sup> Miguel Ángel Gómez, op. cit. p. 28.

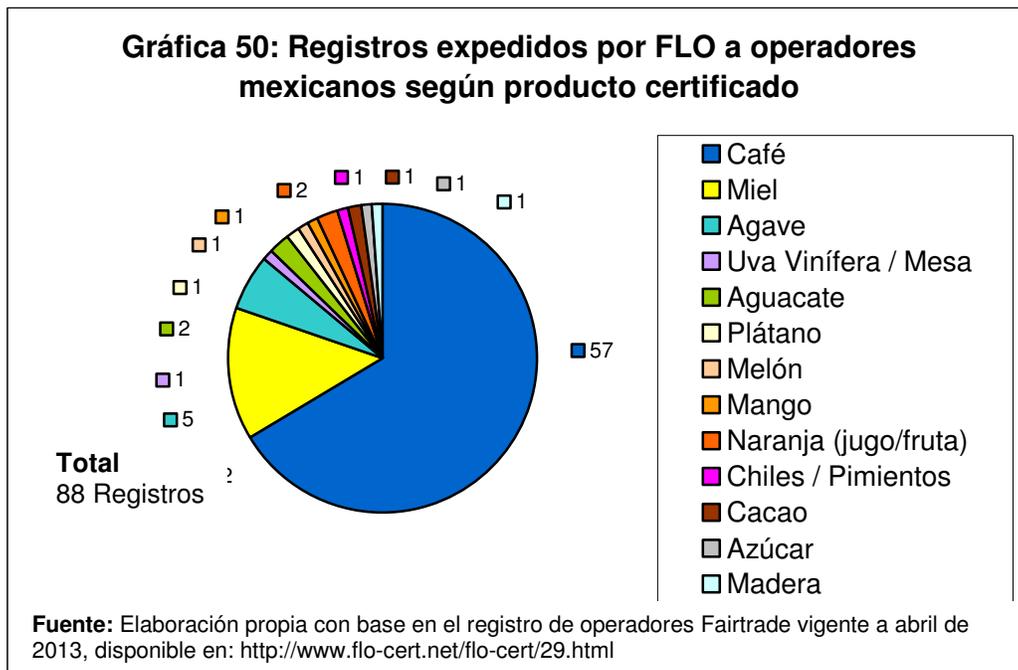
Entre los múltiples ejemplos de Organizaciones de Pequeños Productores en México y en el mundo existe una tendencia recurrente de producir concadenadamente de forma orgánica y bajo criterios de comercio justo al ser dos movimientos compatibles como ya se indicó anteriormente. FLO establece que el 65 por ciento de las organizaciones productoras certificadas también ostentan certificación orgánica.

<sup>291</sup> Pierre William Johnson, op. cit. p. 90

<sup>292</sup> s/a, Monitoring [...], op. cit., p. 19,65.

Por otro lado, cerca de 18 mil pequeños agricultores organizados en 19 grupos productores operan bajo el Símbolo de Pequeños Productores FUNDEPPO, aunque parte de estas organizaciones productoras ostentan también la certificación FLO.<sup>293</sup>

Además del café, los productos que destacan por su producción orgánica coincidentemente también destacan por su vinculación al Comercio Justo, siendo la miel otro de los agroalimentos emblemáticos debido a su gran demanda en el exterior. Otros productos que también cuentan con registro de certificación FLO son aguacate, melón, plátano, agave, uvas viníferas, chiles y pimientos.<sup>294</sup>



<sup>293</sup> Algunas de las organizaciones consideradas para el cálculo se encuentran en etapa de aprobación ante FUNDEPPO. El número de productores es un aproximado derivado de los datos contenidos en el directorio de productores orgánicos 2008 publicado por la Universidad Autónoma Chapingo.

<sup>294</sup> Listado de operadores certificados Fairtrade disponible en <http://www.flo-cert.net/flo-cert/29.html>, [consulta: 5 abril de 2013].

b) Exportaciones de agroproductos orgánicos y de comercio justo

Del total producido orgánicamente, el 85 por ciento es canalizado a la exportación, teniendo como principales destinos Estados Unidos, Alemania, Holanda, Japón, Inglaterra y Suiza. El resto se comercializa localmente como producto convencional.<sup>295</sup>

Las exportaciones mexicanas de productos agropecuarios orgánicos alcanzaron los 426 millones de dólares en 2008 -equivalente al 5.4 por ciento del total de divisas generadas en dicho periodo-, mostrando una tasa de crecimiento promedio del 27 por ciento en la última década.<sup>296</sup>

Los principales productos exportados por México se concentran en tres tipos: 1) tropicales no producibles en los países de alto consumo (café, cacao, mango, plátano, vainilla, coco, jamaica, etc.); 2) hortalizas no producibles durante el invierno en los países del norte o cuya producción es minoritaria a la demanda; y, por último, 3) productos caracterizados por requerir una alta concentración de mano de obra en su cosecha como el ajonjolí.<sup>297</sup>

El café, miel, aguacate, hortalizas, cacao, vainilla, jamaica y el ajonjolí son los productos orgánicos de mayor demanda. Recientemente y a raíz de encuentros de negocios en exposiciones y ferias, otros productos como el coco, aloe vera, amaranto, champiñón, chía y el mango en polvo han comenzado a generar interés entre los compradores extranjeros.<sup>298</sup>

Las hortalizas, el café y la miel, aún cuando son los productos más demandados, su proporción respecto a las exportaciones de sus pares convencionales aún es minoritaria. Por otro lado, hay ejemplos de productos orgánicos cuyas

---

<sup>295</sup> Manuel Ángel Gómez; et. al., *Agricultura Orgánica. Mercado Internacional y propuesta para su desarrollo en México*, México, UACH-CIESTAAM, 2002, p.38.

<sup>296</sup> Las exportaciones del sector agropecuario durante 2008 ascendieron a 7, 894 millones de dólares según datos publicados por INEGI. Manuel Ángel Gómez, op. cit. p. 83.

<sup>297</sup> *Ibíd.*, p. 41.

<sup>298</sup> Marlen Rubio D'Arce, Avance del Sistema de Promoción, material presentado en la 7° Reunión Ordinaria del Consejo Nacional de Producción Orgánica, México, SAGARPA, 29 de septiembre, 2011. Disponible en: <http://www.cnpo.org.mx/sesiones.htm>

exportaciones abarcan cifras importantes como la vainilla, cártamo, aloe vera e inclusive superan a su símil convencional como el jugo concentrado de naranja.

Según datos aportados por SAGARPA, del total de exportaciones agroalimentarias, el 10 por ciento de las divisas generadas corresponden al sector orgánico. De igual modo, posicionan a México como el principal proveedor de café orgánico en Alemania y Asia.<sup>299</sup>

**Cuadro 26: Destinos de exportación de los productos orgánicos mexicanos.**

DESTINO DE EXPORTACIÓN DE LOS PRODUCTOS ORGÁNICOS MEXICANOS <sup>9</sup>	
Producto	Destino de Exportación
café	Alemania, Holanda, Suiza, Inglaterra, USA, Suecia, Austria, Italia, Japón, Francia, Dinamarca, Noruega, Bélgica y Canadá
hortalizas	Alemania, Inglaterra, Italia, USA, Canadá y Japón
ajonjolí	Unión Europea y USA
banano	USA y Japón
jamaica	Alemania
vainilla	USA y Japón
mango	USA, Japón, Canadá, Inglaterra y Alemania
aguacate	Suiza, Inglaterra, Japón, Canadá y USA
litchie	USA
manzana	USA
piña	USA
cacao	Alemania y USA
maíz azul	USA
cardamomo	Alemania
miel de abeja	Alemania, USA, Inglaterra e Italia
miel de maguey	Alemania
dulces	Europa, Canadá y USA
albahaca	USA e Italia

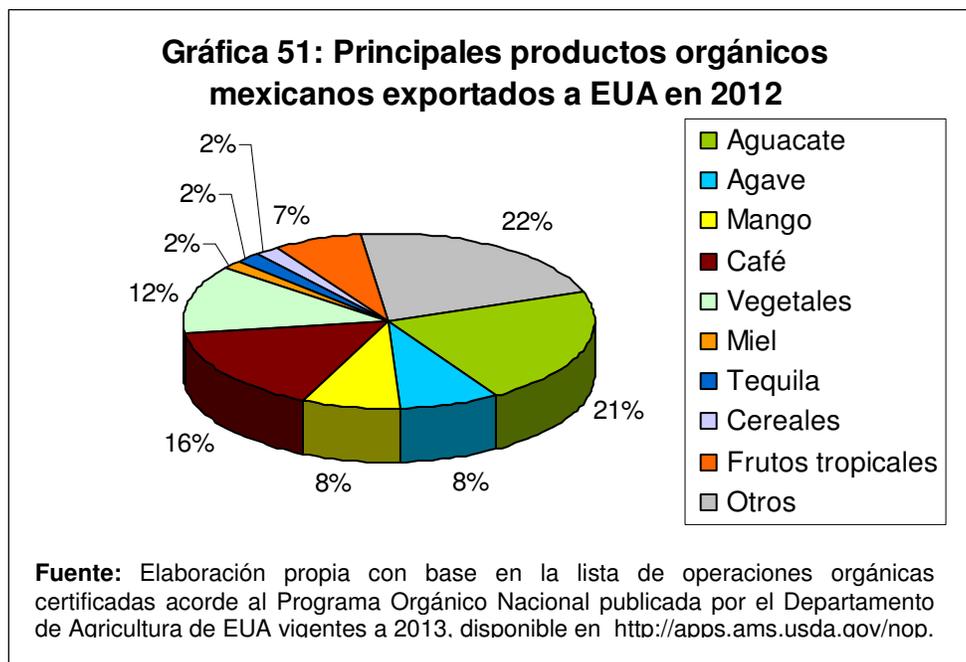
**Fuente:** Revista Claridades Agropecuarias, ASERCA, núm. 140, p.10.

El Directorio de Agro exportadores contiene a 65 empresas que efectúan operaciones de exportación de productos orgánicos, con una gama exportable de más de 25 agro alimentos destacando el café, miel, mango, agave y aloe

<sup>299</sup> Notimex, “México se consolida como exportador de alimentos orgánicos en Europa”, *Excelsior*, México, 18 de febrero, 2011.

vera y el aguacate. Otros productos no tradicionales como el xoconostle, chile habanero procesado y el coco, también han cobrado relevancia en los mercados extranjeros en los últimos años.<sup>300</sup>

El principal destino de las exportaciones de agroproductos mexicanos se encuentra en Estados Unidos, siendo el aguacate, café, mango y agave los productos de mayor consumo. Los frutos tropicales (cítricos y berries) y las hortalizas (pepino, jitomate, chile y cebolla) también ocupan un lugar importante aunque su producción aún es limitada.

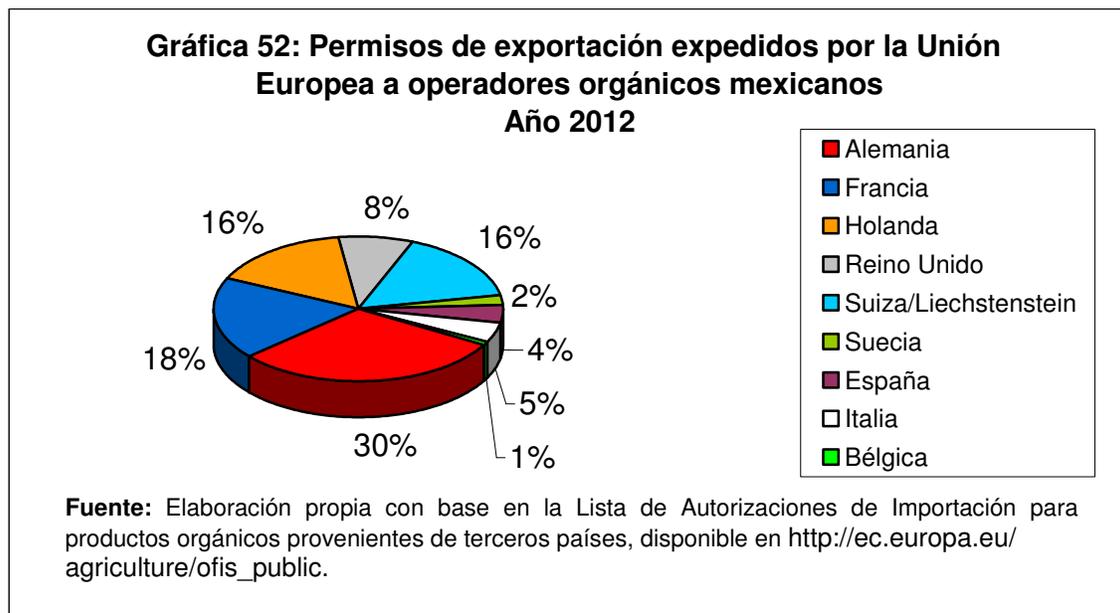


La actividad de exportación hacia la Unión Europea muestra un dinamismo creciente -aunque aún representa sólo una cuarta parte de las operaciones realizadas con Estados Unidos- al registrar cerca de 132 permisos de importación solicitados por empresas mexicanas, siendo Alemania, Francia, Holanda y Suiza (este último aunque no forma parte de la Unión Europea al

<sup>300</sup> Es importante resaltar que el directorio contiene omisiones de importantes organizaciones productoras con actividad exportadora. De igual modo, cataloga a otras tantas fuera del apartado especialmente destinado para estos productos aún cuando las organizaciones citadas ostentan la certificación orgánica. SAGARPA, Directorio de Agroexportadores Mexicanos, [PDF en línea], México, 7° Edición, Centro de Atención y Servicios MexBest, 2011, pp. 133, Dirección URL: <http://www.mexbest.com/en/directorio-de-oferta-exportable/>, [Consulta: 09 de septiembre de 2012].

contar con reconocimiento de equivalencia también está contemplado en este control) los países con mayor expedición de autorizaciones.<sup>301</sup>

Sin embargo, estas operaciones se concentran en productos como el café y miel aunque, también, existe una demanda más diversificada en mercados desarrollados como el alemán, en donde alimentos como la inulina de agave, chía, ajonjolí, aguacate, aloe vera y el concentrado de naranja han cobrado relevancia.



Países asiáticos, como Japón y Corea, han incrementado su consumo de alimentos orgánicos, sobretodo de aquellos productos procesados como el aguacate y el mango en su versión deshidratada o en polvo.

La producción orgánica susceptible de exportación también se distingue por una recurrencia de los productores por ostentar otro tipo de certificaciones. El sector empresarial emplea certificaciones apegadas a evaluación de calidad como

<sup>301</sup>Sistema de Información sobre Agricultura Orgánica, *Autorizaciones de Importación para productos provenientes de terceros países, acorde al Artículo 19 de la Regulación No. 1235/2008 que establece normas para la aplicación del Reglamento No. 834/2007*, [en línea], Unión Europea, actualizada al 12 de abril de 2013, disponible en: [http://ec.europa.eu/agriculture/ofis\\_public/r9/ctrl\\_r9.cfm?targetUrl=home](http://ec.europa.eu/agriculture/ofis_public/r9/ctrl_r9.cfm?targetUrl=home)

Global Gap o estándares éticos de ámbito ambiental que faciliten la expansión de sus operaciones comerciales internacionales.

Paralelamente a esta línea, el sector orgánico emprendido por los pequeños productores ha incursionado igualmente en esta dinámica, al apearse al Comercio Justo, aunque impulsados por motivaciones distintas al sector empresarial, obteniendo certificaciones de estándares como FLO, Naturland fair, CJM, Sello de pequeños productores, entre otras.<sup>302</sup>

Introduciéndonos a las exportaciones de productos de comercio justo, no hay información suficiente para establecer una estadística; empero, similar a la condición del sector orgánico, la falta de un mercado local para este tipo de productos obliga a los agricultores a destinar la mayor parte de su producción a la exportación.

En términos generales, se habla de la posición de México entre los principales proveedores de café y miel certificados por estándares de comercio justo, siendo Alemania, Holanda, Francia, Suiza, Inglaterra y Estados Unidos los principales países consumidores de estos productos.

Sólo para establecer alguna referencia sobre el volumen de café comercializado vía Comercio Justo, pueden citarse algunos ejemplos de las principales organizaciones productoras:

- Unión Majomut destina cerca del 60 por ciento de su producción anual al mercado de Comercio Justo, equivalente a 6,000 sacos de café de 69 kilogramos.<sup>303</sup>

---

<sup>302</sup> En el caso del movimiento de Comercio Justo Mexicano no existe una base estadística de volúmenes de producción, número de productores o cualquier otra referencia que acopie los datos para los diversos estándares. A la fecha, sólo el caso particular de la certificación de Fairtrade Labelling cuenta parcialmente con información disponible por lo cuál se empleará como principal referencia aunque los datos citados no pueden considerarse un reflejo fehacientemente del contexto nacional.

<sup>303</sup> s/a, *México Majomut*, [PDF en línea], Estados Unidos, Atlas Coffee Importers, 2 pp., Dirección URL: [www.atlascoffee.com/mtp/majomut\\_mtp.pdf](http://www.atlascoffee.com/mtp/majomut_mtp.pdf), [Consulta: 2 abril de 2012].

- UCIRI exporta cerca de 7,800 sacos de café a organizaciones de comercio alternativo localizadas en Italia, Alemania, Dinamarca, Austria y Estados Unidos.<sup>304</sup>
- Coordinadora Estatal de Productores de Café del Estado de Oaxaca A.C. (CEPCO) tiene el potencial de comercializar cerca de 10,000 sacos de café certificado FLO y bajo el Símbolo de Pequeños Productores, siendo los principales países de destino Alemania, Estados Unidos y Francia.<sup>305</sup>
- Campesinos Ecológicos de la Sierra Madre de Chiapas (CESMACH) destina anualmente alrededor de diez contenedores de café al mercado estadounidense - 60 por ciento de su producción- a través de la importadora Equal Exchange.<sup>306</sup>

Por otro lado, aunque la miel corresponde al sector ganadero, al ser un producto emblemático del comercio justo y altamente apreciado en su variedad orgánica, es fundamental destacar su participación en las exportaciones.

En México, la apicultura orgánica involucra a 1,850 productores y produce 1,326 toneladas, de las cuales el 60 por ciento son destinadas a la exportación ya sea convencionalmente o mediante comercio justo, generando una derrama en divisas de 3.5 millones de dólares. Si se acepta como supuesto la proporción del 40 por ciento de lo comercializado por FLO con atributo orgánico, puede establecerse una estimación de 1.4 millones de dólares y un volumen de 530 toneladas obtenidos por la venta de miel bajo reglas de comercio justo.<sup>307</sup>

Las empresas importadoras de Comercio Justo como CTM Altro Mercato (Italia), GEPA (Alemania), Equal Exchange (Estados Unidos) y Just Us (Canadá) por citar algunas, han sido el factor determinante para la penetración de los

---

<sup>304</sup> Ángel Sandoval García, *El café orgánico en la organización de producción UCIRI San Juan Mazatlán, Oaxaca, México*, Tesis de Maestría, México, Colegio de Postgraduados, Instituto de Enseñanza e Investigación en Ciencias Agrícolas, 2011, p.46.

<sup>305</sup> Información obtenida de la página de la Coordinadora Estatal de Pequeños Productores de café de Oaxaca, disponible en <http://www.cepco.com.mx>, [Consulta: 2 marzo de 2012].

<sup>306</sup> Información obtenida de la página oficial de la importadora Equal Exchange, disponible en: <http://www.equalexchange.coop/profile-of-cesmach-in-mexico>, [Consulta: 10 de abril de 2012].

<sup>307</sup> Miguel Ángel Gómez, op. cit., p.28.

productos orgánicos y de comercio justo mexicanos en los mercados extranjeros. Aún cuando las importadoras son aliados estratégicos, el objetivo y mayor reto para los grupos productores radica en lograr de manera independiente el posicionamiento de sus propias marcas en los anaqueles de dichos mercados.

La oferta de productos exportables vía comercio justo carece de diversificación ya que los pequeños productores mexicanos se han centrado en la producción de café y miel por su alta demanda. Ésta es una de las grandes críticas atribuibles al sector por lo cuál es fundamental aprovechar la tendencia a una mayor inclusión de nivel de procesamiento y variedad de productos que ha comenzado a impulsarse en el sector orgánico como en los casos del maracuyá y la elaboración de mermeladas, conservas y jugos o el ajonjolí y la producción de aceite, harinas y barras energéticas.

**Cuadro 27: Ejemplos de las principales importadoras de productos mexicanos orgánicos y de comercio justo.**

País	Importador	Organizaciones Productoras	Productos
Alemania	GEPA	13 organizaciones 8 café 3 miel 2 joyería/ artesanía	café orgánico, miel convencional y orgánica, joyería, artesanía
Austria	EZA Fairer Handel	19 organizaciones 4 miel 13 café 1 instrumentos 1 artesanías	café orgánico, miel convencional y orgánica, instrumentos musicales, artesanías.
Estados Unidos	Equal Exchange	3 organizaciones	café orgánico
Canadá	Just Us	2 organizaciones	café orgánico
Italia	CTM Altromercato	4 organizaciones 2 café 1 amaranto 1 artesanías	café orgánico, amaranto, artesanías
Francia	Malongo	1 organización	café orgánico

**Fuente:** Elaboración propia con base en información publicada por las importadoras citadas, disponible en: <http://www.gepa.de>; <http://www.eza.cc/>; [www.justuscoffee.com](http://www.justuscoffee.com); <http://www.equalexchange.coop>; [www.altromercato.it](http://www.altromercato.it); <http://www.malongo.com>

El comercio justo desarrollado en México se ha enfocado a productos alimenticios; empero, una reducida porción de artículos artesanales, instrumentos musicales, prendas de vestir entre otros también son sujetos de exportación, siendo Austria uno de los principales destinos a través de la importadora EZA Fairer Handel GmbH.<sup>308</sup>

A pesar de las problemáticas de desarrollo a las que se enfrenta el sector orgánico, México aún se ostenta entre los países productores más importantes a nivel mundial de café y miel orgánicos.

Sin embargo, así como se detalló en el sector agrícola general, esta condición ha comenzado a afectarse debido al crecimiento sectorial registrado durante los últimos años por Perú, Argentina, Brasil, India, Uganda y algunos países mediterráneos, quienes sí han apostado por la potencialidad de este sector, alcanzado un desarrollo que ha comenzado a reflejarse en los volúmenes de productos baluarte de las exportaciones mexicanas como el café, cítricos y la miel.

Si bien se habla de una posición competitiva de México en las exportaciones de orgánicos, éste es un ámbito conformado por una mínima proporción de productores y un sector nacional ínfimamente desarrollado.

Por ello, es importante explotar esta opción de exportación desde una perspectiva más profunda, de cara a su obvio potencial de generación de divisas y nicho de oportunidad, ya que representa la posibilidad de impulsar un sector exportador agrícola que parta del incremento de la competitividad del campo mexicano y que coadyuve a la reducción de la actual dependencia comercial con Estados Unidos mediante la diversificación comercial que ofrecen mercados como el europeo por su alta demanda de productos orgánicos.

---

<sup>308</sup> Información de los productores disponible en la página oficial de la importadora EZA Fairer Handel <http://www.eza.cc/start.asp?seite=1&b=1229&list=yes&ordnung=MEX> [Consulta: 10 de abril de 2012].

En este tenor, a continuación se explorará el potencial del mercado alemán para los productores que busquen introducirse en el ámbito de las exportaciones de agroproductos orgánicos, pugnando por la búsqueda de una mayor oferta de productos además del café y la miel que actualmente representan el mayor espectro del intercambio comercial establecido con dicho país.

### **3.3 Alemania como opción de exportación de agroproductos orgánicos mexicanos a través del Comercio Justo**

#### 3.3.1 El mercado alemán de productos orgánicos en Alemania

Alemania, con cerca de 81.8 millones de habitantes y un ingreso per cápita de 31,436 euros según el Fondo Monetario Internacional, es la cuarta economía con mayor pujanza a nivel mundial –sólo después de Estados Unidos, Japón y China- y conforma el principal mercado de alimentos y bebidas en Europa. El consumo de productos orgánicos no es la excepción ya que el mercado alemán para este sector es el segundo más desarrollado al haber sido de los países pioneros en este esquema de producción.<sup>309</sup>

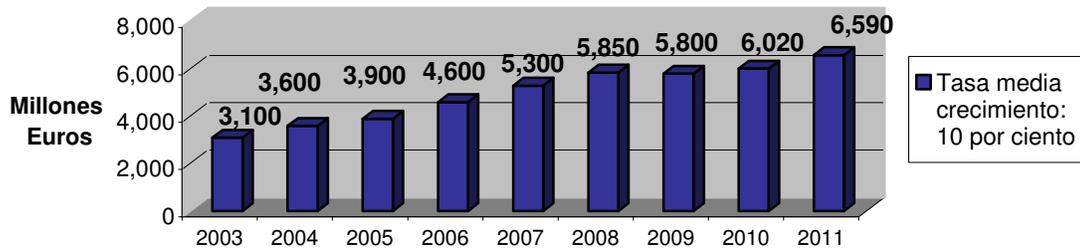
Los bienes orgánicos ocupan un área respecto al mercado total en Alemania cercana al 3.7 por ciento (proporción que varía según el tipo de producto), generando en 2011 ventas por 6,590 millones de euros (9,281 millones de dólares), correspondiente al 14.6 por ciento de la facturación mundial y una tercera parte del consumo europeo para este sector.<sup>310</sup>

---

<sup>309</sup> Estados Unidos es el principal mercado orgánico con una facturación de 29 mil millones de dólares en 2011, equivalente al 46 por ciento del consumo mundial. Toralf Richter; et. al., *The Organic Market in Germany. Overview and Information on Market Access*, [PDF en línea], Alemania, Ministerio Federal de Protección al Consumidor, Alimentación y Agricultura, 2005, p.2. Tipo de cambio promedio en 2011 equivalente a 0.71 € / dólar.

<sup>310</sup> FIBL, IFOAM, *The Ten Countries with the largest Organic Markets 2011* [Gráfica], disponible en <http://www.organic-world.net/yearbook-2012-graphs.html?&L=0>, [consulta: 16 de abril de 2013].

**Gráfica 53: Evolución del mercado de alimentos orgánicos: Alemania (2003-2011)**

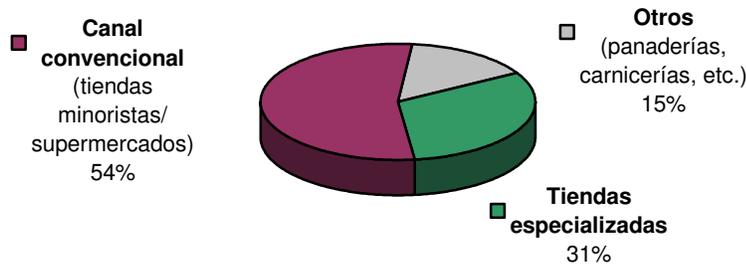


**Fuente:** Elaboración propia con base en *The World of Organic Agriculture - Statistics and Emerging Trends*, IFOAM, ediciones 2001-2012; datos publicados por la Asociación de la Industria de Alimentos Orgánicos en Alemania (BÖLW).

Durante los últimos años, el consumo de artículos ecológicos ha mostrado una tasa de crecimiento media del 10 por ciento anual, tendencia que se estima continuará consolidándose dado el interés de la población por la adquisición de productos inocuos, saludables, de calidad y elaborados bajo procesos vinculados a la sustentabilidad, aunado al factor de una mayor disponibilidad a raíz de su introducción a través de los diversos canales de distribución convencional -supermercados, tiendas minoristas y de descuento-, convirtiéndose éstos en las principales vías de comercialización.

**Gráfica 54: Facturación del mercado orgánico alemán, según punto de venta**

**Año 2011: 6.9 Miles de Millones €**



**Fuente:** Diana Schaack; et. al., *Zahlen, Daten, Fakten. Die Bio-Branche 2012*, [PDF en línea], Alemania, BÖWL, 2012, p.17.

Otros puntos de venta importantes son las tiendas especializadas<sup>311</sup> en productos orgánicos o *Bioladen*, tiendas locales –panaderías, carnicerías, recauderías-, tiendas de productos saludables conocidas como *Reformhaus*; puestos ambulantes al margen de las carreteras rurales; venta directa en la misma granja donde los alimentos son producidos; reparto a domicilio, o puntos de acopio a partir de pedidos efectuados vía Internet; así como restaurantes y cafeterías con menú elaborado a partir de productos orgánicos.

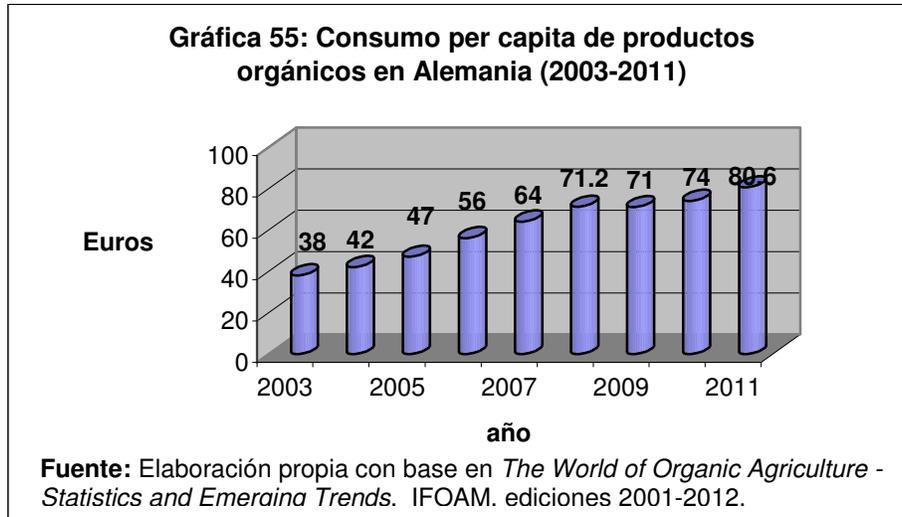
Sectores específicos como el hospitalario, hotelero y de transportación aérea han comenzado a incluir productos orgánicos en su esquema de proveeduría de alimentos, situación que también ha sido replicada a través de políticas de compras públicas impulsadas por los gobiernos locales y estatales en Alemania.

Encuestas indican que cerca del 85 por ciento de la población alemana está interesada por el consumo de alimentos saludables, siendo Bavaria y Baden-Württemberg -estados al Sur de Alemania- y Berlín las regiones que presentan mayores tasas de consumo. El grupo de consumo está conformado por amas de casa, estudiantes universitarios, jóvenes con actividad laboral y personas de la tercera edad -con rangos de edad que oscilan entre 25 a 40 y mayores de 55 años- estableciendo durante 2011 un consumo per cápita estimado de 80.6 euros.<sup>312</sup>

---

<sup>311</sup> En Alemania, la oferta de productos orgánicos recae en cerca de 2,350 puntos de venta especializados en productos orgánicos. Diana Schaack; et. al., *Zahlen, Daten, Fakten. Die Bio-Branche 2011*, [PDF en línea], Alemania, Asociación de la Industria de Alimentos Orgánicos (BÖWL), 2011, p.23.

<sup>312</sup> Estimación obtenida con base en la población total (81.8 millones de habitantes) y el valor de mercado (6,590 millones de euros), registrados en 2011. Diana Schaack; et. al., *Zahlen, Daten, Fakten. Die Bio-Branche 2012*, [PDF en línea], Alemania, Asociación de la Industria de Alimentos Orgánicos (BÖWL), 2012, p.11.

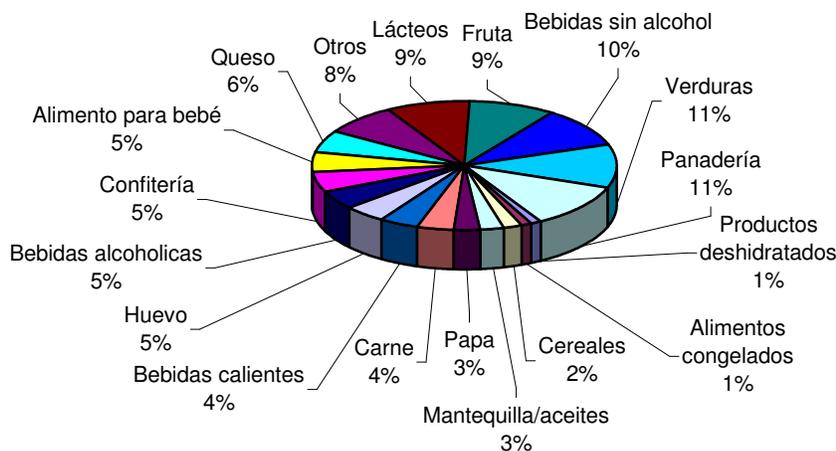


Según datos de 2011, las frutas y verduras (26.7 %), los cereales (14.5 %), la leche (18.5 %) y el huevo (8.9%) constituyen en conjunto el 87.8 por ciento de facturación total del sector orgánico alimenticio.

Los productos que mostraron mayor crecimiento en sus tasas de consumo fueron los productos de origen animal como la carne (40 por ciento), el huevo (32 por ciento) y los lácteos (10 por ciento). Por otro lado, las frutas y verduras, a pesar de mostrar tasas de crecimiento menores al 5 por ciento, ostentan la mayor participación del mercado ecológico siendo productos como la papa, manzana, cebolla y zanahoria los más demandados.

El abasto de productos orgánicos es cubierto en gran medida por la producción local. Además de su importancia como consumidor, Alemania ostenta un importante rol como productor al ubicarse en el tercer lugar en la región europea con mayor superficie destinada a este tipo de agricultura la cual asciende a 1,015, 626 hectáreas.

**Gráfica 56: Distribución del mercado orgánico por productos de mayor consumo: Alemania**



**Fuente:** Elaboración propia con base en Diana Schaack; op. cit., p.17.

Este desarrollo ha sido posible gracias a un nivel organizacional del sector orgánico al articularse una importante red de instancias federales y asociaciones<sup>313</sup> que coordinan a productores, procesadores, distribuidores y agencias de certificación así como a apoyos y subsidios federales disponibles para la conversión de cultivos, lográndose así una cobertura que abarca desde los ramos alimenticio y de materias primas hasta industrias de gran desarrollo como la textil o la cosmética.

Sin embargo, a pesar de contar con un sólido sector productivo, la oferta disponible de productos ecológicos aún es superada por la demanda, siendo necesario recurrir a las importaciones para la cobertura del déficit y, también, para ampliar la gama de artículos.

En Alemania, del total de productos orgánicos comercializados, cerca del 38 por ciento son importados, proporción que varía entre el 2 al 95 por ciento según el

<sup>313</sup> Algunos ejemplos de estas organizaciones alemanas son: Asociación Nacional de la Industria de Alimentos Orgánicos, la asociación más importante del sector, (BÖLW); Asociación Nacional de Distribuidores Minoristas de Productos Orgánicos y Naturales (BNN Einzelhandel); Demeter Bund en capacitación y asesoría para la producción; Naturland para la certificación; Federación de Agricultores Orgánicos (BVÖL), entre otros.

producto. Alimentos como las semillas oleaginosas, frutos tropicales como el plátano o las leguminosas ostentan los mayores volúmenes de importación, con porcentajes de 76, 100 y 27 por ciento respectivamente.<sup>314</sup>

**Cuadro 28: Principales productos orgánicos con mayor porcentaje de importación**

Producto	Volumen importado (toneladas)	Porcentaje respecto al volumen total	Países de origen
Arroz	3,500	100	Italia, India, Pakistán
Soya	19,000	93	Italia, Rumania, Kazajstán, India, Argentina, Brasil
Semilla de girasol	11,000	81	Rumania, Brasil, Argentina, China
Tomate	18,000	82	España, Holanda, Italia, Israel
Zanahorias	47,000	48	Holanda, Israel, Italia
Pepino	4,600	51	España, Holanda, Bulgaria
Plátano	72,000	100	Colombia, Ecuador, Rep. Dominicana
Manzana	30,000	50	Italia, Austria, Argentina, Nueva Zelanda

**Fuente:** Diana Schaack; et. al., *Zahlen, Daten, Fakten. Die Bio-Branche 2012*, [PDF en línea], Alemania, BÖWL, 2012, p.19.

Es importante resaltar que el mayor flujo de importaciones de productos ecológicos es resultado de un intercambio intra-regional, situación que únicamente emula el comportamiento general de la actividad comercial de Alemania. Sin embargo, países latinoamericanos como Argentina, Brasil, Chile y República Dominicana tienen presencia en rubros donde México también puede tener participación, fomentando el cultivo de semillas oleaginosas, manzana y frutos tropicales como el plátano cuya producción orgánica actualmente es reducida.

Estos elementos son factores fundamentales para determinar cuáles son las perspectivas de exportación de productores mexicanos hacia este mercado, aprovechando la gama de aquellos agroproductos sujetos a producción

<sup>314</sup> Diana Schaack, op. cit., p.17.

estacional, alimentos tropicales o exóticos no cultivables en Alemania y de aquellos de alto consumo que, a pesar de su producción local, presentan un déficit importante y en los cuales se pueda competir con los cultivados en la región europea.<sup>315</sup>

La mejor alternativa para penetrar un mercado alimenticio exigente como el alemán es a través de un socio comercial, ya sea un importador o broker. En Alemania existen cerca de 54 empresas especializadas en el sector orgánico que abarcan desde materias primas hasta productos procesados. (Ver Anexo 4)

Si bien el trato comercial bajo este modelo puede entenderse como una reducción de las ganancias netas del exportador entre el 10 y 30 por ciento, es la mejor alternativa para un proveedor extranjero ya que se delegan cuestiones como la distribución y comercialización que puede resultar más costosa al enfrentarse a problemáticas por desconocimiento de la legislación local, idioma, hábitos de compra y características particulares en el empaquetado; situaciones que pueden traducirse en cuantiosas pérdidas, ser sujeto de multas o una errónea estrategia de comercialización.<sup>316</sup>

---

<sup>315</sup> En el último apartado del presente capítulo se planteará el caso del coco orgánico como una opción exportable a Alemania a través del canal alternativo.

<sup>316</sup> Por ejemplo, la presentación de un determinado tipo de alimentos responde a cuestiones de “costumbre” dadas por factores como los espacios en los estantes, por lo cual cuestiones como el tamaño y presentación del empaque puede variar considerablemente entre el país de origen y el país de destino, dificultando su distribución comercial. Información obtenida mediante experiencias compartidas por representantes de la comercializadora de productos orgánicos, Aires del Campo, y la empresa mexiquense de productos de amaranto orgánico, Amarantla, respecto a la pregunta ¿En su experiencia, cuál ha sido el principal problema al que se han enfrentado en su búsqueda por ingresar en el mercado alemán?, realizada en el marco de la 10° Expo Orgánicos, World Trade Center, Ciudad de México, 2 de septiembre, 2011.

#### Anexo 4: Lista de empresas importadoras de productos orgánicos en Alemania

- |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Brauns Apfel Produkte GmbH</li> <li>➤ COSMOVEDA</li> <li>➤ Agasaat GmbH</li> <li>➤ Allos Walter Lang Imkerhof GMBH</li> <li>➤ Alnatura Produktions Und Handels GMBH</li> <li>➤ ANDREAS KUPFER &amp; SOHN GMBH</li> <li>➤ Auris Naturkost Vertriebs GmbH</li> <li>➤ BB BRANDENBURGER OBST GMBH</li> <li>➤ Biotropic</li> <li>➤ Byodo Naturkost GmbH</li> <li>➤ CARE Naturkost GmbH</li> <li>➤ Certification Services International CSI GmbH</li> <li>➤ Davert Mühle</li> <li>➤ Delphi Organic</li> <li>➤ Delvena Lebensmittelkontor GmbH</li> <li>➤ Denree Versorgungs GmbH</li> <li>➤ De-Vau-Ge Gesundkostwerk</li> <li>➤ Dr. Simón Barahona -Consulting</li> <li>➤ Edwin Lorenz Internationale Agentur</li> <li>➤ El-Puente GmbH</li> <li>➤ Ernst Rickertsen Trockenfrucht Import Handelsgesellschaft mbH</li> <li>➤ Ernst Weber Naturkost</li> <li>➤ FRUCHTHOF MEIßEN GMBH &amp; CO. KG</li> <li>➤ FRUCHTHOF NORTHEIM GMBH</li> <li>➤ FRUCHTIMPORT VAN WYLUCK GMBH</li> <li>➤ GARTENBAUGENOSSENSCHAFT ELBAUE GEMUESE EG</li> <li>➤ GARTENFRISCH JUNG GMBH</li> <li>➤ Georg Roesner Vertriebs GmbH</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt, (Gepa)</li> <li>➤ Golden Temple</li> <li>➤ Grell Naturkost</li> <li>➤ Hamburg Pacific Coffee Trade (HPT)</li> <li>➤ HEINRICH REBHORN FRUCHTIMPORT GMBH</li> <li>➤ HELIOS AGRARPRODUKTE GMBH</li> <li>➤ Heuschrecke Naturkost GmbH</li> <li>➤ Horst Bode Import-Export GmbH</li> <li>➤ Inter-Naturales Handelsagentur Gerald Edler e.K.</li> <li>➤ JOSEF JENNIGES GMBH &amp; CO. KG</li> <li>➤ Kanne Brottrunk GmbH &amp; Co. Betriebsgesellschaft KG</li> <li>➤ KÄRCHER GMBH &amp; CO KG FRUCHT - IMPORT GROSSHANDEL</li> <li>➤ Klaus Boecker GmbH</li> <li>➤ KLOSTERGUT MOSTOBST GMBH</li> <li>➤ Landlinie Lebensmittel vertrieb GmbH &amp; CO Kg</li> <li>➤ Lehman Natur GmbH</li> <li>➤ Naturkost Schramm</li> <li>➤ Naturkost Uebelhoer KG</li> <li>➤ Port International GmbH</li> <li>➤ Pripa Exotic Fruchtimport</li> <li>➤ Rapunzel Naturkost AG</li> <li>➤ Rila Feinkost-importe GmbH &amp; CO KG</li> <li>➤ Ulrich Walter GmbH Lebensbaum</li> <li>➤ Voelkel GmbH</li> <li>➤ Walter Lang Honigimport GmbH</li> <li>➤ Worleé NaturProdukte GmbH</li> </ul> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Fuente:** International Trade Centre, Dirección URL:  
<http://legacy.intracen.org/dbms/organics/>

### 3.3.2 Regulaciones existentes para la introducción de productos orgánicos y de Comercio Justo al mercado germano.

#### a) Producción Orgánica

Cualquier producto orgánico que tenga por destino el mercado europeo debe cumplir con la Regulación para la Producción Ecológica vigente. En ella se estipulan las condiciones a cumplir siendo la más importante la obligatoriedad para los operadores orgánicos de someterse a un proceso de evaluación realizado por una agencia de certificación que de fe del pleno cumplimiento de la norma europea o de un estándar equivalente en la producción, manejo y procesamiento de productos ecológicos.

<b>Cuadro 29: Reglamentos relacionados a la Producción Orgánica en la UE</b>	
<b>(CE) N° 834/2007</b>	Sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos y por el que se deroga el Reglamento (CEE) no 2092/91
<b>(CE) N° 889/2008</b>	Por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) n o 834/2007 del Consejo sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, con respecto a la producción ecológica, su etiquetado y su control
<b>(CE) No 1235/2008</b>	Por el que se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) n o 834/2007 del Consejo en lo que se refiere a las importaciones de productos ecológicos procedentes de terceros países

El operador con intenciones de exportación a Alemania deberá cotejar que la agencia elegida para gestionar su certificación cuente con una acreditación vigente ante el DAKKS –organismo de acreditación alemán- o que forme parte de la lista de terceros acreditados a nivel Unión Europea.<sup>317</sup>

<sup>317</sup> La consulta está disponible en los siguientes sitios: <http://www.dakks.de/en/node/1155> en Alemania; para el caso de la Unión Europea, consúltese el Anexo IV del Reglamento (CE) no 1235/2008 o el siguiente vínculo [http://ec.europa.eu/agriculture/ofis\\_public/r8/ctrl\\_r8.cfm?targetUrl=home&lang=en](http://ec.europa.eu/agriculture/ofis_public/r8/ctrl_r8.cfm?targetUrl=home&lang=en).

Además, deberá tramitarse *un permiso de importación para productos ecológicos* ante la autoridad europea correspondiente - Oficina Federal para la Agricultura y la Alimentación (BLE) para el caso de Alemania-, situación que aplica para cada uno de los países de la Unión Europea a los cuales se desee ingresar. Este trámite, que genera costos adicionales y retrasos logísticos para el exportador, puede ser eliminado si el organismo de certificación está incluido en el Anexo IV del Reglamento (CE) no 1235/2008, por lo cuál es recomendable que el operador / exportador que tenga un horizonte comercial diversificado con más de un miembro de la Unión considere este factor.

La norma europea establece el uso del símbolo europeo para productos orgánicos el cuál es de carácter obligatorio sólo para los estados miembro aunque puede ser empleado voluntariamente en productos provenientes de terceros países.

El logotipo deberá ir acompañado de un código alfanumérico, el cuál es designado por la Comunidad Europea, que identifique información del país de origen del organismo que haya realizado la certificación, abreviatura del término *orgánico* y un número de identificación que avale la acreditación de la empresa certificadora ante alguna entidad europea correspondiente. Su empleo no genera costos pero debe gestionarse el aviso correspondiente para la aprobación previa a su uso.

**Ejemplo: Utilización del logotipo europeo en el etiquetado de un producto certificado por CERTIMEX con insumos mexicanos en el mercado alemán.**

Caso 1: Insumos de UE y México



MX-BIO-104<sup>318</sup>  
EU/ Nicht- EU - Landwirtschaft

Caso 2: 98 % de insumos originarios de 3° países, incluido México



MX-BIO-104  
Nicht- EU -Landwirtschaft

Caso 3: 98 % de insumos mexicanos



MX-BIO-104  
Mexiko-Landwirtschaft

<sup>318</sup> La nomenclatura MX corresponde al país de procedencia de Certimex; BIO responde al término empleado en el idioma español para la producción orgánica y el número 104 fue asignado por la Comisión Europea a CERTIMEX dada su inclusión en 2011 a la Lista de organismos y autoridades de control del Anexo IV del Reglamento (CE) no 1235/2008.

Alemania se caracteriza por poseer una de las reglamentaciones alimentarias más completas y rigurosas en el mundo aunque ello no debe ser considerado como un argumento que desaliente las exportaciones mexicanas hacia este mercado ya que el cumplimiento de altos estándares es capitalizable como un referente de calidad para penetración de otros mercados.

La internación de mercancías a Alemania sigue en gran parte el marco legal comunitario. Empero, existen ciertos lineamientos o procedimientos exclusivos de Alemania como en el etiquetado, excepciones en la clasificación comunitaria de frutas y verduras frescas para su comercialización, entre otros.<sup>319</sup>

Dependiendo del tipo de producto, aplica una serie de normas respectivas a trazabilidad, condiciones de empaquetado, análisis de residuos en productos alimenticios y calidad. Para el caso de frutas y verduras frescas una gama de diez productos cuentan con normas de comercialización específicas que deben considerarse como en los caso de los siguientes productos: manzana, pera, fresa, pimiento, kiwi, duraznos y nectarinas, lechuga, uvas de mesa, jitomate y cítricos.<sup>320</sup>

Dentro de este último rubro, para aquellos productos alimenticios para consumo humano las propiedades de inocuidad, manejo y etiquetado son fundamentales por lo cuál el exportador mexicano o el socio alemán deberán revisar la norma vigente y anexar los certificados fitosanitarios o zoosanitarios que avalen su cumplimiento. Para el ámbito nacional estos trámites son realizables ante dependencias mexicanas como SENASICA o la Comisión Federal para la

---

<sup>319</sup> Para consultar sobre la normativa vigente, requisitos, tratamientos arancelarios, etc., puede consultarse el sitio de la Unión Europea de orientación a la actividad exportadora disponible en : [exporthelp.europa.eu/thdapp/index\\_es.html](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index_es.html)

<sup>320</sup> s/a, *Guía del marco operativo de control para Frutas y verduras*, [PDF en alemán], Alemania, Oficina Federal para la Agricultura y la Alimentación, (BLE), 2011, p.2, disponible en [http://www.ble.de/DE/02\\_Kontrolle/01\\_Qualitaetskontrolle/01\\_EinUndAusfuhrkontrolle/ObstUndGemueseFrisch.html?nn=2306120](http://www.ble.de/DE/02_Kontrolle/01_Qualitaetskontrolle/01_EinUndAusfuhrkontrolle/ObstUndGemueseFrisch.html?nn=2306120), [Consulta: 24 de abril de 2012].

Protección contra Riesgos Sanitarios, COFEPRIS, entidades encargadas de expedir los documentos que permitan la exportación.<sup>321</sup>

Además del cumplimiento de la normativa orgánica, como cualquier producto alimenticio, se debe cumplir con los requisitos aplicables a sus símiles convencionales presentados en el despacho en aduana durante una operación de importación tales como:<sup>322</sup>

- factura comercial
- lista de embarque
- documento de transporte
- certificado de origen para apelar a los tratamientos arancelarios preferenciales<sup>323</sup>
- pedimento de exportación
- documentos que validen el cumplimiento de regulaciones no arancelarias tanto en México como en el mercado de destino

Sumado a los documentos anteriores, los productos orgánicos además del *permiso de importación* es obligatoria la presentación del *certificado de control* emitido por la agencia de certificación que avale que el lote o contenedor del producto está amparado dentro del volumen previamente inspeccionado. Estos documentos son obligatorios por lo que su omisión imposibilita la internación de los productos con la denominación orgánica, siendo obligada la eliminación en el etiquetado, publicidad o demás documentación que acompañe al producto con

---

<sup>321</sup> Por ejemplo, trámites SENASICA 02-002 para el Certificado Fitosanitario Internacional para la exportación de vegetales, sus productos y subproductos; 01-012 para Certificado zoosanitario para la exportación. Comisión Federal de Medidas Regulatorias, COFEMER, Dirección URL <http://www.cofemer.gob.mx/contenido.aspx?contenido=106>, [consulta: 25 de abril de 2012]

<sup>322</sup> Sistema Nacional de Orientación al Exportador, *Guía práctica para exportar*, México, SE, 2010, p.18.

<sup>323</sup> El certificado de origen debe ser tramitado ante la Secretaría de Economía el cuál es sólo necesario cuando el valor de la mercancía supera los 6 mil euros. Para su trámite, deberá solicitar su registro como exportador autorizado hacia la Unión Europea a fin de obtener un número de exportador que permitirá agilizar la expedición futura de certificados. Este número es incluido en la factura comercial. Información obtenida en el Curso de Comercio Exterior México-Unión Europea, México, Sala Fernando Benítez, UNAM-FCPYS, 16 de marzo 2011.

cualquier referencia de manejo orgánico y, por ende, su comercialización sólo podrá efectuarse como producto convencional.<sup>324</sup>

De carácter opcional, pero ampliamente sugerido para facilitar la penetración en el mercado y su familiarización con el consumidor final, es el uso del distintivo alemán, *Bio-Siegel*, implementado por el gobierno a fin de facilitar al consumidor la identificación de esta gama de bienes ecológicos. Esta iniciativa surge como respuesta a la proliferación de logotipos y sellos de los múltiples organismos de certificación que operan a nivel mundial situación que creaba confusión en el consumidor.

Actualmente el Bio-Siegel es empleado en 64 545 productos y, al igual que el logotipo europeo, su reproducción es gratuita previo registro y autorización ante el Centro de Información del Bio-Siegel, oficina que depende de la Oficina Federal de Agricultura y Alimentación (BLE por sus siglas en alemán).<sup>325</sup>

**Cuadro 30: Procedimiento de registro ante el Centro de Información para la autorización de uso del *Bio-Siegel***

- El uso del Bio-Siegel es gratuito y sólo podrá ser empleado por productos con un contenido mínimo del 95 % de insumos orgánicos.
- Los productos susceptibles de portar la marca Bio- Siegel son exclusivamente aquellos regulados por la Normatividad Europea para la Producción Orgánica vigente.

Opción 1

Envío por correo postal, fax o correo electrónico del Formato de notificación y Prototipo de etiqueta que empleará el producto con el logotipo Bio-Siegel.

Opción 2

Registro en línea en el portal, anexando muestra de la etiqueta en archivo PDF.



**Fuente:** Página Oficial de Bio- Siegel, <http://www.bio-siegel.de>

<sup>324</sup> Comisión Europea, Reglamento (CE) No 1235/2008 De la Comisión 2008 por el que se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) no 834/2007 del Consejo en lo que se refiere a las importaciones de productos ecológicos procedentes de terceros países, de 8 de diciembre de 2008.

<sup>325</sup> Información obtenida del sitio oficial destinado a la difusión del logotipo Bio-Siegel, Dirección URL: <http://www.bio-siegel.de/index.php>, [consulta: 21 de mayo de 2012].

## b) Comercio Justo

A diferencia del sector orgánico, en dónde se han establecido normativas y procedimientos de ordenanza pública con carácter obligatorio para los operadores orgánicos que deseen comercializar sus productos en la Unión Europea bajo esta denominación, la certificación de Comercio Justo sólo corresponde a normas de carácter privado de orden voluntario destinadas a un “sector específico de consumidores” según posturas emitidas por la Organización Mundial de Comercio.

Por lo anterior, no existe mayor impedimento para la importación al mercado europeo de los productos de Comercio Justo que las regulaciones aplicables para sus símiles convencionales.

La exigencia de un estándar o norma de Comercio Justo determinada dependerá directamente de las necesidades del comprador europeo y los acuerdos establecidos con el productor. En Alemania existen tres mecanismos de acceso para los productos de Comercio Justo:

- 1) Mediante la certificación FLO
- 2) Bajo el aval de certificadoras reconocidas en Alemania como es el caso de Naturland y sus estándares de Comercio Justo.
- 3) A través de empresas importadoras reconocida por su compromiso con el movimiento alternativo, las cuales evalúan que en el proceso de elaboración del producto se haya cumplido con los principios del comercio justo; la valoración se efectúa mediante una inspección directa a la unidad productiva o a través de un cotejo entre la certificación de Comercio Justo que ostente el productor -en caso de tenerla- con los lineamientos a los que se ciñe la empresa importadora<sup>326</sup>. Este mecanismo es el más recurrente entre los productores mexicanos que han logrado introducir sus productos al mercado alemán.

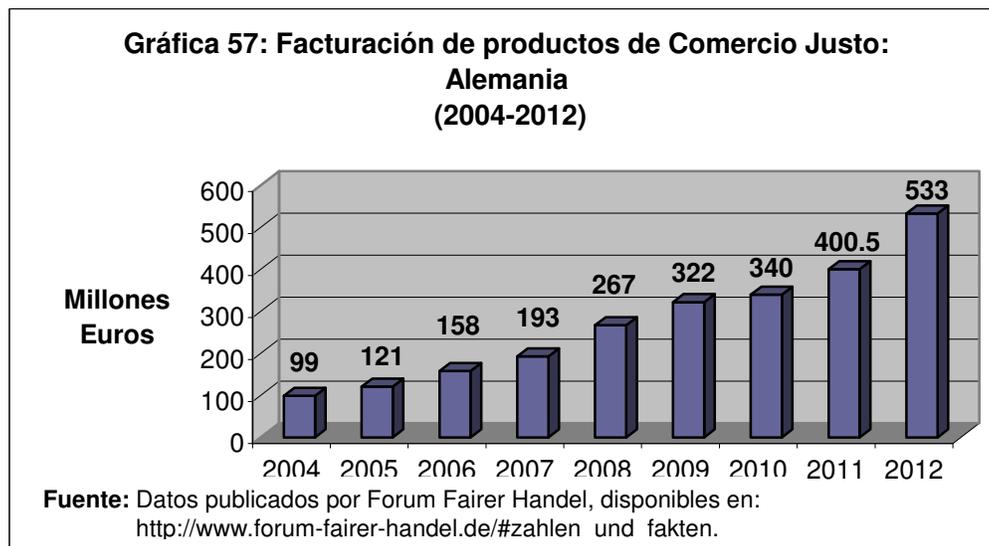
---

<sup>326</sup> Información proporcionada vía correo electrónico por Sylvia Jöcker, representante de GEPA, “Posibilidades de colaboración con GEPA”, [en línea], 30 de mayo de 2011, Dirección URL: <joecker-schaefer@gepa.org >, [consulta: 28 mayo de 2012], archivo del mensaje: shagac@hotmail.com.

### 3.3.3 El consumo alemán bajo mecanismos de Comercio Justo

En Alemania, el porcentaje de la población que consideran importante adoptar medidas a favor de países en desarrollo ha crecido de una proporción del 24 por ciento en 1996 al 35 por ciento en 2003<sup>327</sup>. Dentro de este sector de consumo ético, los estándares alusivos al Comercio Justo sobresalen entre las preferencias -situación atribuible al tratarse de uno de los países pionero en la promoción y consolidación de este mecanismo alternativo-, ubicándolo como el tercer principal país consumidor, sólo superado por Reino Unido y Estados Unidos.<sup>328</sup>

La venta de productos justos en Alemania alcanzó la cifra de 533 millones de euros en 2012 y un consumo per cápita de 6.57 euros, presentado una tendencia de crecimiento del 33 por ciento respecto al año previo a pesar de la inestabilidad económica presente en la eurozona en los últimos dos años.<sup>329</sup>



<sup>327</sup> Anja Osterhaus, op. cit., p. 69.

<sup>328</sup> Posición determinada considerando sólo productos certificados por Fairtrade, siendo Alemania el país consumidor del 8.1 por ciento de la oferta mundial; Reino Unido y Estados Unidos representan respectivamente el 30.5 y el 21 por ciento del valor generado por productos FLO en 2011.

<sup>329</sup> s/a, "Über 500 Mio Euro für Fairtrade", [artículo en línea], disponible en Fairtrade Alemania, 18 de abril de 2013, dirección URL: <http://www.fairtrade-deutschland.de>, [consulta: 22 de abril de 2013].

Según encuestas, 25 por ciento de los consumidores de productos de comercio justo lo efectúan de forma frecuente; 37 de forma esporádica y el 38 por ciento no manifestaron intención de compra<sup>330</sup>. Lo anterior, refleja un potencial de crecimiento futuro para este mercado que puede resultar de la captación del sector poblacional de consumo intermitente y del desarrollo de estrategias de concientización, comercialización y distribución que atraigan al grupo no cautivo.

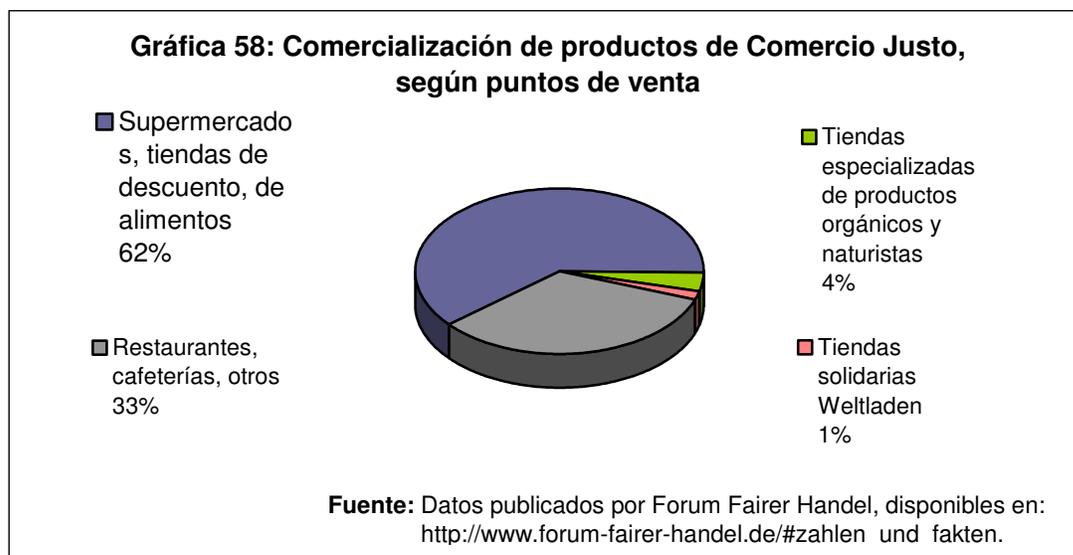
Para un mejor entendimiento de la conformación del mercado alemán es importante indicar que el sector consumidor de Comercio Justo está estructurado en dos subgrupos según la estrategia emprendida. Por un lado, se encuentran los compradores “radicales o alternativos” caracterizados por la politización de su consumo, su alto nivel de compromiso social y ambiental así como su voluntad por contribuir a la transformación del sistema actual, representando el bloque de mayor consistencia en sus hábitos de compra. Las tiendas solidarias *Weltladen*, tiendas de especialización *Bioladen* y los productos respaldado por las marcas de las empresas importadoras pro Comercio Justo de mayor renombre –como GEPA- son la opción seleccionada por este grupo.

El segundo subgrupo está conformado por consumidores “tradicionales” cuyas motivaciones para la adquisición de estos productos se basan en factores como calidad, sabor, disponibilidad y donde el precio y el factor publicitario influyen considerablemente en el momento de su compra, convirtiéndolo en el grupo objetivo más atractivo para las empresas y organizaciones a favor del Comercio Justo al momento de articular sus estrategias. Las cadenas de distribución convencional y la preferencia por artículos identificados por marcas difundidas como la certificación *Fairtrade* son el medio de comercialización más aceptado por este grupo.

---

<sup>330</sup> IPSOS, Encuesta realizada a 1000 personas sobre la pregunta ¿Con que frecuencia, al realizar sus compras de alimentos y bebidas, opta por adquirir productos o marcas de Comercio Justo?, disponible en <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/77027/umfrage/entscheidung-fuer-fair-trade-lebensmittel>, [Consulta: 24 de mayo de 2012].

En Alemania existe una red de 53,800 puntos de venta que comercializan productos de Comercio Justo siendo el canal convencional (cerca de 33 000 comercios entre supermercados y tiendas de descuento) el de mayor importancia seguido por las tiendas de productos orgánicos y naturistas (2,000), tiendas solidarias o *Weltladen* (800), cafeterías, restaurantes, y bares (18,000), entre otros.<sup>331</sup>



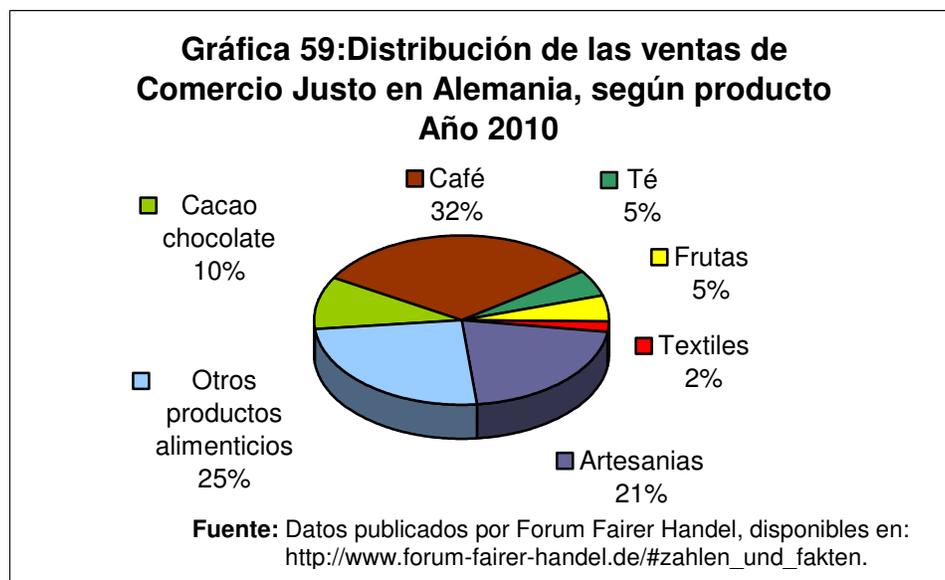
De la facturación total del sector, el 84 por ciento corresponde a productos certificados por FLO. Esta proporción puede ser explicada por la estrategia de comercialización empleada por FLO la cuál responde a los hábitos del consumidor, masificación de los puntos de venta y uso de la mercadotecnia en contraposición al ámbito de la concientización del consumidor seguida por la vertiente radical.

Sin embargo, es importante destacar la labor de cerca de 36 empresas importadoras como GEPA, El Puente, Dwp, BanaFair y GLOBO, que ofrecen exclusivamente productos de Comercio Justo - sean certificados Fairtrade o bajo estándares propios- que en conjunto contribuyen con una tercera parte del valor del mercado de Comercio Justo en Alemania, equivalente a 130 millones de

<sup>331</sup> Wilkinson John, "Fair Trade: Dynamic and Dilemmas of a Market Oriented Global Social Movement", [artículo en línea], *Journal of Consumer Policy*, Springer Netherlands, vol. 30, núm. 3, 2007, p. 226, Dirección URL: <http://www.springerlink.com/content/2655rp1233641721/about/>.

euros durante 2011, y cuya principal vía de comercialización es mediante las tiendas solidarias *Weltladen*. Por parte de FLO, en Alemania existen cerca de 212 empresas importadores y/o comercializadores aunque muchas sólo están avaladas para un artículo en particular por lo que su participación sólo se debe a un aprovechamiento del nicho de mercado dado por el Comercio Justo.<sup>332</sup>

La gama de productos de Comercio Justo en Alemania es de cerca de 12,000 productos entre alimentos, bebidas y artesanías, siendo el ochenta por ciento productos no alimenticios y manualidades. Sin embargo, en proporción de ventas, los artículos alimenticios constituyen el 83 por ciento del total generado por el sector siendo los productos de mayor demanda -según la certificación FLO- el café, el cacao, las flores y el plátano.



La oferta de productos *justos* que tienen por destino el mercado alemán provienen de 600 organizaciones productoras de países en desarrollo siendo

<sup>332</sup> Información publicada por el Foro de Comercio Justo, principal evento realizado anualmente en Alemania donde se dan cita los representantes de los diversos ámbitos que forman parte del movimiento de Comercio Solidario: consumidores, importadoras, certificadores, asociaciones gubernamentales y ONG's., entre otros. Para mayor información consúltese: <http://www.forum-fairer-handel.de> [Consulta: 23 de abril de 2013]. En el caso de las empresas certificadas por FLO, el número de empresas se estableció con base en la lista de operadores y comercializadores según producto, disponible en: <http://www.flo-cert.net/flo-cert/29.html>, [consulta: 23 de abril de 2013].

América Latina el principal proveedor con el 45 por ciento del área de mercado, Asia y África representan el 35 y 18 por ciento respectivamente<sup>333</sup>.

<b>Cuadro 31: Principales productos FLO importados a Alemania</b>	
Grupo	Productos
Frutas	Plátano, piña, mango, coco, naranja, maracuyá, uvas de mesa.
Frutas deshidratadas	Mango, piña, albaricoque, dátil, plátano
Jugos frutales	Mango, naranja, guayaba, manzana, piña, uva, lima, maracuyá
Endulzantes	Miel de abeja, azúcar
Granos y semillas	Café, cacao, arroz, quinoa
Hierbas, té y especias	Menta, manzanilla, canela, vainilla, pimienta negra y blanca, clavo, cardamomo, limoncillo, jengibre
Nueces y semillas oleaginosas	Nuez de Brasil, cacahuete, marañón, sésamo,

**Fuente:** Elaboración propia con base en datos publicados por Fairtrade, disponibles en: <http://www.flo-cert.net/flo-cert/29.html>

Es importante indicar que, aunque América Latina aún mantiene un rol predominante, el porcentaje de participación en los últimos años ha comenzado a reducirse; paralelamente, el flujo con Asia se ha ido incrementando. Esta condición puede ser explicada por la disociación de la región latinoamericana a la iniciativa de certificación encabezada por FLO en los últimos años contrario al caso asiático donde el número de organizaciones que pugnan por esta certificación sigue en aumento; lo anterior no es reflejo de una reducción de productores en América Latina sino de una problemática de orden estadístico.

### 3.3.4 La demanda alemana de productos agrícolas orgánicos dentro del Comercio Justo

Como ya se ha indicado, la relación entre esquemas de producción eco amigables y prácticas de comercialización más equitativas han derivado en una

<sup>333</sup> Para mayor información consúltese: <http://www.forum-fairer-handel.de> [Consulta: 23 de abril de 2013].

sinergia por lo que es común que productos distribuidos mediante el canal de Comercio Justo estén elaborados con insumos orgánicos.

En Alemania, cada vez es mayor la exigencia del consumidor por productos que cumplan con estándares de orden ético y ambiental derivando en una gama creciente de artículos *bio+fair* en los últimos años entre los que destacan el café, el cacao/ chocolate, el plátano y la miel.

Según datos publicados por *Transfair*, iniciativa nacional encargada de gestionar la certificación FLO en Alemania, el 52 por ciento de los productos certificados por FLO también cuenta con certificación orgánica. En el caso de las importadoras de Comercio Justo esta proporción circunda en promedio en 71 por ciento (por ejemplo: Gepa, 73 por ciento; El Puente, 80 por ciento; Banafair, 100 por ciento).<sup>334</sup>

El café es el producto icono del Comercio Justo y de mayor demanda aunque sólo representa el 2 por ciento de la distribución del mercado total. Su consumo ha ido aumentando de forma constante, manteniendo una tasa de crecimiento promedio del 18 por ciento en el último lustro. El consumo de café “justo” durante 2012 en Alemania fue de 9,332 toneladas de las cuales el 78 por ciento del volumen fue orgánico.<sup>335</sup>

El plátano es el fruto tropical de mayor consumo al representar el 99 por ciento de las ventas de Comercio Justo para este subgrupo, y al igual que el café, abarca un área del mercado en su presentación en fresco del 2 por ciento. El consumo de plátano con certificación FLO, que en 2012 consistió en 21,139 toneladas -88 por ciento de procedencia orgánica-, ha mantenido un comportamiento fluctuante, sobretodo a raíz del traspie económico de 2008-2010; empero, en el último año se dio una recuperación al incrementarse la

---

<sup>334</sup> s/a, *Fair und Bio- einige Zahlen*, [en línea], Alemania, Foro de Comercio Justo, Dirección URL: <http://www.forum-fairer-handel.de/#1>, [consulta: 23 de abril de 2013].

<sup>335</sup> Datos estadísticos publicados por Transfair Alemania, disponibles en <http://www.fairtrade-deutschland.de/produkte/absatz-fairtrade-produkte/>, [consulta: 24 de abril de 2013].

demanda en un 78 por ciento<sup>336</sup>. Otros productos tropicales como la piña, el coco y el mango han comenzado a ser introducidos por las principales importadoras como Gepa aunque su participación aún no es representativa.

Alrededor de 1,431 toneladas de cacao y sus derivados como el chocolate, con proporción orgánica del 75 por ciento, fueron consumidos en Alemania en 2011. El comportamiento de consumo está bifurcado en dos tendencias. Por un lado, el cacao y subproductos como las bebidas de chocolate han presentado un movimiento altamente inestable del año 2005 a la fecha: En contraparte, el consumo de chocolate en barra se ha mantenido estable con tasas de crecimiento media del 17 por ciento en los últimos siete años.

La miel con certificación FLO tiene una participación de mercado del 0.40 por ciento; de ésta el 21 por ciento ostenta también certificación orgánica. Para las importaciones realizadas a través de GEPA la proporción orgánica corresponde al 40 por ciento del volumen total.<sup>337</sup>

El consumo de miel con certificación FLO, a pesar de ser uno de los productos más valorados en Alemania, desde 2008 se ha visto reducido en un 73 por ciento al pasar de 545 toneladas en 2008 a 143 toneladas en 2012.

Esta contracción puede atribuirse a tres factores: 1) el periodo de crisis económica; 2) la alarma existente y la resolución de cero tolerancia en la Unión Europea respecto a casos de presencia de contaminantes transgénicos en la miel procedente de proveedores latinoamericanos; y 3) la resolución de productores latinoamericanos de desligarse de la certificación FLO para adherirse a otras iniciativas y mecanismos existentes de ingreso al canal de Comercio Justo. Desafortunadamente, ante la falta de datos disponibles para productos sin certificación FLO, determinar el impacto real de esta situación es inviable.

---

<sup>336</sup> Transfair Alemania, op. cit.

<sup>337</sup> Stephan Beck, "El surtido de miel de GEPA", [PDF en línea], ponencia presentada en la 2ª Conferencia Mundial de miel orgánica, San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, México, 22 de marzo de 2012, disponible en [www.ecosur.mx/abejas](http://www.ecosur.mx/abejas).

**Cuadro 32: Tendencias de los principales productos *bio+fair* consumidos en Alemania**

Producto	Unidad	Total 2012	Total 2011	TMC (2004-2012)	Orgánico	Convencional
Vino	Tonelada	613	863	29 %	5%	95%
Arroz	Tonelada	799	975	35 %	56%	44%
Té	Tonelada	200	217	4.4 %	77%	23%
Dulces (gomas frutales)	Tonelada	937	659	60 %	47%	53%
Miel	Tonelada	143	367	-4 %	10%	90%
Azúcar	Tonelada	2,235	2,048	31 %	11%	89%
Chocolate	Tonelada	796	1,138	10.7 %	52%	48%
Cacao	Tonelada	304	293	20%	72%	28%
Jugo frutas	Tonelada	6,107	5,681	29 %	11%	89%
Plátano/ frutas tropicales	Tonelada	21,139	11,862	55 %	88%	12%
Café	Tonelada	9,322	8,807	19 %	78%	22%

**Fuente:** Elaboración propia con base en información publicada por Transfair Alemania, disponible en: <http://www.fairtrade-deutschland.de/produkte/absatz-fairtrade-produkte/>

Recientemente, otros productos como el azúcar, arroz, vino, dulces, jugos frutales, té y especias, nueces y oleaginosas han comenzado a captar la atención de los consumidores alemanes dentro del esquema de certificación FLO. Complementariamente, las empresas importadoras, al no tener la limitante de la estandarización por producto como ocurre con la certificación FLO, han sido un importante canal de innovación al combinar diversos insumos logrando así una mayor gama de productos disponibles a través del canal de Comercio Justo, coyuntura que debe aprovecharse para la introducción de más productos mexicanos.

### 3.3.5 Oferta de productos orgánicos mediante la vía de Comercio Justo en Alemania

#### a) La oferta mexicana de productos orgánicos en Alemania

Con base en la lista publicada por la Unión Europea de importaciones autorizadas para productos orgánicos provenientes de un tercer país, Alemania es el país europeo con mayor número de solicitudes emitidas en la región

europea a operadores orgánicos mexicanos al contar con 64 registros vigentes equivalentes al 30 por ciento del total, siendo los principales productos el café, la miel así como artículos derivados del agave y aloe vera.

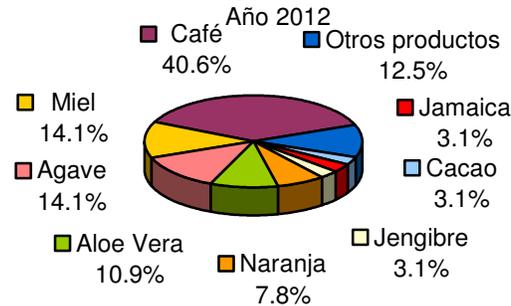
Alemania fungió como uno de los países promotores del cultivo de café orgánico en México para el abasto de su demanda interna, consolidándose la primera marca de café orgánico y de comercio justo en el mercado alemán en 1986 por parte de GEPA. En el caso de la miel, aunque es un producto del sector ganadero, su referencia es obligada por su relevancia comercial al ser el 80 por ciento de las importaciones alemanas de miel de procedencia mexicana.<sup>338</sup>

Con la consolidación del sector orgánico en Alemania, las opciones de exportación para México hacia dicho mercado se han expandido para productos tradicionales como el aguacate y el cacao pero, también, para productos como el agave, amaranto, ajonjolí y jamaica. Debido a su alto contenido nutrimental y sus propiedades benéficas aplicables a industrias como la cosmética y farmacéutica el aloe vera orgánico se ha posicionado entre los agroproductos mexicanos más solicitados.

---

<sup>338</sup> Karin Heinze, "Bio-Imker fordern Gentechnik-Moratorium für Mexiko", [artículo en línea], *Bio-Markt.Info*, disponible en [http://www.bio-markt.info/web/Welt/Lateinamerika/Bio-Imker\\_fordern\\_Gentechnik-Moratorium\\_fuer\\_Mexiko/405/410/0/12186.html](http://www.bio-markt.info/web/Welt/Lateinamerika/Bio-Imker_fordern_Gentechnik-Moratorium_fuer_Mexiko/405/410/0/12186.html), [consulta: 4 de junio de 2012].

**Gráfica 60: Principales productos mexicanos comercializados en Alemania, según porcentaje de recurrencia en los permisos de importación**



**Nota:** Dado que hay permisos que amparan a dos o más productos, la sumatoria no corresponde a un total de 100 por ciento.

**Fuente:** Elaboración propia con base en la Lista de Autorizaciones de Importación para productos orgánicos provenientes de terceros países.

Recientemente, alimentos como el chile habanero, el mango en polvo y la chía en su variedad orgánica han comenzado a llamar el interés de compradores alemanes. Actualmente los productos con permisos de importación vigentes para Alemania son:

- agave (jarabe, inulina en extracto, polvo y jarabe)
- orégano
- aloe vera (gel, polvo, jugo, pulpa)
- cacao (grano, mantequilla, pasta y polvo)
- café
- cardamomo
- chía (semilla)
- jamaica (flor, pimienta)
- jengibre
- limón
- menta
- miel
- naranja (jugo concentrado, congelado y en aceite)
- nuez pecán
- sésamo
- yuca

b) Disponibilidad de productos orgánicos a través de mecanismos de Comercio Justo.

Las exportaciones mexicanas de productos orgánicos hacia Alemania se concentran en una oferta limitada a 16 productos principales. La disponibilidad en el canal de Comercio Justo se reduce aún más, limitándose a una oferta de café y miel.

El problema radica en la falta de alternativas exportables debido a la concentración de la producción de café y miel al interior de las organizaciones de pequeños productores. Si bien hay ejemplos que revelan el interés de incrementar la gama de productos disponibles como ocurre en la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo, al introducir conservas y mermeladas frutales, la producción aún es incipiente y, por ende, el volumen aún no logra ser el suficiente para encausarlo a la exportación.

Acorde a la base de datos de Fairtrade, existen operadores mexicanos certificados para aguacate, agave, melón, plátano, mango, jugo de naranja y chiles y pimientos aunque no es posible precisar el volumen y destino comercial de dichos productos.

Actualmente, existen 14 organizaciones mexicanas vinculadas comercialmente con importadoras alemanas de comercio justo como Gepa –siendo ésta la de mayor relevancia-, El Puente y Dwp cuyas exportaciones se concentran en café, miel y artesanías, revelando la escasa oferta de productos mexicanos en este mercado en contraste con la oferta exportable de proveedores como Perú.

<b>Cuadro 33: Exportadores mexicanos de Comercio Justo presentes en el mercado alemán</b>		
Café	Comunidades Indígenas de la Región de Simojovel Allende, (CIRSA)	Chiapas
	Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo, (UCIRI)	Oaxaca
	Unión Majomut	Chiapas

orgánico	Yeni Navan	Oaxaca
	Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca	Oaxaca
	Indígenas de la Sierra Madre Motozintla, (ISMAM)	Oaxaca /Chiapas
	Tiemelonlá Nich K'lum	Chiapas
	Unión de Cafetaleros Orgánicos de Ángel Albino Corzo	Chiapas
Miel	Miel mexicana del Volcán Popocatepetl (orgánica)	Morelos
	Flor de Campanilla (orgánica)	Oaxaca
	Tzeltal Tzotzil (orgánica y convencional)	Chiapas
	Kabi-Tah (orgánica y convencional)	Campeche/Yucatán
Otros	Joyas del progreso (joyería)	Guerrero
	Unión de artesanos regionales de Michoacán (cerámica)	Michoacán

El aloe vera orgánico, aún cuando es un producto mexicano muy solicitado en la actualidad, no se ha vinculado al canal de Comercio Justo al ser un producto cultivado bajo un esquema empresarial en regiones con parcial desarrollo agrícola.

El principal problema para el establecimiento de volúmenes y una gama rica de productos mexicanos orgánicos recae en la falta de capacidad productiva derivada de la falta de organización de los pequeños productores para productos diferentes al café o la miel.

El establecimiento de un vínculo comercial con una empresa alemana importadora de Comercio Justo como GEPA<sup>339</sup> sólo está condicionada a que se cumplan requerimientos mínimos, totalmente asequibles para los pequeños productores que emprendan proyectos, tales como:

- Se trate de productores o miembros socialmente vulnerables, articulados en agrupaciones democráticas de escasos recursos.

<sup>339</sup> Sylvia Jöcker, op. cit.

- La posesión de un certificado de Comercio Justo u Orgánico no es determinante para su adquisición aunque los productos apegados a manejos sustentables son los más demandados. Sólo en el caso de que los productores establezcan como parámetro de venta la calidad “orgánica” deben de contar con su certificación vigente. Para avalar los criterios de Comercio Justo, en caso de no contar con una certificación, GEPA elabora una evaluación para determinar si se cumplen con los criterios o si deben realizarse mejoras para establecer la relación comercial.
- Presentación de una propuesta del o los productos en la cuál se plasme la cantidad disponible, descripción y precio calculado bajo el INCOTERM FOB (Libre a bordo).

Aunque las organizaciones de Comercio Justo consideran esquemas de prepago para el establecimiento de relaciones comerciales los cuales permitirían ampliar la gama de productos disponibles mediante la consolidación de nuevas organizaciones de pequeños agricultores, un requerimiento mínimo para el establecimiento de una relación contractual consiste en que los pequeños productores cuenten con un parcial nivel de organización, esquema que ha sido implementado básicamente en torno a la miel y el café.

### 3.3.6 Mecanismos para el fomento de las exportaciones mexicanas de productos orgánicos hacia Alemania.

El desarrollo de los primeros nexos comerciales entre productores orgánicos mexicanos con socios alemanes fue resultado de proyectos visionarios realizados por financiamiento propio y bajo un conocimiento del sector basado en aciertos y errores ante la nula participación gubernamental en México.

Ante el crecimiento de las exportaciones mexicanas de orgánicos y las demandas de los productores por contar con apoyos económicos y un programa orgánico nacional que dé certeza jurídica y coadyuve a incrementar la

competitividad del sector orgánico mexicano, las instancias gubernamentales comenzaron a involucrarse, haciéndolo formalmente a raíz de la promulgación de la Ley de Productos Orgánicos e integración del Consejo Nacional de Producción Orgánica (CNPO) en el año 2006.

El CNPO en materia de promoción comercial y fomento a las exportaciones es coordinado por las instancias Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA) e Impulso Orgánico Mexicano A.C., cuya principal estrategia se ha basado en la asistencia a exposiciones y ferias de alimentos orgánicos como la Biofach en sus diferentes sedes – Estados Unidos, Asia y Alemania, esta última la más importante en su tipo- y la organización de misiones de negocios entre productores mexicanos y compradores potenciales con la finalidad de concertar importantes contratos. Por ejemplo, durante la Biofach 2013 realizada en Alemania, el pabellón de México contó con la participación de 21 empresas (productoras o comercializadoras) que promocionaron principalmente miel, derivados de agave y aloe vera, chile habanero fresco o procesado, mango deshidratado y aguacate. El resultado de negocios en este evento durante las emisiones de 2011 y 2010 tuvo un balance de ventas estimadas por 11 y 15 millones de dólares<sup>340</sup>. Para las últimas dos participaciones aún no se han presentado cifras oficiales de las oportunidades de negocio generadas en este foro.

Esta estrategia, sin embargo, sólo constituye una limitada vertiente del grueso de acciones que requieren ser emprendidas por las dependencias gubernamentales para incrementar las exportaciones del sector orgánico de forma sólida y realmente competitiva ya que dentro de los problemas que merman el potencial de exportación de productos orgánicos mexicanos pueden indicarse:

---

<sup>340</sup> Marlen Rubio D'Arce, *Avance del grupo de trabajo de Promoción Comercial*, 6ª Reunión Ordinaria del CNPO, Ciudad de México, SAGARPA, 21 de marzo de 2011. Disponible en: <http://www.cnpo.org.mx/sesiones.htm>, [consulta: 5 de julio de 2012].

- a) El rezago en la implementación del marco regulatorio orgánico en México que permita solicitar el reconocimiento de equivalencia con las regulaciones orgánicas más importantes, facilitando el acceso a los mercados de Europa y Estados Unidos como ocurre con países latinoamericanos como Argentina y Chile para el caso de la Unión Europea y Canadá en el caso de la normatividad estadounidense.
- b) La inexistencia de un Programa de Producción Orgánica Nacional que coadyuve a incentivar la conversión de cultivos convencionales a implementar este tipo de manejo ecológico en las actividades agropecuarias del país, ha imposibilitado la organización del sector agrícola que permita incrementar el volumen y la oferta de productos orgánicos para su cause a la exportación que permita aprovechar la demanda actual en Europa, Asia y Estados Unidos.
- c) Vinculado al punto anterior, la falta de apoyos y financiamientos es una constante a la cual se deben enfrentar los productores orgánicos ante el desconocimiento de los funcionarios sobre las problemáticas particulares que aquejan al sector al elaborar programas y políticas públicas, siendo inefectivas. Desde las ventanillas de enlace, los productores orgánicos deben eludir las trabas burocráticas de los funcionarios que, al desconocer el proceso de producción orgánica, soslayan el otorgamiento de recursos a este tipo de proyectos al catalogarlos no afines a los programas de apoyo a actividades primarias. Dentro de los programas que contemplan la producción orgánica, existe el apoyo para la cobertura parcial de la obtención del certificado, requisito indispensable para exportar. En este sentido, los apoyos gubernamentales sólo contemplan la cobertura del 80 por ciento en una ocasión, siendo insuficiente ya que de acuerdo a especialistas y a la experiencia de los propios productores, para que la conversión de un cultivo convencional a orgánico comience a ser una actividad redituable capaz de cubrir los costos de la certificación, requiere haber transcurrido al menos un periodo de tres a cinco años.

- d) La falta de información, actualización de tendencias y publicaciones nacionales asequibles a los interesados en exportar complica las tareas de investigación en torno a estudios para la planeación de un mercado meta, causando intentos comerciales infructuosos. Esta situación no es de extrañarse ya que no existe aún una estructura informativa que refleje siquiera las particularidades del sector orgánico mexicano.

A pesar de estas limitantes, Alemania representa un horizonte atractivo para los productores orgánicos mexicanos, mercado al cuál han ingresado incluso antes de introducirse al sector estadounidense.

En las exportaciones mexicanas de productos orgánicos destinadas al mercado alemán se distinguen dos grupos de actores. El primero representado por los pequeños productores que mediante operaciones de exportación pioneras de café y miel orgánico lograron la apertura comercial del sector a productos mexicanos que, a través de la consolidación de la demanda en el mercado alemán de una mayor gama de productos, se ha convertido en un atractivo nicho de oportunidad para el segundo grupo, conformado por productores con estructuras empresariales que ofrecen productos de mayor nivel de procesamiento como el caso del aloe vera y el agave.

Siendo que el objeto de estudio del presente trabajo corresponde a la comercialización de productos orgánicos a través del Comercio Justo, el sector al cual se destinará el enfoque final corresponde al conformado por aquellos pequeños productores agrupados en organizaciones o uniones de producción con la capacidad de desarrollar actividades de exportación.

### **3.4 Alternativas potenciales de exportación de productos orgánicos mexicanos a través del canal de Comercio Justo en Alemania.**

La mancuerna establecida entre el Comercio Justo y los productos orgánicos ha permitido a pequeños productores participar en mercados de exigencia como el alemán que, bajo otra circunstancia, no hubiese sido un objetivo asequible.

Como también ya se recalcó, la organización de los pequeños agricultores en unidades productivas comunitarias es resultado de las prácticas de acaparamiento abusivas, fluctuaciones de los precios en las materias primas y alimentos y el abandono institucional de la actividad campesina, siendo el café en este contexto el producto emblemático de este incipiente canal de comercialización.

La consolidación del sector orgánico y la creciente demanda de productos de carácter ético han obligado a la diversificación de la gama de artículos disponibles en el Comercio Justo. En Alemania, además del café y la miel, alimentos como el cacao, quinoa, arroz, té, azúcar, hierbas aromáticas, semillas oleaginosas y frutos tropicales han comenzado a adquirir relevancia entre los consumidores.

En este sentido, es importante destacar que la ampliación de la gama de artículos disponibles en el Comercio Justo ha sido en gran parte promovida por las propias organizaciones de pequeños productores, las cuales al interesarse en ingresar a este medio alternativo, iniciaron un proceso de diversificación de sus productos mediante nuevos cultivos o añadiendo un nivel de procesamiento al cultivo tradicionalmente manejado al interior de la organización productora.

Los volúmenes de café y miel de procedencia mexicana en Alemania constituyen una importante participación en el Comercio Justo; empero, la oferta mexicana no ha evolucionado contrario a lo que ha ocurrido con organizaciones productoras de Perú que han abandonado la zona de confort presente en el cultivo del café para explorar nuevos productos como la quinoa, cacao y el azúcar por mencionar algunos.

Este rezago es parte de la falta de apoyo gubernamental a proyectos de este tipo. El desarrollo y alcances de las exportaciones por parte de organizaciones de pequeños productores es resultado de su autogestión en vinculación con ONG's europeas interesadas en la obtención de productos inocuos, de calidad y

que contribuyan al mejoramiento del nivel de vida de poblaciones con índices de pobreza agudos. Irónicamente, las uniones de pequeños productores comienzan a ser contempladas en el otorgamiento de financiamiento y apoyo institucional cuando han alcanzado una etapa de solidez como “empresa”, situación que requiere ser modificada para favorecer la creación de mayor número de cooperativas productoras desde una etapa de “incubación”.

En México, productos como la jamaica, vainilla, amaranto, ajonjolí y chía están siendo producidos orgánicamente, pudiendo ser incorporados al esquema de cultivo de las organizaciones de pequeños productores para generar opciones exportables atractivas para un mercado como el alemán, cuya introducción a través del canal de Comercio Justo es una opción de gran viabilidad para difundir y permitir la familiarización de los consumidores alemanes a productos desconocidos en sus hábitos alimenticios cotidianos.

La vainilla y la jamaica mexicanas en su variedad orgánica han comenzado a captar el interés de compradores alemanes aunque factores como la baja disponibilidad ha impedido la consolidación de su adquisición, factor que mediante un mayor nivel de organización respecto a estos productos puede comenzar a revertirse.

El cacao es otro agro producto de gran consumo en el canal de Comercio Justo en Alemania, mercado al cual el cacao mexicano no tiene acceso por la falta de producción. Para los próximos años se prevé un crecimiento exponencial de la producción nacional de cacao orgánico como resultado del programa de fomento al cultivo orgánico en zonas de marginación al sur del país, impulsado por el gobierno federal, producción que puede ser promovida al mercado germano gracias al alto consumo de chocolate que se ha registrado en los últimos años.

Los alimentos frescos como frutas tropicales (piña, papaya, sandía, mango, coco, maracuyá, moras, etc.), verduras y hortalizas (jitomate, pepino, pimiento, etc.) y productos mexicanos tradicionales como el aguacate, chile habanero,

chicle, nopal, tuna y agave también pueden ser explorados por pequeños productores pertenecientes a distintas regiones a las zonas caficultoras y apícolas vinculadas al Comercio Justo.

Es preciso indicar que en el ámbito de los alimentos frescos el principal obstáculo radica en la exigencia de calidad demandada en la Unión Europea y la obligatoriedad de su clasificación en las categorías Extra, Clase I y Clase II según la frescura y apariencia física de los alimentos, situación que complica las exportaciones desde México ya que la transportación marítima a puertos alemanes tiene una duración de 26 días en promedio<sup>341</sup>. Los envíos, para poder cumplir con las condiciones de calidad exigidas en Alemania, deben realizarse en contenedores refrigerantes especiales u optar por la transportación aérea, situación que incrementa los costos logísticos considerablemente que resultarían inaccesibles para los pequeños productores.

Ante esta situación, incluir un nivel de transformación o procesamiento para productos agrícolas comercializados comúnmente en fresco (a través de conservas, pulverización, concentrados y extractos, deshidratación, etc.) o alimentos en fresco con mayor resistencia al traslado como las semillas oleaginosas, nueces (macadamia y pecan) o especias en su variedad deshidratada (orégano, pimienta, albahaca, etc.) son una alternativa que se traduciría en una mejor ganancia y, además, reducirían en gran medida el problema derivado de la transportación de México a Alemania.

---

<sup>341</sup> Desde México existen cuatro opciones de puerto de destino hacia Alemania: Bremen, Hamburgo, Bremerhaven y Emden. s/a, *Guía de Servicios de Transporte Marítimo en México 2009*, Dirección General de Marina Mercante, Secretaría de Comunicaciones y Transportes, México, 2009, p.25.

**Figura 1.-** Productos orgánicos procesados por pequeños productores



Jamaica, mermeladas y mango en polvo



Harina y aceite de ajonjolí



Espicias y condimentos

El ámbito de la logística es el principal argumento en contra para que un productor se aventure a establecer relaciones comerciales con compradores alemanes, generando con ello que los productores encasillen el destino de sus exportaciones hacia Estados Unidos.

Por lo anterior, además de incluir mayor procesamiento en los productos, construir una articulación entre las operaciones logísticas de las organizaciones de pequeños productores exportadoras permitiría el envío conjunto a puerto, y la consolidación de la carga, en el caso de la transportación internacional, coadyuvando tanto a una reducción del costo de logística como a un mejor cumplimiento de los requerimientos de trazabilidad y control para orgánicos a fin de impedir su contaminación con productos convencionales. Evidentemente, el alcance de una coordinación de este nivel requiere del apoyo de organismos experimentados, convenios con transportistas y mecanismos de fomento comercial y competitividad, tarea en la que mucho podrían las instancias gubernamentales.

Complementariamente, es importante aprovechar los cupos de importación y aquellos productos contemplados en las fracciones arancelarias exentas de

arancel al ingresar a la Unión Europea. A continuación se enlistan una serie de productos propuestos con su respectivo tratamiento arancelario.

<b>Cuadro 34: Productos con potencial de distribución a través del Comercio Justo en Alemania</b>						
<b><i>Sujetos a cupos de importación procedentes de México hacia la Comunidad Europea</i></b> <sup>342</sup>						
Fracción arancelaria Comunidad Europea	Producto	Cupo (TM)	Volumen importado MX/ UE <sup>343</sup> (TM)		Volumen destinado a Alemania (TM)	Derecho aduana Cupo
0409.00.00	Miel natural	30,000	18, 630 (a) 15,717 (b)		10,921	8.6 %/ 17.3 %
Ex. 0709.20.00	Espárragos frescos o refrigerados	600	600 (a) 2,746 (b)		47.7	0 % / 6.7 %
1704.10.10	Chicle	1,000	14 (a) 33 (b)		0.230	6 % / 0 % + 27.1 EUR/100 kg MAX 17.9
2009.11.11 2009.11.19 2009.11.91 2009.19.11 2009.19.19 2009.19.91 2009.19.98	Jugo de naranja, excepto concentrado congelado	1,000	1,000 (a)	Sub partida 2009.11 36,800 (b)	44.5	Varía según fracción, aplica 50 por ciento sobre el SPG vigente
				Sub partida 2009.19 558 (b)	0	
Ex. 2009.41.92 2009.41.99	Jugo de piña, sin fermentar y sin adición de alcohol con grado de concentración mayor a 20° brix	2,500	0.14 (a)	0	0	5.8 % / 11.7 %
				6.5 (b)	6.4	6.2% / 12.5 %
0710.21.00	Chícharos congelados (guisantes, arvejas) ( <i>pisum sativum</i> )	500	0 (a) 0 (b)		0	5.4 % / 10.9 %
0811.10.90	Las demás fresas congeladas sin adición de azúcar ni otros edulcorantes	1,000	214 (a) 115.5 (b)		24	7.2 % / 14.7 %
1703.10.00	Melaza de caña	275,000	0 (a) 80,452 (b)		0	0 % / 0.35 EUR/100 kg
2005.60.00	Espárragos preparados o conservados, excepto en	1,000	0 (a) 0 (b)		0	7 % / 14.1 %

<sup>342</sup> Se excluyen las fracciones referentes a flores, huevo y la fracción 08071900 correspondiente a la descripción melones, los demás. Elaboración propia con base en Diario Oficial de la Federación, fecha 2 y 3 de julio de 2012 e información disponible en [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index\\_es.html](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index_es.html), [consulta: 11 de febrero de 2013].

<sup>343</sup> (a) Volumen conforme al cupo asignado durante el periodo 2011-2012; (b) Volumen importado procedente de México, según información publicada por la Comisión Europea, disponible en [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index\\_es.html](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index_es.html), [consulta: 11 de febrero de 2013].

	vinagre o ácido acético				
--	-------------------------	--	--	--	--

**Cuadro 35: Tratamiento arancelario de productos procedentes de México (MX) hacia Alemania (DE)<sup>344</sup>**

Producto	Fracción arancelaria según clasificación alemana	Importaciones totales DE	Exportaciones MX/DE	Derecho aduana
		(Miles Dólares)		
		AÑO 2011		
Aguacate	Frescos o secos.- 08.04.40.00	71,794	54	0 %
Ajonjolí	Los demás.- 12.07.40.90	55,009	0	0 %
Amaranto	Barras.- 19.04.90.80	5,507	0	4.8 % + 25.7 EUR/100 kg
Cacao	Partidas 18.01-18.05	2,552,018	98	0 %
Chile habanero	Fresco.- 07.09.60.99	26,486	0	0 %
	Salsa.- 21.03.90.90	356,434	263	
Coco	Seco.- 08.01.11.00	40,320	1	0 %
	Los demás.-08.01.19.00	9,204	0	
Espicias	Contenidas en la sub- partida 09.10.99	38,684	38	0 %
Jamaica	Los demás.- 12.11.90.85	210,619	1,046	0 %
Nopal	Los demás.-07.09.60.99	26,486	0	0 %
Nuez macadamia	Con cáscara.-08.02.61.00	37,279	1	0 %
	Sin cáscara.-08.02.62.00			
Tuna	Los demás.- 08.10.90.95	119,612	0	0 %
Vainilla	Sin triturar, pulverizar.- 09.05.10.00	13,340	118	0 %
	Triturada, pulverizada.- 09.05.20.00			
Frutas deshidrata- das	Piña seca.- 08.04.30.00	198,856	17	0 %
	Papaya seca.- 08.13.40.50	614	0	

La parte de promoción comercial, como ya se indicó, es el eje de la serie de estrategias emprendidas a nivel gubernamental para el fortalecimiento de las exportaciones de agroproductos orgánicos mexicanos; sin embargo, el acceso a

<sup>344</sup> Fracción y aranceles consultados en [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index\\_es.html](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index_es.html). Los valores de importación corresponden al total de la fracción citada, usándose como principal referencia la herramienta estadística Trade Map del Centro Internacional de Comercio (INTRACEN) y el Sistema de Información Arancelaria Vía Internet de la Secretaría de Economía, disponibles en <http://www.trademap.org>; <http://www.economia-snci.gob.mx/siavi4/fraccion.php> [consulta: 11 de febrero de 2013].

apoyos de este tipo es limitado para las organizaciones de pequeños productores que buscan proyectarse a mercados extranjeros.

Por ejemplo, en la pasada edición de Biofach 2013 realizada en Alemania, de las 21 empresas mexicanas participantes sólo tres corresponden a organizaciones de pequeños productores; el resto de participantes correspondió a comercializadoras o empresas de media y gran envergadura, denotándose la escasa visión para la promoción de organizaciones de pequeños productores con capacidad exportadora en este tipo de eventos en los cuáles la familiarización de los compradores respecto al concepto del Comercio Justo es común y de gran aceptación.

Cabe indicar que la organización Miel Mexicana comenzó a contar con apoyos de promoción, inversión e incluso premios nacionales por parte de instancias públicas, en una etapa en la cual ya había alcanzado una consolidación y prestigio de forma independiente. Siguiendo un orden natural, debiera ser durante el proceso de desarrollo el momento en el cual se acompañe a las organizaciones para incidir en un crecimiento de empresas exitosas y competitivas que a futuro consruyan una capacidad que les permita su autofinanciamiento y expansión, situación que no ocurre a la fecha.

Motivado por lo anterior, ha sido mediante el Comercio Justo que las organizaciones de pequeños productores como UCIRI, MAJOMUT y Miel Mexicana han logrado ubicarse en la arena de la actividad exportadora como empresas competitivas, dentro y fuera del canal justo que brindan al mercado productos reconocidos por su calidad.

La propuesta de este trabajo se ha basado en establecer que, si bien los fines perseguidos por el Comercio Justo y la Agricultura Orgánica son de alcances más profundos a la estructuración de un sector de especialización caracterizado por un precio Premium, sin duda representan una alternativa factible para establecer un modelo de producción que permita subsanar las deficiencias del

sector agrícola mexicano -caracterizado por una base productiva mayoritariamente conformada por pequeños productores, procesos tradicionales de cultivo aunado a una serie de problemas estructurales derivados de un sistemático abandono institucional – creando un sector competitivo con una capacidad productora de materias primas o productos con algún nivel de procesamiento elaborados bajo un manejo sustentable afín a los estándares de calidad, demandados por los mercados más exigentes del mundo, que permita hacer de la labor agrícola una actividad redituable para el productor mexicano.

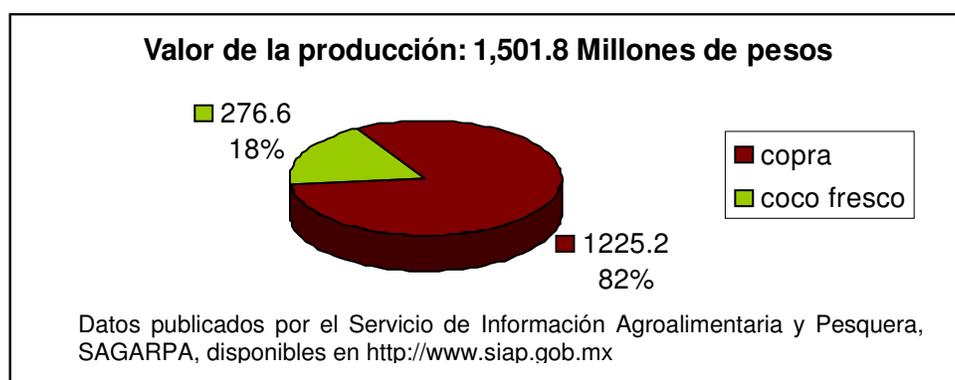
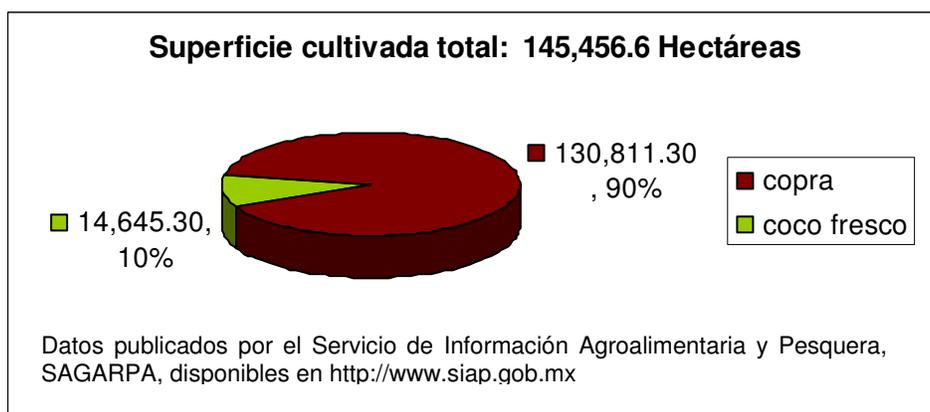
Sin afán de establecer a la Agricultura Orgánica y al Comercio Justo como la panacea de los problemas que aquejan a México, favorecerían en gran medida a resolver gran parte de ellos, desde factores estructurales hasta coadyuvar en el incremento de la competitividad y oferta exportable de agroproductos mexicanos.

A fin de ejemplificar lo expuesto en el párrafo anterior, a continuación se presenta el caso práctico de un producto orgánico mexicano con un consumo potencial en Alemania – coco fruta / seco - a fin de clarificar los beneficios que representaría para el pequeño productor el aventurarse a la exportación sobre la posibilidad de comercialización en el mercado nacional.

3.4.1 Ejemplo de exportación de coco orgánico hacia Alemania a través del mecanismo de Comercio Justo.

A continuación se desarrolla un ejercicio comparativo entre la estructura de producción y comercialización convencional versus el esquema de producción orgánica estructurada bajo lineamientos de Comercio Justo a fin de evaluar la factibilidad y ventajas que ofrece esta propuesta sobre el esquema tradicional, empleando como año de análisis 2011 al no existir datos actualizados para todas las variables: comercio justo y producción convencional + orgánica nacional.

**Gráfica 61: Producción Nacional de coco en México: Año 2011**



Los principales estados productores de coco fresco son Michoacán (24 por ciento), Jalisco (20 por ciento) y Oaxaca (18 por ciento), que en conjunto generan 67,786.65 toneladas. Por su parte, Guerrero es el principal productor de

copra cubriendo el 78 por ciento de la oferta nacional; conjuntamente con Colima y Oaxaca representan el 94 por ciento de la producción nacional de coco.<sup>345</sup>

#### b) Comercialización de la producción nacional de coco: año 2011

Gran parte de la producción de coco en México tiene como punto de venta final el mercado nacional, concentración atribuible a la falta de organización que prolifera entre los productores de coco para la búsqueda de otros canales de comercialización.

El panorama actual del sector cocotero se caracteriza por la poca rentabilidad de la actividad como resultado de los bajos precios pero, fundamentalmente, a las cadenas de intermediación o prácticas de “coyotaje” presentes hasta el punto de venta final, obligando a los pequeños productores a abandonar la producción.

Para ejemplificar lo anterior, durante el año 2011 el precio promedio pagado directamente al productor por tonelada cultivada rondó en \$ 2,494.58 pesos para el coco fresco. El precio de una tonelada de coco fresco producido en Michoacán y comercializado en el Mercado de Abastos de la Ciudad de Morelia fue de \$8,000 pesos en promedio, existiendo una diferencia de aproximadamente \$5,000 pesos entre el precio pagado al productor y el precio de venta al público, margen disperso entre los costos de transporte y los intermediarios sólo a nivel nacional.<sup>346</sup>

---

<sup>345</sup> Porcentajes calculados con base en datos obtenidos a través del Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera, SAGARPA, disponibles en <http://www.siap.gob.mx>, [fecha consulta: 17 de marzo de 2013].

<sup>346</sup> Para la determinación del precio pagado al productor se empleó el dato de Precio Medio Rural publicado en el Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera de SAGARPA. El costo promedio de la tonelada de coco fresco se obtuvo del promedio resultante en los precios de frutas y hortalizas vigentes en los principales centros de distribución o Centrales de Abasto en México durante el año 2011 publicados por el Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados de la Secretaría de Economía. Para el ejemplo se determinó el caso de Michoacán por ser un producto cultivado y comercializado en la misma entidad federativa a fin de manifestar el diferencial de precios sin que el factor del transporte sea significativo, siendo el precio de \$8.00 pesos/Kg. durante el periodo del 3 de enero al 30 de diciembre de 2011. Para el caso de la copra, no hay datos publicados por SAGARPA a fin de realizar el comparativo. Información disponible en <http://www.economia-sniim.gob.mx/Nuevo/>; <http://www.siap.gob.mx>, [fecha de consulta: 17 de marzo de 2013].

Por tal motivo, han surgido iniciativas para erradicar dicha problemática a fin de estructurar un sector cocotero sólido con la capacidad de construir una oferta exportable que permita ingresar a canales de comercialización que permitan mejorar las condiciones respecto al mercado nacional.

Hoy en día, la exportación de coco se encuentra en etapa incipiente, situación que se refleja en la proporción de distribución entre el mercado nacional y el destinado a exportación. De la producción total de coco obtenida durante el ciclo agrícola 2011, México exportó 17,255.5 toneladas con un valor de 9.736 millones de dólares. Del total, el 63 por ciento del volumen, equivalente a 5.195 millones de dólares, corresponde a la fracción arancelaria 08011119 que comprende coco fresco; el coco seco en la fracción 08011100 representó el 37 por ciento de las exportaciones con un valor de 4.255 millones de dólares.<sup>347</sup>



El destino de las exportaciones tanto de coco fresco como copra se concentran en el mercado norteamericano en un 99 y 97 por ciento respectivamente; en una menor proporción Guatemala y Australia figuran como compradores de coco seco mientras que Canadá y El Salvador son otros socios comerciales para este fruto en su variedad en fresco.

<sup>347</sup> Información disponible en <http://www.trademap>, cotejada con información publicada por el Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera dependiente de SAGARPA publicada en <http://www.siap.gob.mx>, [fecha consulta: 17 de marzo de 2013].

<b>Cuadro 36: Principales exportadores de coco a nivel mundial. Año 2011</b>					
Coco Seco			Coco - los demás, excepto seco		
(Fracción arancelaria: 080111)			(Fracción arancelaria: 080119)		
País	Volumen (Toneladas)	% Según total	País	Volumen (Toneladas)	% Según total
1) Filipinas	112,950	31.51	1) Indonesia	314,715	52.43
2) Indonesia	51,664	14.41	2) Viet Nam	112,101	18.68
3) Sri Lanka	45,879	12.80	3) Malasia	55,588	9.26
4) Singapur	22,696	6.33	4) Tailandia	31,667	5.28
5) Côte d' Ivoire	22,634	6.31	5) Sri Lanka	12,117	2.02
6) Viet Nam	19,013	5.30	6) República Dominicana	11,922	1.99
7) Holanda*	14,401	4.02	7) Filipinas	10,922	1.82
8) Bélgica*	11,723	3.27	8) México	10,876	1.81
9) Kenia	7,871	2.20	9) Holanda*	9,690	1.61
10) Malasia	7,629	2.13	10) Singapur	5,767	0.96
11) México	6,380	1.78	11) Resto	24,876	4.14
12) Resto	35,620	9.94			
<b>TOTAL</b>	<b>358,460</b>	<b>100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>600,241</b>	<b>100</b>

\* País no productor

**Fuente :** Elaboración propia con base en datos publicados por el Centro de Comercio Internacional, disponibles en <http://www.trademap.org>

Como exportador de coco, México se posiciona entre los diez principales proveedores a nivel mundial que a su vez cultivan el fruto –ya que hay casos como Holanda y Bélgica que figuran por la comercialización de importantes volúmenes sin ser países productores, aunque los volúmenes producidos están muy por debajo de los principales productores. A nivel continental, es el principal exportador de coco seco y el segundo para el caso de coco fresco sólo superado por República Dominicana.

b) Perspectivas del mercado alemán para las exportaciones de coco mexicano

Además de indicar las generalidades de la producción nacional de coco, es imprescindible establecer las oportunidades reales de comercialización en Alemania.

Como referencia, este fruto no es desconocido para los hábitos de consumo alemán, ya que este país se encuentra entre los cinco principales países

importadores de coco seco y el décimo comprador de coco fresco a nivel mundial, lo que para el año 2011 se tradujo en un volumen cercano a 15, 536 y 5, 152 toneladas respectivamente. Aún cuando Alemania reexporta parte del volumen de coco adquirido, el 80 por ciento de éste es destinado para su consumo interno.<sup>348</sup>

Del total consumido no es posible precisar cual es la proporción de coco obtenido bajo el sistema de producción orgánico debido a la falta de información estadística.

<b>Cuadro 37: Principales importadores de coco a nivel mundial. Año: 2011</b>					
Coco Seco			Coco - los demás, excepto seco		
(Fracción arancelaria: 080111)			(Fracción arancelaria: 080119)		
País	Volumen (Toneladas)	% Según total	País	Volumen (Toneladas)	% Según total
1) EUA	43,853	13.73	1) China	199,349	37.36
2) Singapur	23,005	7.20	2) Tailandia	111,611	20.92
3) Bélgica	17,903	5.61	3) Malasia	77,212	14.47
4) Holanda	17,338	5.43	4) EUA	34,919	6.54
<b>5) Alemania</b>	<b>15,536</b>	<b>4.86</b>	5) Holanda	15,785	2.96
6) Reino Unido	12,695	3.98	6) Singapur	15,552	2.91
7) Rusia	12,282	3.85	7) Reino Unido	10,061	1.89
8) Emiratos A.	12,245	3.83	8) Hong Kong	6,894	1.29
9) Turquía	11,463	3.59	9) Italia	5,367	1.01
10) Egipto	11,353	3.56	<b>10) Alemania</b>	<b>5,152</b>	<b>0.97</b>
11) Resto mundo	141,675	44.36	11) Resto	51,691	9.69
<b>TOTAL</b>	<b>319,348</b>	<b>100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>533,593</b>	<b>100</b>

**Fuente :** Elaboración propia con base en datos publicados por el Centro de Comercio Internacional, disponibles en <http://www.trademap.org>

En cuanto al precio de este agro producto, la cotización del coco en Alemania es superior en comparación a la existente en Estados Unidos, surgiendo otro indicador favorable para incentivar el acceso al mercado alemán sobre el americano para el coco mexicano.

<sup>348</sup> Durante 2011, Alemania exportó 4,513 toneladas de coco seco y 608 de fruto fresco. Arguyendo el hecho de que no es un país productor debido a las condiciones climáticas requeridas para su cultivo, se infiere que son volúmenes re-exportados a naciones europeas. Datos publicados por el Centro de Comercio Internacional, disponibles en <http://www.trademap.org>, [fecha de consulta: 18 de marzo de 2013].

<b>Cuadro 38: Comparativo del Valor de las exportaciones de coco según país proveedor. Destinos : EUA – Alemania</b>					
Coco - los demás, excepto seco (080119)			Coco Seco (080111)		
País exportador	Precio USD/ Ton (2011)		País exportador	Valor USD/ Ton (2011)	
	EUA	Alemania		EUA	Alemania
1) Indonesia	957	3000	1) Indonesia	2240	2339
2) Sri Lanka	n/d	4333	2) Sri Lanka	3208	2993
3) Filipinas	1082	n/d	3) Filipinas	2,440	2680
4) Vietnam	554	548	4) Vietnam	1692	1724
5) India	653*	1000*	5) India	1138	1250
<b>5) México</b>	<b>489</b>	<b>3322**</b>	<b>6) México</b>	<b>621</b>	<b>1416**</b>
6) Rep. Dominicana	416	n/d	7) Rep. Dominicana	427	280
7) Costa Rica	371	n/d	8) Costa Rica	242	579

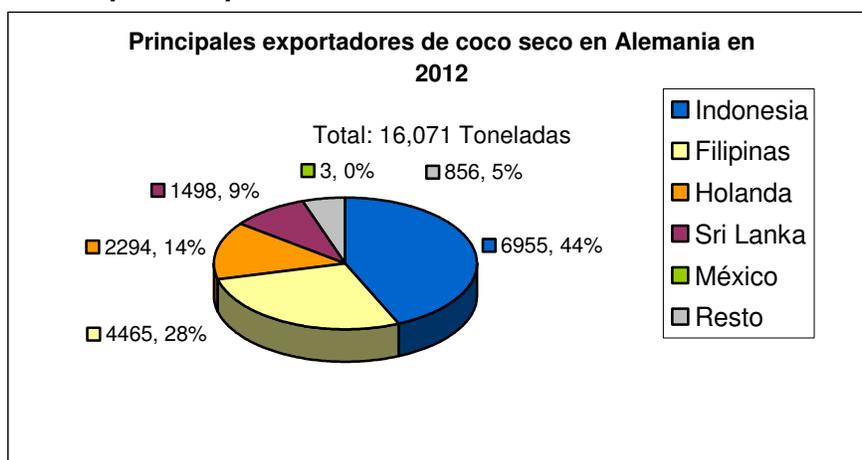
\*Dato disponible sólo para el año 2010.

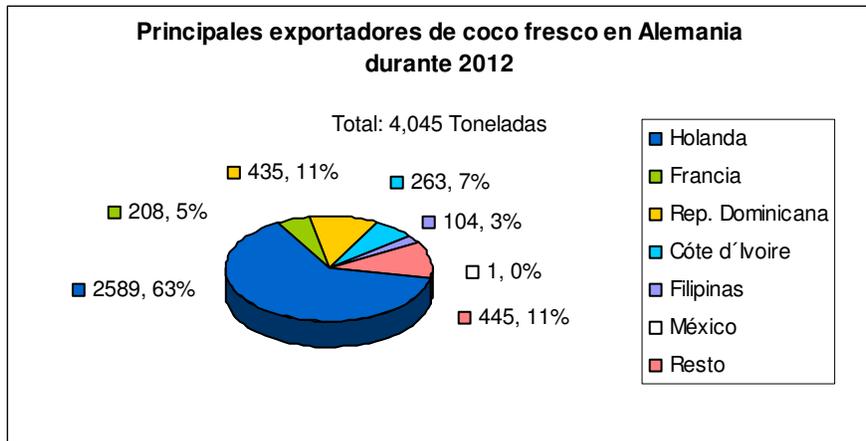
\*\*Estimado con base en información disponible en Sistema de Información Arancelaria Vía Internet, SE. Para 2011 indica la exportación de 12 kg. de coco seco con un valor de 17 USD. Para la fracción 080119, se comercializó a Alemania 208 kg con un valor de 691 USD.

Fuente : Elaboración propia con base en datos publicados por el Centro de Comercio Internacional, disponibles en <http://www.trademap.org/> bajo inconterm FOB.

Actualmente, México tiene participación comercial residual dentro del abasto de coco para el mercado alemán, siendo uno de los principales retos la penetración a un mercado en el cuál exportadores como Filipinas, Indonesia y Sri Lanka encabezan la proveeduría de este fruto tanto a nivel mundial como en la Eurozona.

**Gráfica 63: Principales exportadores de coco seco/fruta a Alemania en 2012**





**Fuente:** Elaboración propia con datos publicados por el Centro de Comercio Internacional, disponibles en <http://www.trademap.org>

Sin embargo, a través de un canal como el Comercio Justo el acceso a mercados de estas características es posible para los pequeños productores, incursión que bajo reglas comerciales convencionales no se desarrolla actualmente.

c) Caso práctico: Exportación de coco orgánico hacia el mercado alemán a través del Comercio Justo.

A lo anterior, cabe destacar que del total del área agrícola destinada para el cultivo de coco, sólo 9,031 hectáreas, equivalentes al 6 por ciento, son producidas orgánicamente<sup>349</sup>. Aunque no existen datos precisos para determinar el destino final de la producción de coco orgánico, siguiendo el comportamiento de otros alimentos orgánicos mexicanos, la oferta se comercializa en mayor volumen hacia la Unión Americana.

Para este ejercicio se empleará como muestra a un grupo de 25 pequeños productores de coco orgánico localizados en el municipio de Lázaro Cárdenas, Michoacán, con unidades productivas de 2 hectáreas por productor, equivalentes a 50 hectáreas disponibles para cultivo orgánico.<sup>350</sup>

<sup>349</sup> Miguel Ángel Gómez, op. cit., p.48.

<sup>350</sup> El 96 por ciento de los productores de coco en México son pequeños productores con un área agrícola promedio inferior a 4 hectáreas. Rubén Gerardo Peña, Programa Elaboración de Casos de Éxito de Innovación en el Sector Agroalimentario. Producción de Coco Fruta, [PDF en línea],

<b>Parámetros Generales</b>	
Número de productores	25 miembros
Superficie agrícola	50 hectáreas 2 Ha. / productor
Rendimiento	8.27 toneladas / Ha. <sup>351</sup> 12,000 cocos / Ha. <sup>352</sup>
Peso promedio pza. coco	0.689 gr. <sup>353</sup> 1,451 cocos / Ton.
<b>Producción total: 413.5 toneladas / 600,000 piezas</b>	

A continuación, se realizará un comparativo de la cadena de valor aplicable a la comercialización tradicional de coco a nivel local y el canal de venta para exportación en su variedad orgánica. Estos dos casos, regulados por las reglas de intercambio comercial convencionales. Posteriormente, se desarrollará el esquema amparado bajo los mecanismos de Comercio Justo a fin de demostrar sus ventajas y beneficios.

En términos generales, la estructura de la cadena de valor para la producción de coco convencional en el mercado local es el siguiente:

---

México, Fundación Produce Quintana Roo, Octubre 2011, p.2., Dirección URL: <http://www.siac.org.mx/fichas/62%20Quintana%20Roo%20Coco%20Fruta%20VF.pdf>, [fecha de consulta: 16 de febrero de 2013].

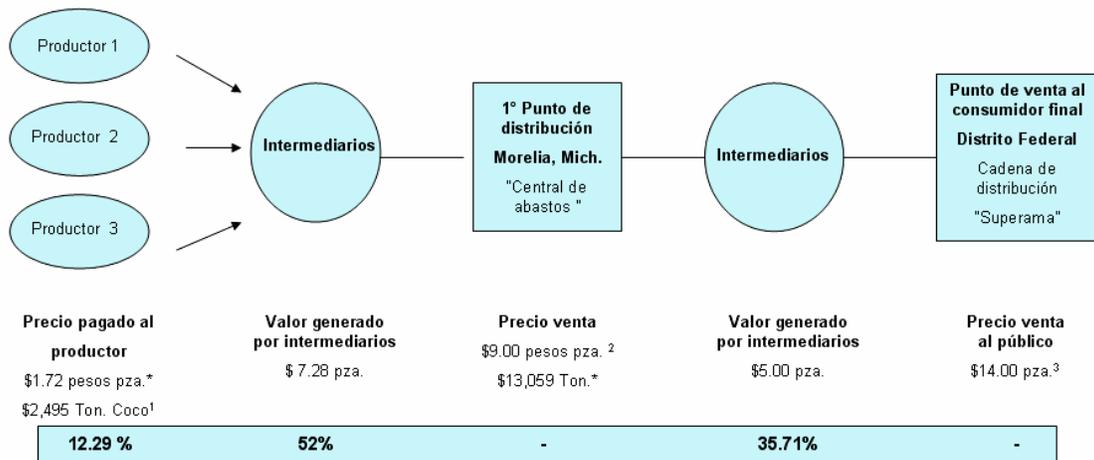
<sup>351</sup> Rendimiento obtenido del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, SAGARPA, disponible en [http://www.siap.gob.mx/index.php?option=com\\_wrapper&view=wrapper&Itemid=350](http://www.siap.gob.mx/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=350), [Consulta: 19 de abril de 2013].

<sup>352</sup> El valor total de cocos por hectárea se obtuvo con base en la producción orgánica en Michoacán equivalente a 96,000,000 cocos obtenidos en 8,000 hectáreas, dando como resultado 12,000 cocos por Ha. S/a, Diagnóstico ..., op. cit., p.11.

<sup>353</sup> El peso promedio se estimó con base a la siguiente equivalencia: 8.27 Ton/Ha = 12,000 piezas/ Ha., resultando la siguiente operación:  $8,270 \text{ kg} / 12,000 = 0.689 \text{ kg. por pieza.}$

**Cuadro 39.- Diagrama de la distribución de coco convencional en el mercado nacional.**

Ejemplo: Producción de coco en el estado de Michoacán con venta final en el Distrito Federal



1.-Valor proporcionado por el Sistema de Información Agropecuaria, disponibles en: <http://www.siap.gob.mx>

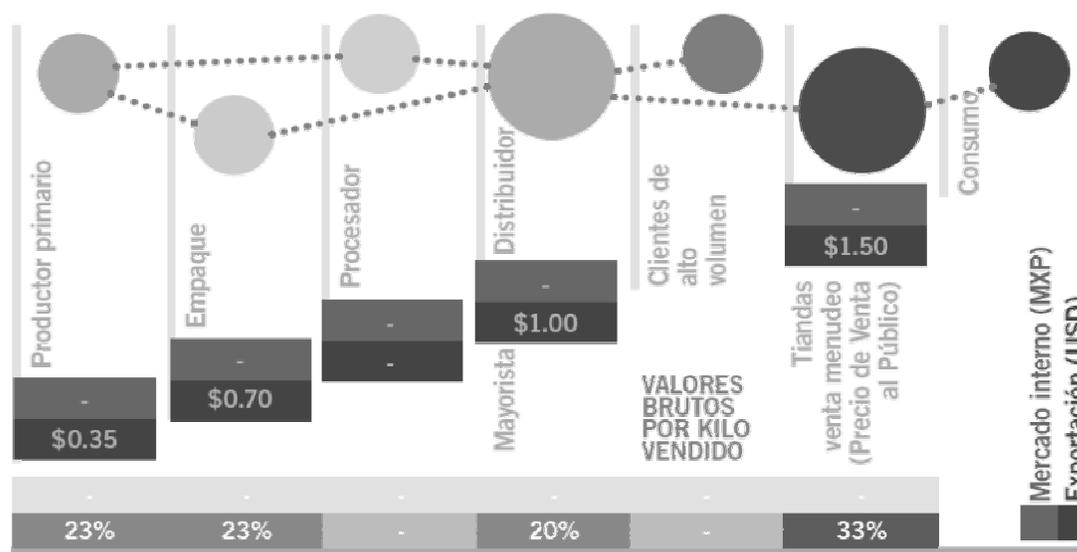
2.-Valor proporcionado por el Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados, disponible en: <http://www.economia.sniim.gob.mx>

3.-Precio al público en tienda, disponible en: [www.superama.com.mx](http://www.superama.com.mx)

\*Valores estimados con base en los criterios referenciados anteriormente. Véase Nota al pie de página no 352 Los porcentajes representan la distribución de la ganancia entre cada integrante de la cadena respecto al precio de venta final del producto.

Respecto al caso orgánico, la cadena sólo está estructurada hacia la exportación ante la inexistencia de un mercado local para este producto. La distribución del ingreso para el sector cocotero ecológico cultivado en México es el siguiente:

**Cuadro 40.- Estructura típica de la cadena de valor en el sistema orgánico para producción de coco en México.**<sup>354</sup>



**Fuente:** Diagnóstico, análisis y diseño estratégico para el desarrollo del sector orgánico de Michoacán, Fundación Produce Michoacán AC, México, 2008, p.12.

A fin de un primer comparativo, en el mecanismo de comercialización convencional, un productor mexicano de coco en el estado de Michoacán percibe un ingreso promedio de \$2, 495 pesos por tonelada cultivada, mientras que un productor orgánico obtiene en promedio \$5,340<sup>355</sup> pesos por tonelada. Bajo este parámetro, el ingreso de un productor de coco convencional es 47 por ciento inferior al de un productor orgánico, quedando de manifiesto el beneficio obtenido por el productor vinculado al sector ecológico.

Sin embargo, es fundamental indicar dos factores que impactan a la producción orgánica: costos de la certificación y la problemática para la obtención de insumos autorizados en las regulaciones de manejo ecológico.

<sup>354</sup> El gráfico es sólo un representativo de la proporción del valor máximo del producto (precio de venta al consumidor final) correspondiente a cada participante de la cadena. Dichos porcentajes no inciden en cuestiones de costos y factores de utilidad para cada participante ya que sólo da noción de la concentración del ingreso por sector: productor, procesador, envasado, distribución y punto de venta final. *S/a, Diagnóstico, análisis y diseño estratégico para el desarrollo del sector orgánico de Michoacán*, Fundación Produce Michoacán AC, México, 2008, p.1-3.

<sup>355</sup> El precio pagado a productores orgánicos en Michoacán por pieza destinada a la exportación fue de 3.68 pesos durante el año 2008. *S/a, Diagnóstico [...]*, op. cit. p.12  
Con base en cálculos establecidos, el ingreso bruto percibido por productor fue de \$5,340 pesos, resultado de multiplicar el valor por pieza por la cantidad promedio de producción equivalente a 1,451 cocos por tonelada.

- La certificación es un costo fijo que debe contemplarse en la producción a diferencia del sector convencional. Como ya se citó en el segundo capítulo, el costo de un certificado puede representar un monto representativo del valor total de la producción. Empero, según experiencias de los productores, es sólo durante el proceso de conversión y la primera renovación del certificado la etapa en la cuál el impacto de los costos puede representar una problemática para el agricultor ya que en los dos primeros años de conversión los productos no pueden ser comercializados como orgánicos y, por ende, no perciben el sobreprecio que absorba los costos de la inversión efectuada. Aunado a ello, está el hecho de que la primera certificación deberá ser sufragada plenamente por el productor -de ahí la relevancia del apoyo gubernamental en esta etapa de desarrollo-; obtenido el certificado, su costo es cubierto por los réditos obtenidos de su comercialización como producto ecológico.
- En el rubro de insumos orgánicos, las principales limitantes son la escasez de proveedores nacionales (producto de las dificultades establecidas por la autoridad sanitaria mexicana para su autorización), siendo necesaria la importación de algunos componentes aunque, dicho sea de paso, esta condición también afecta a la producción convencional.

Ya sea producción convencional u orgánica, en ambos casos la comercialización es realizada bajo las condiciones comerciales en las cuales factores como la competencia directa entre actores con desigual capacidad (productores consolidados versus pequeña escala) y la intermediación son condicionantes que afectan las ganancias reales.

Aunado a lo anterior, destaca el hecho de que se trata de un producto sin valor agregado a diferencia de la propuesta impulsada por el Comercio Justo que se basa en la comercialización del coco como materia prima y promueve la creación de capacidad para detonar su eventual transformación en productos

que contengan niveles de procesamiento que coadyuven a una mejora en las ganancias recibidas por el productor en un mediano plazo.

Iniciando con el análisis del esquema orgánico y de comercio justo, para el caso de los productores certificados por FLO, los precios promedio para coco orgánico seco en el área de Latinoamérica son los siguientes:

<b>Producto (estándar específico)</b>	<b>Cantidad / Unidad</b>	<b>Nivel de precio (condiciones especiales)</b>	<b>Precio mínimo pagado</b>	<b>Prima CJ</b>
<i>Coco Orgánico entero, seco con cáscara</i>	USD/ Ton	EXW	392	30
		FOB	471	30
<i>Coco Convencional entero, seco con cáscara</i>	USD/ Ton	EXW	357	30
		FOB	428	30

**Fuente:** Base de datos de Precios de CJ Fairtrade, disponibles en <http://www.fairtrade.net/price-premium-info.html>.

Con base en el tabulador de precios FLO, el ingreso para un productor de comercio justo + orgánico esta establecido en \$5, 555<sup>356</sup> pesos/Tonelada bajo Incoterm EXW.

Retomando el ejercicio planteado al inicio de este apartado, el escenario en cuanto a precios y costos para la organización productora michoacana, conformada por 25 productores y un área total de 50 hectáreas, sería el que se presenta a continuación:

<b>Precios pagados a la Organización Productora</b>		
Producción total: 413.5 Toneladas		
Coco convencional:	\$1,031,683	pesos
Coco orgánico:	\$2,208,090	pesos
Coco FLO / Orgánico:	\$2,296,993*	pesos
*Enfáticese que el cálculo se basa en el <u>precio mínimo sugerido</u> para el producto según FLO, por lo que el precio puede ser superior al indicado en este ejercicio.		

<sup>356</sup> Monto calculado según tipo de cambio promedio durante 2012, equivalente a 1 USD = 13.1644 MXN, acorde histórico del Fondo Monetario Internacional, disponible en: <http://www.imf.org/external/data.htm>, [consulta: 20 de abril de 2013].

A diferencia del caso convencional, los productores orgánicos y de Comercio Justo deben considerar la aportación para el pago de los certificados correspondientes. Cabe indicar que para la obtención de la certificación orgánica se contemplan esquemas de certificación para grupos de productores consolidados en entidades legalmente constituidas que hacen más accesibles la obtención de un certificado, condición exigida también bajo el Comercio Justo. A continuación, se desglosan los elementos a ponderar en el costo por concepto de certificación en ambos casos:

- I. Costo de certificación Orgánica: Este monto variará acorde al organismo seleccionado siendo los factores a considerar los siguientes: presencia de la entidad certificadora y disponibilidad de inspectores en México (en caso de ser entidad extranjera sin corresponsalía en México, los costos del traslado del inspector y viáticos se incrementan considerablemente), costos administrativos, tarifa fija anual establecida por la organización, tarifa variable acorde al tipo de producto y número de productores.<sup>357</sup>
- II. Costo de certificación de Comercio Justo: como ya se ha reiterado, la pluralidad de normas privadas para validar el cumplimiento de criterios de Comercio Justo al interior de un proceso productivo varía. Sin embargo, por cuestiones del mercado alemán, los certificados de Comercio Justo más conocidos son FLO, Naturland Öko+fair y la alternativa de comercializar a través de marcas como Gepa o Rapunzel, importadoras con las cuales no es obligatorio la posesión de un certificado que avale el cumplimiento de normas “justas”.

---

<sup>357</sup> Para el cálculo del costo de certificación orgánica se empleó parámetros generales y se seleccionó como entidad de certificación al organismo Metrocert con oficina en el Estado de Michoacán. Homero Blas Bustamante, *Guía para la estimación de costos de certificación orgánica en México*, [PDF en línea], s/e, p.4-5., dirección URL: [http://www.cnpo.org.mx/descargas/taller\\_nacional\\_fortalecimiento\\_desarrollo\\_sep2009/13\\_estimacion\\_de\\_costos\\_para\\_la\\_certificacion\\_organica.pdf](http://www.cnpo.org.mx/descargas/taller_nacional_fortalecimiento_desarrollo_sep2009/13_estimacion_de_costos_para_la_certificacion_organica.pdf), [consulta: 17 de febrero de 2013]. Metrocert, *Tarifario aplicable a granos básicos y frutales para grupos productores 2011*, [PDF en línea], p.1-2., dirección URL: <http://www.metrocert.com/files/Tarifario%20metrocert%202011%20jul11%20vf.pdf>, [consulta: 17 de febrero de 2013].

Para el caso orgánico, el costo del certificado oscila en \$1,550 dólares (para un grupo de 100 productores) y para la certificación FLO la cuota inicial y renovación es de €1,430 / €1170 respectivamente, por lo que es un monto que debe incluirse en los gastos fijos para la producción<sup>358</sup>. El precio de los certificados es sufragado en proporción equitativa entre los miembros de la organización o en razón de su área agrícola por lo cual el impacto del costo de los certificados se verá reducido acorde al número de integrantes/hectáreas.

<b>Ingresos netos de la Organización Productora considerando costo de certificados (Orgánicos/ FLO)</b>						
Coco orgánico:	\$2,208,090 - \$20,405 (Certificado Org.)	= <b>\$2,187,685 pesos</b>				
Coco FLO / :	\$2,296,993 - \$45,589 (Certificado Org.+FLO)	= <b>\$2,251,404 pesos</b>				
Orgánico						
Aportación por productor	<table style="border: none;"> <tr> <td style="font-size: 3em; vertical-align: middle;">{</td> <td>Certificado orgánico: \$816.2 pesos</td> </tr> <tr> <td style="font-size: 3em; vertical-align: middle;">}</td> <td>Certificado orgánico + FLO: \$1,823.6 pesos</td> </tr> </table>	{	Certificado orgánico: \$816.2 pesos	}	Certificado orgánico + FLO: \$1,823.6 pesos	
{	Certificado orgánico: \$816.2 pesos					
}	Certificado orgánico + FLO: \$1,823.6 pesos					
<p>*La conversión de dólar / euro se efectuó con base en el histórico de tipo de cambio publicado en el FMI para el año 2012: USD =13.1644 MXN; EUR =16.9121 MXN.</p>						

Según las tarifas actuales, el escenario más rentable para un máximo aprovechamiento de los certificados consideraría como óptimo un total de 100 hectáreas que responderían al límite de área cubierta bajo la misma tarifa de certificación, además de que este mismo monto por concepto de certificación se dividiría entre un mayor número de productores, reduciéndose el impacto en su ingreso final.

<sup>358</sup> Para la estimación de los costos de certificación, consúltese: Homero Blas Bustamante, *Guía para la estimación de costos para la certificación orgánica en México*, [PDF en línea], s/e, México, 2010, 5 pp., dirección URL [http://www.cnpo.org.mx/descargas/taller\\_nacional\\_fortalecimiento\\_desarrollo\\_sep2009/13\\_estimacion\\_de\\_costos\\_para\\_la\\_certificacion\\_organica.pdf](http://www.cnpo.org.mx/descargas/taller_nacional_fortalecimiento_desarrollo_sep2009/13_estimacion_de_costos_para_la_certificacion_organica.pdf), [Consulta: 10 octubre de 2012]; FLO-CERT, *Sistema de cuotas para Organizaciones de Pequeños Productores*, [PDF en línea], s/e, Alemania, 2011, 16 pp., dirección URL [http://www.flo-cert.net/flo-cert/fileadmin/user\\_upload/certification/cost/es/PC\\_FeeSysSPO\\_ED\\_23\\_es.pdf](http://www.flo-cert.net/flo-cert/fileadmin/user_upload/certification/cost/es/PC_FeeSysSPO_ED_23_es.pdf), [Consulta: 19 de febrero de 2013].

En términos generales, es evidente el contraste de los dividendos obtenidos entre un productor de coco convencional respecto a uno apegado a procesos orgánicos y amparado bajo los criterios de comercio justo, siendo cerca del 114 por ciento superior. Respecto al monto recibido entre un productor de coco orgánico frente a uno de comercio justo si bien la diferencia no es tan significativa a primera vista –cercana al 4 % según el ejemplo-, la gran diferencia radica en que en el canal de Comercio Justo la cadena de intermediación es más compacta (productor-importador-distribuidor –consumidor). Además, estos productos son comercializados en un medio específico donde existe una aceptación tácita de los sobrepuestos de estos productos a diferencia del sector orgánico comercializado en la vía convencional que debe enfrentarse a un medio de consumo desensibilizado sobre el origen de su producción y los beneficios que conlleva.

En México aún no se ha establecido una demanda para productos orgánicos por lo que la comercialización en el mercado interno no es factible, siendo esta la razón principal de aventurarse a la exportación. La poca oferta está catalogada como alimentos gourmet y su disponibilidad en puntos de venta es limitada.

Por otro lado, la comercialización de coco en Alemania, introducida a través de las principales importadoras de Comercio Justo como Gepa o Rapunzel, ha logrado una gran aceptación entre el consumidor germano. Actualmente, la demanda es abastecida por cocos provenientes de Sri Lanka al no haber más proveedores. En este sector, el coco mexicano no tiene presencia debido a la falta de volumen disponible por lo que su propuesta como un nuevo producto mexicano exportable es una opción viable al no ser un sector saturado.

La mejor opción de comercialización de coco consiste en su variedad seca o copra ya que facilita su procesamiento. Para la producción de copra, los procedimientos orgánicos avalan el proceso de deshidratación bajo exposición del sol por lo que este estado es fácilmente asequible para las comunidades productoras. Una vez obtenida la copra, puede comercializarse a través de las

importadoras de comercio justo citadas anteriormente, siendo ellas las encargadas de la elaboración de productos procesados y el empaque final.

La propuesta de las importadoras se basa en elaborar productos innovadores y exóticos que los hagan atractivos al consumidor alemán, incrementando con ello la demanda de este producto. Paralelamente, estas importadoras promueven proyectos en comunidades productoras a fin de asesorarlas para que, en un mediano plazo, sean capaces de ser proveedoras de estos alimentos procesados, incrementando así su margen de ganancia. Algunos ejemplos de coco orgánico y de comercio justo distribuidos en Alemania son<sup>359</sup>:



Coco seco en rebanadas  
Precio Unitario € 1.14 /100 gr.

Coco seco rallado  
Precio Unitario €1.00/100 gr.



Leche de Coco  
Precio Unitario €1.20/200 ml.



Aceite de coco  
Precio Unitario €1.74/100 gr.



Harina de Coco  
Precio Unitario €4.95/500 gr.

Algunos artículos similares son comercializados en México en su variedad convencional y orgánica como la ralladura, leche y aceite de coco. En este sector, si podemos ejemplificar grosso modo la distribución de la ganancia. Por ejemplo, un productor convencional recibe en promedio \$1.72 MXN/ pza. de coco fresco. Este producto en punto de venta final<sup>360</sup> y teniendo como único procesamiento la remoción de la corteza exterior (pelado) y empaquetado tiene

<sup>359</sup> Productos comercializados por GEPA y Rapunzel, precios publicados en su tienda en línea, disponibles en <http://www.gepa-shop.de>; <http://webshop.rapunzel.de>., [consulta: 20 marzo de 2013].

<sup>360</sup> Ejemplo de coco producido en el estado de Michoacán y distribuido en punto de venta en la Ciudad de México. Precios obtenidos de la cadena departamental Superama, disponible en <https://www.superama.com.mx>, [Consulta: 25 de marzo de 2013].

un valor de \$33.90/ pza.; presentado en rebanadas y envasado tiene un costo de \$10.50 MXN (contenido de 90 gr.).

En el primer caso, el precio de venta final respecto al pagado al productor incrementó su valor 19 veces. En proporción de distribución de la ganancia, el pequeño productor percibió sólo el 5 por ciento del valor mientras que el resto se distribuyó en la cadena de valor (intermediarios, transportación, comercialización y procesamiento). En el segundo caso, el valor del producto aumentó 47 veces, bifurcándose la ganancia en 2.3 por ciento para el agricultor versus 97.7 por ciento. Bajo esta lógica, a mayor valor agregado, menor la proporción de la ganancia para el productor, razón que ha obligado al abandono de las actividades primarias por su poca rentabilidad.

Para los fines de este ejercicio, el valor de ganancia indicado sólo constituye un acercamiento al tratarse del ingreso bruto, ya que la falta de información impide elaborar un desglose de la distribución del mismo a lo largo de la cadena de valor para determinar la ganancia neta. Empero, los beneficios para los productores insertos en el manejo orgánico y que ingresan al comercio alternativo no sólo consisten en un mejor ingreso; también, incrementa sus posibilidades al propiciarse un efecto dominó positivo que se traduce en una mejor capacidad productiva derivándose en una paulatina competitividad que contribuya a establecer condiciones de vida dignas al convertir la labor agrícola en una actividad rentable por la cuál se perciba un pago acorde al valor real de los productos ofrecidos.

En resumen. A continuación se establecen los principales argumentos en los que se ha soportado la presente investigación a favor del establecimiento de un sistema de producción y consumo alternativo que coadyuve al mejoramiento de la realidad rural desde un ámbito particular. A nivel general, un método que contribuya a mejorar el rol competitivo de México, a través de su ámbito agrícola.

**Cuadro 41: Comparativo entre la producción Convencional vs. Producción Orgánica + Comercio Justo**

	<b>Producción Convencional</b>	<b>Producción Orgánica + Comercio Justo</b>
<b>Producción</b>	Capacidad productiva reducida al tratarse de unidades agrícolas de con extensiones inferiores a 1 ha.	La conformación de uniones productoras permite una organización de la producción mediante la maximización del uso y potencial de las unidades productivas atomizadas, lográndose así importantes volúmenes de cosecha.
<b>Acceso a la comercialización</b>	Al tratarse de volúmenes menores, un productor por sí mismo no cuenta con la capacidad de negociación para contactar a compradores de manera directa, situación que los hace presa fácil de la intermediación y la aceptación de precios ínfimos para sus cosechas.	El referente "orgánico" tácitamente considera un mejor precio por los productos, asegurando una mayor ganancia para el productor. Además, al tratarse de volúmenes considerables, una organización puede establecer negociaciones comerciales directamente con potenciales compradores, evadiendo el "coyotaje".
<b>Insumos</b>	Usualmente de origen extranjero, con costos elevados. Al ser elementos químicos, una vez aplicados, generan dependencia de los suelos por lo que prescindir de su uso afecta la fertilidad y por ende la producción. Su compra deriva en un gradual endeudamiento del productor para cubrir este rubro. En el mayor número de los casos, se toma en una actividad no reutilizable por lo que los productores optan por retirarse de la actividad agrícola	Existe una escasa oferta de insumos orgánicos nacionales debido a las restricciones "burocráticas" existentes por lo que los productores orgánicos deben optar por el uso de productos orgánicos de origen extranjero. Empero, las técnicas de producción orgánicas fomentan el uso de métodos naturales para el manejo de plagas, nutriciones de los suelos, entre otros, existiendo alternativas que los propios productores pueden elaborar, contribuyendo a la consolidación de unidades agrícolas autosuficientes.
<b>Competitividad</b>	Al tratarse de cultivos tradicionales, los productores no atienden cuestiones como la calidad. Las cosechas tienden a ser desiguales al depender de condiciones "naturales" como temporalidad climática, uso de insumos de manera esporádica, etc.	A pesar de ser "pequeños productores", al asirse a estándares orgánicos están obligados a cuidar cuestiones como inocuidad, calidad y manejo adecuado de las cosechas y recursos, elementos que sin duda se reflejan en las cualidades organolépticas,

<p>Márgenes de ganancia</p>	<p>La intermediación, los costosos insumos y los bajos precios de los productos agrícolas, merman considerablemente el ingreso de los pequeños productores. Siguiendo el caso sugerido de la producción de coco, un productor sólo recibe el 30 por ciento del valor final de la producción. De este ingreso debe considerarse la inversión para la futura cosecha.</p>	<p>tamaño y apariencia de los productos los cuales son altamente apreciados y demandados en los diferentes mercados.</p> <p>El primer factor que incide en un importante mejoramiento en el ingreso de los productores es la reducción de la intermediación, permitiendo que los ingresos por concepto del valor final de la producción sean íntegramente recibidos por la organización. Aunado a ello, los precios Premium obtenidos solventan el costo de las certificaciones.</p>
<p>Creación de capacidad e inversión.</p>	<p>Al contar con ingresos reducidos, los pequeños productores insertos en el esquema convencional no cuentan con acceso a prácticas, talleres o cursos que contribuyan a mejorar sus métodos productivos o ponderar la inclusión de valor agregado a sus productos. Respecto a la inversión, son contados los casos de productores beneficiados por programas públicos de apoyo rural. Generalmente sólo se destinan a compra de insumos para subsanar las cosechas.</p>	<p>Dentro de los lineamientos del Comercio Justo está la obligatoriedad de destinar un porcentaje de la prima pagada por el importador para ser destinados a proyectos de capacitación a fin de detonar un proceso de desarrollo comunitario paulatinamente. Dentro de los rubros a los que se destina este fondo está educación, salud, protección del entorno comunitario, innovación en el proceso de producción y adición de valor agregado mediante adquisición de equipos para el procesamiento de las materias primas, etc.</p>
<p>Impacto ambiental</p>	<p>El sistema de producción intensivo promovido por la Revolución Verde, y que busca ser implementado en México de manera masiva, ha repercutido en una afectación ambiental desfavorable, traducido en desertificación, infertilidad del suelo, pérdida de variedades agrícolas, agotamiento de recursos no renovables, emisión de dióxido de carbono, etc.</p>	<p>La producción orgánica promueve un manejo responsable de los recursos naturales al emplear técnicas agrícolas cuyo impacto en el entorno sea mínimo. El uso de insumos naturales contribuye al mantenimiento de los ecosistemas. Su uso ha comprobado la reducción de la contaminación y deterioro en la calidad del suelo y el agua así como la emisión de gases de efecto invernadero, coadyuvando al combate al cambio climático.</p>

## CONCLUSIONES

Los actuales métodos de producción y comercio de agroalimentos en una buena parte del mundo, al basarse en procesos intensivos que garanticen la obtención de mayores rendimientos y ganancias, han transformado el sistema agroindustrial de uno en que privaba el consumo local y los perfiles de dieta doméstica, por otra destinada a los mercados externos a través de la incorporación de nuevos productos requeridos por el sistema de alimentación internacional, generando efectos contrarios a los que originalmente motivaban su producción: generar mayor y mejor cantidad de alimentos para la población local: erradicación de la pobreza; soberanía alimentaria; autosuficiencia; y la diversificación gradual mediante el comercio, entre los más importantes.

El denominado “nuevo paradigma productivo” gira en torno a tres aspectos principales: el cambio de la vocación del suelo y de las habilidades laborales; la transformación administrativa y la incorporación tecnológica, las cuales hacen necesario un cuarto elemento, las transformaciones institucionales

¿Qué sucede en los países, especialmente los que están en proceso de desarrollo? Áreas antes no consideradas para la producción rural extensiva o intensiva, pasan a ser núcleo de interés de las empresas agropecuarias- muchas de ellas vinculadas a intereses transnacionales- y afectan directamente a la producción familiar y campesina, que vienen a ser los grandes “perdedores” de la transformación. Así, se consolida la nueva visión productiva, que la diferencian de la visión agrícola tradicional.

Pero más aún: el balance que a la fecha se ha obtenido, ha sumado a ese resultado negativo, otros iguales o más graves, como las afectaciones de orden ambiental reflejado en el desgaste de los recursos productivos naturales; de orden social, con el incremento de los índices de pobreza mundial, primordialmente en el sector rural; y de orden económico, representado con una marcada diferenciación entre países desarrollados y en vías de desarrollo.

Todo lo expuesto hace obligatoria la elaboración de un replanteamiento y de propuestas que coadyuven a o revertir dichos impactos que aquejan a la sociedad contemporánea, especialmente la de los países pobres como México.

Por ello, el presente trabajo tuvo como uno de sus propósitos aportar elementos de demostración de que la Agricultura Orgánica, en sinergia con el sistema alternativo de Comercio Justo, pueden ser una vía que -incida positivamente en los países en desarrollo y en nuestro país, mediante el incremento de las exportaciones agrícolas a través del desarrollo sustentable promovido por la inclusión de los pequeños productores, gestándose una paulatina erradicación de la pobreza en los sectores marginados y una reactivación gradual de las actividades del campo, modelo que puede ser implementado en México restituyendo el papel que el sector primario jugó en el progreso, la producción y el empleo nacionales.

Como muestra de lo anterior, se destaca el ejemplo de Perú y cómo la creciente competitividad agrícola desarrollada en los últimos años coincide con el impulso dado por parte del Estado para la producción orgánica en dicho país. En el caso de México, se exponen casos de organizaciones de pequeños productores—como la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI)— que mediante este modelo de producción alternativo aunado a las virtudes del sistema de Comercio Justo han alcanzado una capacidad productiva exportable, que ha permitido incrementar gradualmente sus horizontes y alcances comerciales al obtener mayores y “mejores” volúmenes de producción y precios más remunerativos por sus productos, en contraste con la vía convencional.

A nivel local, se han detonado procesos de desarrollo económico en las poblaciones rurales involucradas, que anteriormente se encontraban segregadas ante el abandono en el que está sumida la actividad agrícola, transformándola en un sector rentable.

En esta investigación se recalcó que la Agricultura Orgánica, como parte de la concertación de una estrategia sectorial comercial innovadora en México, basada en la inclusión -dentro de la producción mundial de alimentos- del componente social mayoritario del sector agrícola en nuestro país, representado por la figura del pequeño productor, el cuál actualmente se encuentra inactivo, incrementaría la capacidad exportadora nacional en el sector agroalimenticio de productos ecológicos que han generado una gran demanda en la última década, caracterizada por un sobreprecio justificado por sus cualidades organolépticas versus sus símiles convencionales. Lo que ha ocurrido con países latinoamericanos que han optado por este modelo, es un buen ejemplo.

La producción orgánica, que como se demuestra en la presente investigación está creciendo de manera acelerada en el mundo, ofrece una opción viable para la inclusión de los pequeños productores al esfuerzo del sector, no solo por ser un proceso inocuo, sino por que al ser cultivos que prescinden del uso de insumos agrícolas tradicionales, permiten que los agricultores que no suelen contar con la capacidad adquisitiva para su compra puedan optar por este sistema en que las técnicas de cultivo tradicionales- que caracterizan a las economías indígena y campesina- son altamente compatibles.

Esta premisa ha sido el detonante que ha caracterizado el inicio de la producción orgánica en México, factor que debería ser replicado para aprovechar sus beneficios aunque debe reconocerse que no ha logrado ser considerado seriamente dentro de las políticas públicas de aplicación general hasta al momento.

De manera concurrente, el presente trabajo aporta argumentos sobre cómo los mecanismos del Comercio Justo, al ser ampliamente compatibles con el sistema de producción orgánica, representan una alternativa viable para fomentar la Agricultura Orgánica en México, aun cuando se reconozca que ambos instrumentos están en etapa incipiente ante la citada falta de atención gubernamental.

Sin embargo, en esta investigación se han podido aportar estudios de casos en que para el pequeño productor, la Agricultura Orgánica y el Comercio Justo ofrecen la alternativa de venta de los productos, permitiendo la consolidación en el sector de manera competitiva, mediante una capacitación continua y los canales de comercialización adecuados, con el consecuente efecto en la mejora de sus ingresos.

Lo anterior es posible a través de los mecanismos ideados por el Comercio Justo, para responder y sortear las necesidades y problemáticas actuales a las que se enfrentan los pequeños productores, como son la falta de apoyos económicos, asesoría técnica especializada y capacidad de negociación en los diversos mercados, por citar algunas, haciendo posible el fomento de la producción orgánica en México a pesar del rezago estructural existente, y reduciendo los efectos perversos de la intermediación, que ha desarticulado el sector.

Otro de los ámbitos que ha sido motivo de estudio en este trabajo, fue la dependencia comercial de las exportaciones mexicanas con Estados Unidos, altamente expuesta a las contracciones de la demanda estadounidense. Por tal razón, se propuso a Alemania como un objetivo comercial atractivo, por las siguientes razones:

- a. Su posición estratégica dentro del mercado europeo. La penetración a uno de los mercados más exigentes, invariablemente, representa un vehículo para introducirse paulatinamente a otros mercados de la Unión Europea, favoreciendo la diversificación de las exportaciones mexicanas.
- b. Las tendencias de consumo de productos orgánicos comercializados a través de comercio alternativo en Alemania presentan rasgos de crecimiento favorables, además de la consideración de calidad que ya tienen algunos productos mexicanos (miel, café...) en el gusto de los consumidores germanos. Para ello, es preciso optar por la diversificación en la oferta basada en productos novedosos y que sean originarios de

México a fin de posicionarse más eficazmente, como la chía, aguacate, tequila, inulina de agave, amaranto o el coco –propuestos en esta investigación – que pueden tener gran potencial.

Actualmente, son pocos los productores mexicanos que se aventuran al mercado alemán debido a las exigencias que deben superarse o al desconocimiento para el acceso, optando por la opción que se tiene más a mano - Estados Unidos-.

Parte de este trabajo tuvo por objeto destacar cómo ciertas organizaciones de pequeños productores han ingresado exitosamente al mercado germano, comercializando productos como el café y la miel cuya calidad los distingue a nivel internacional.

A fin de comprobar cómo se beneficiaría la actividad agrícola al implementar los principios de la agricultura orgánica y el comercio justo, se desarrolló una simulación mediante el estudio de caso de un grupo productor de fruto cocotero en el estado de Michoacán producido orgánicamente como un bien con gran potencial exportador cuya demanda en Alemania ha cobrado auge al ser introducido a través del canal alternativo.

Para ello se analizó la producción y eventual comercialización en Alemania de coco en México, marcada por una desarticulación y graves problemas de intermediación en el país, que se traducen en un bajo precio pagado al productor, situación que ha causado entre los productores un gradual abandono de la actividad. Recientemente, el surgimiento de iniciativas de productores en el estado de Michoacán que, al conformarse en una organización productora con manejo de estándares orgánicos, les han permitido obtener mejores resultados en cuanto a la percepción de ganancias, al comercializar sus productos en mercados internacionales, principalmente en Estados Unidos, en contraste a la alternativa presente en el mercado local.

Para realizar este estudio de caso, fue fundamental validar que la producción orgánica, en conjunto con el comercio justo, pueden favorecer a la introducción de ese producto a un nuevo mercado, como sería el alemán, obteniéndose mejores ingresos además de coadyuvar desde un enfoque microeconómico a la propuesta de diversificación de los horizontes comerciales en las exportaciones de nuestro país.

Con la presente investigación, en opinión de la autora de la Tesis queda demostrado que los movimientos orgánico y de comercio justo han logrado establecer una articulación que consolida estructuras y estándares propios, abriendo la oportunidad de generar redes internacionales que ya han mostrado su utilidad para involucrar y beneficiar a millones de personas en el mundo, y para aportar argumentos sólidos de que es posible instaurar un sistema de producción y consumo basados en la sustentabilidad y la creación de relaciones equitativas entre las partes involucradas, transformando la percepción de “competencia y ganancia personal” hacia otra de “sociedad y mutuo beneficio”.

A pesar de lo anterior, es fundamental reconocer que aún cuando la exportación es la actual respuesta para la venta de estos productos ante la falta de suficiencia del mercado interno en México, es importante que paralelamente al aprovechamiento de la demanda para productos orgánicos que existe en algunos mercados internacionales, se incentive la práctica aquí recomendada y el consumo nacional.

Desde un ámbito particular, la agricultura orgánica muestra aportes positivos para problemas como la deficiencia en la producción alimenticia derivada de un agotamiento de los recursos naturales a raíz del sistema de producción intensivo promovido por la Revolución Verde y la Biotecnología. Su implementación ha demostrado que hace posible rehabilitar zonas agrícolas inactivas a través de la combinación de las técnicas agrícolas y, al mismo tiempo, preservar los recursos naturales al reducirse el impacto de la actividad agrícola en el uso de los recursos naturales, obteniéndose volúmenes rentables de cultivo, tal y como se

ha podido comprobar en zonas de producción orgánica de café en la región del sureste de México.

Por lo que se refiere a los insumos, la producción orgánica es ampliamente compatible con técnicas agrícolas tradicionales, lo cual faculta a los pequeños productores a formar parte de esta dinámica de producción, a diferencia del proceso intensivo, caracterizado por el empleo de insumos por lo regular caros comparativamente, amén de ser frecuentemente controlados y cooptados por empresas transnacionales.

En lo referente al Comercio Justo, además de entrañar con su ejercicio una crítica a las prácticas comerciales actuales, las cuales se sustentan en relaciones desiguales que han contribuido a un constante empobrecimiento de los productores, tiene el acierto de eludir los abusos en la comercialización, y contribuir a eludir diversas barreras comerciales.

Dentro de las principales aportaciones de este movimiento destaca la revaloración en el establecimiento de los precios de los productos donde se incluya variables como costos sociales y costos ambientales, además de considerar en la retribución por el producto, el método o técnica empleados en su producción.

Conviene aclarar que el Comercio Justo no se trata de una relación “asistencialista o caritativa”, sino de un cambio en los criterios del consumidor al momento del ejercer su compra, pues promueve el cuestionamiento del origen de los productos y la forma en que fueron elaborados, aceptándose el pago de un sobrepago para aquellos productos de carácter sustentable que además cumplan con estándares de calidad elevados.

Por su parte, el productor inserto en el canal de comercio justo tiene la obligación de cuidar en sus procesos estándares de orden ambiental y social. Además, mediante asesorías, están obligados a detonar un proceso de desarrollo al interior de sus comunidades que paulatinamente convierta a las

organizaciones productoras en estructuras independientes, capaces de interactuar directamente en el comercio convencional. La participación del consumidor, productor y demás actores que conforman el canal alternativo buscan hacer de las transacciones de intercambio comercial, vinculaciones basadas en un compromiso en el cual tanto productor como consumidor sean beneficiados.

En el caso de México, la vinculación lograda por ambos movimientos debe ser aprovechada retomando aquellos elementos que contribuyan al desarrollo de un modelo de producción agrícola incluyente, que permita reactivar y potenciar el sector agrícola, desencadenando un reposicionamiento de la competitividad del país como agroexportador, como resultado de un nuevo fenómeno de desarrollo rural.

Para establecer una propuesta seria de una opción de exportación, fue necesario elaborar un análisis profundo de la situación agrícola y comercial de nuestro país desde sus raíces, detectándose las causas de los principales problemas que aquejan al sector: reducción en sus volúmenes de producción, pérdida de su competitividad, empobrecimiento, dependencia comercial y estancamiento productivo derivados de un sector agrícola desarticulado y del deterioro de la calidad del suelo agrícola, por mencionar los más importantes.

La Agricultura Orgánica y el Comercio Justo pueden aportar con elementos que, de considerarse en la concertación de un plan nacional o regional de desarrollo agrícola, pueden contribuir a dar una mejor atención a los problemas citados que, hasta la fecha, sólo han sido manejados por parte de las instancias gubernamentales según la coyuntura política a través de medidas que sólo intentan ser paliativos, que en realidad no contribuyen a la solución de los problemas.

Implementar un esquema de producción donde se destaquen los beneficios de métodos ecológicamente amigables que además sean compatibles con las

técnicas agrícolas tradicionales de los pequeños productores – quienes constituyen el grueso de la fuerza de trabajo y área cultivable en México - con los aportes de las innovaciones tecnológicas sustentables que ofrece la agricultura orgánica, permitiría reactivar la actividad agrícola y rehabilitar aquellas extensiones con problemas de erosión o baja capacidad productiva.

El Comercio Justo, más allá de emplearse como canal de posicionamiento en un mercado “especial”, tiene elementos que también dan solución a cuestiones como la atomización de las áreas de cultivo y la baja capacidad productiva por unidad de producción, al proponer la conformación de organizaciones productoras que permitan “aglomerar” las extensiones agrícolas y estructurar su producción, logrando mayores volúmenes de cultivos como se demostró en la presente investigación.

Con la implementación de la propuesta contenida en este trabajo, es posible reactivar gran parte de las áreas agrícolas que han dejado de ser productivas debido a su abandono por la baja rentabilidad que hoy día las caracteriza, traduciéndose en un evidente aumento de la producción nacional, de la oferta exportable y de poder aportar que se cubra la demanda alimenticia, materia en que somos deficitarios.

Hoy en día, lejos de aprovechar estos sistemas de producción y comercialización, como lo han hecho los gobiernos de países latinoamericanos como Perú, Brasil, Argentina y Costa Rica, en México existe un gran desconocimiento y desinterés de las autoridades que siguen apostando por instaurar el modelo agrícola “moderno” de la Revolución Verde basado en las innovaciones tecnológicas de hace medio siglo, aún cuando se han demostrado sus múltiples insuficiencias. A pesar de que en México se dio el primer registro de café orgánico y de comercio justo obtenido por una organización de pequeños productores en el mundo, el nivel de desarrollo del sistema orgánico y justo es, lamentablemente, incipiente

A pesar de ello y del marco regulatorio orgánico mexicano aún está en etapa de consolidación, es preciso indicar que finalmente se concretó la publicación de los ordenamientos respectivos el pasado 23 de octubre de 2013 - proceso que tomó siete años desde la publicación de la Ley de Productos Orgánicos en cuyo texto se indicaba un periodo de un año- mostrando el desinterés y la falta de visión del gobierno federal sobre el tema.

Los lineamientos para la producción orgánica sin duda serán el detonante que permita elaborar una evaluación del interés real que existe tanto en las comunidades de productores como en las estructuras gubernamentales, para que se establezca un marco de apoyo y se proporcionen los recursos necesarios para incentivar un sistema alternativo de producción en los próximos años. Además de fomentar su difusión, será vital para el éxito de estos lineamientos su eventual reconocimiento de homologación con las principales legislaciones en materia de producción orgánica en el mundo: Estados Unidos y Unión Europea.

Los logros alcanzados hasta el momento, son resultado de las organizaciones productoras, instituciones de investigación y consumidores interesados en difundir este modelo. Los principales obstáculos a sortear son los propios organismos gubernamentales encargados de “fomentar y apoyar al campo”, dejándose escapar hasta ahora las oportunidades que ofrecen la producción orgánica y el comercio justo. La instauración del marco normativo para la producción orgánica y su promoción por el Estado, son factores clave que merecen ser estudiados y difundidos ampliamente en los próximos años.

Es aventurado ejercer un juicio sobre los alcances futuros de estos movimientos tanto en México como en el actual sistema de producción y consumo nacional y mundial. Desde una óptica cuantitativa, los volúmenes de producción y consumo respecto al total mundial son apenas significativos al abarcar un área del mercado del uno por ciento. Sin embargo, conceptualmente, ambos planteamientos han generado una revolución conceptual, fundamentalmente en los países desarrollados, que han contribuido a volcar la atención de las

organizaciones internacionales más importantes, generando una gradual compenetración de los gobiernos al reconocer e incluso legislar -como es el caso de la producción orgánica o la elaboración de políticas públicas que rescaten soluciones promovidas por el comercio justo- dando respuesta a problemáticas a las cuales no se había logrado dar un correcto tratamiento. En los países en desarrollo, millones de productores y sus familias han mejorado sus condiciones de vida como resultado de su trabajo al tener acceso al comercio establecido y que opera sobre los nuevos cimientos que han calificados conjuntamente como el “catalizador del desarrollo”.

Es justo indicar que ambas propuestas también se han enfrentado a momentos de choque, crítica e incluso momentos de crisis y cismas en algunas latitudes. Empero, han logrado replantearse y evolucionar en un contexto de deterioro del sistema convencional, lo que sin duda se traducirá en su ampliación, perfeccionamiento, difusión y consolidación, ya que aún tienen mucho que aportar, particularmente en los países en desarrollo como el nuestro.



## BIBLIOGRAFÍA / HEMEROGRAFÍA

A. Dahlberg, Kenneth, *Beyond the Green Revolution: the Ecology and Politics of Global Agritultural Development*, Ed. Plenum, Estados Unidos, 1979, 256 pp.

Arnon Isaac, *Modernization of Agriculture in developing countries*, Ed. John Wileys & Sons, Reino Unido, 1987, 625 pp.

Barajas, Rosa Elvia, "Biotecnología y Revolución Verde. Especificidades y divergencias", *Revista Sociológica*, núm. 16, vol. 6, México, UAM-A, mayo-agosto, 1991, 61-83 pp.

Bernal Ignacio, et al., *Historia general de México*, México, El Colegio de México, 7° reimpresión, 2006, p. 160-166.

Candace Archer; Stefan Fritsch, "Global fair trade: humanizing globalization and reintroducing the normative to international political economy", *Review of International Political Economy*, vol. 17, núm. 1, Estados Unidos, Routledge Taylor and Francis Group, enero-febrero, 2010, 103-128 pp.

Cervantes Reyes, Estela, "Agroecología vs. Biotecnología. Consideraciones sobre la polémica", *Revista Sociológica*, núm. 16, vol. 6, México, UAM-A, mayo-agosto, 1991, 85-101 pp.

Cooper Joseph; Lipper Leslie, et. al., *Agricultural Biodiversity and Biotechnology in Economic Development*, Ed. Springer Science + Business Media, EUA, 2005, 499 pp.

Cuéllar, María del Carmen; Reintjes, Carola, *Los sellos y sistemas de garantía para el Comercio Justo. Compra responsable*, España, Icaria, 2009, 215 pp.

Escalante, Sebastián; et. al., *Negocios. The Agro Industry Issue*, México, ProMéxico, núm. XI, noviembre, 2009, 64 pp.

Gómez Cruz, Manuel; et. al. *Agricultura, apicultura y ganadería orgánicas de México 2005: Situación, Retos, Tendencias*. Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial (CIESTAAM), Universidad Autónoma Chapingo, México, 2005, 68 pp.

Gómez Cruz, Manuel; Gómez Tovar, Laura; Schwentesius Rindermann, Rita; *Agricultura Orgánica. Mercado Internacional y Propuesta para su desarrollo en México*, México, UACH-CIESTAAM, Serie Reportes de Investigación, núm. 62, febrero, 2004, 2ª edición, 58 pp.

Gómez Cruz Manuel Ángel; Rita Schwentesius Rindermann, et. al., *Agricultura, Apicultura y Ganadería Orgánica de México-2009. Estado Actual, Retos, Tendencias*, México, UACH-CONACYT, 2010, 107 pp.

Gómez Cruz Manuel, Rita Schwentesius, et.al, *Agricultura Orgánica. Mercado Internacional y Propuesta para su desarrollo en México*, UACH-CIESTAAM, Serie Reportes de Investigación No.62, Febrero, 2004, 58 pp.

Gómez Cruz Miguel Ángel; Rita Schwentesius Rindermann, "Efectos del TLCAN en el sector agroalimentario. Bases para su renegociación", *Revista Sociedades Rurales: producción y ambiente*, núm. 5, vol. III, México, UAM, diciembre, 2002. pp. 67-72.

González Santiago, María Virginia, *Agroecología. Saberes campesinos y agricultura como forma de vida*, México, UACH, 2008, 177 pp.

Hernández-Vela Salgado, Edmundo, *Diccionario de Política Internacional*, Tomo I, 6° edición, Editorial Porrúa, México, 2002, pp.356.

Hoggart, Keith, *Agricultural Change, Environment and Economy*, Estados Unidos, Mansell, 1992, 249 pp.

Kleese, Roger A., "El impacto de la biotecnología en la productividad de la agricultura", *Revista Sociológica*, núm. 16, vol. 6, México, UAM-A, mayo-agosto, 1991, 255-271 pp.

Montagut Xavier; Esther Vivas, *¿Adónde va el comercio justo? Modelos y experiencias*, España, Icaria, 2006, pp.130

ONU, *The Millennium Development Goals. A Latin American and Caribbean Perspective*, ONU, Chile, 2005, 321 pp.

Piñón Antillón, Rosa María; *Economía Global e Integración Regional: las experiencias de América Latina y de la Unión Europea*, ECSA-UNAM, México, 2005, 342 pp.

Ransom, David, *Comercio Justo: Doble Comercio*, España, Intermón Oxfam, 2002, 144 pp.

Reyes Santiago, Taurino, "Experiencias y Retos de la certificación de Productos Orgánicos en México" en *México Orgánico. Experiencias, Reflexiones, Propuestas*, CIESTAAM-SOMEXPRO-Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos, México, 2007, 122 pp.

S/a, *Exportación de productos alimenticios a la República Federal de Alemania: Requisitos de calidad, envasado, rotulado y etiquetado*, Alemania, Ministerio Federal de Cooperación Económica de la República Federal de Alemania, Cámara de Industria y Comercio de Munich y Alta Baviera, 1991, 5ª edición, 111 pp.

Schwentesiús Rindermann, Rita; Gómez Cruz, Manuel; Blas Bustamante, Homero, *México Orgánico. Experiencias, Reflexiones, Propuestas*, México, CIESTAAM/ SOMEXPRO / Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos, 2007, 121 pp.

Sichar, Gonzalo; Cabrera, Pablo, *Comercio Justo ¿una alternativa real?*, España, Cideal-Setem, 2002, 147 pp.

Stiglitz, Joseph, *El malestar en la globalización*, Taurus, México, 2002, p. 39.

Stiglitz, Joseph E.; Charlton Andrew, *Comercio Justo para todos. Cómo el comercio puede promover el desarrollo*, Rodríguez Martín Natalia (traducción), México, Taurus, 2007, 464 pp.

Torres Carral, Guillermo; Muro Bowling, Pedro, *Agricultura Ecológica y Reconstrucción Social*, México, UACH, 2004, 185 pp.

Tovar Gómez, Laura; Gómez Cruz, Manuel A.; Schwentesiús Rindermann, Rita, *Desafíos de la Agricultura Orgánica. Comercialización y certificación*, México, Mundi-Prensa- CIESTAAM, 1999, 224 pp.

Trápaga, Yolanda y Felipe Torres, *La Agricultura Orgánica: una alternativa para la economía campesina de la globalización*, Plaza y Valdés Editores / Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, México, 1997, 196 pp.

Trápaga, Yolanda; Torres, Felipe, *El Mercado Internacional de la Agricultura Orgánica*, México, Instituto de Investigaciones Económicas-UNAM, 1994, 232 pp.

Trigo Massieu, Yolanda Cristina, “¿Revolución de la biotecnología o tercera revolución agrícola? de Pierre-Michel Rosner”, *Revista Sociológica*, núm. 16, vol. 6, México, UAM, mayo-agosto, 1991, 381-387 pp.

Vogt Gunter, *Origen y desarrollo de la Agricultura Ecológica*, Conceptos ecológicos, SÖL. Alemania, 2000, 99 pp.

Willer; Helga; Youssefi-Menzler, Minou, et. al. *The World of Organic Agriculture. Statistics and Trends 2008*, Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM) / Instituto de Investigación en Agricultura Orgánica (FiBL), Alemania, 2008. 267 pp.

Zapata Altamirano, Ricardo y Rafael Calderón, *Agricultura Orgánica: producción de México hacia el mundo*. Primer Foro Nacional sobre Agricultura Orgánica, CONARAO -SAGAR- UAM-X, México, 1998, 149 pp.

### DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS

Alter Eco Fair Trade Study, *A survey of existing and potential fair trade consumers*. Alter Eco, Estados Unidos, octubre 2008, 33 pp, Dirección URL: [www.altereco-usa.com/...co-fairtrade-study2008usa.pdf](http://www.altereco-usa.com/...co-fairtrade-study2008usa.pdf)

Anil Hira, Jared Ferrie, “Fair trade: Three Key Challenges for reaching the Mainstream” en *Journal of Business Ethics*, Volúmen 63, No. 2, Springer Netherlands, enero, 2006, págs.107-118 pp. Dirección URL: <http://link.springer.com/article/10.1007/s10551-005-3041-8>

Ávila Carlos, “Ciencia y pobreza en el campo mexicano”, *Sociedades Rurales, Producción y Medio Ambiente*, núm. VI, vol. IV, México, UAM, junio, 2003, 97-100 pp. Dirección URL: [http://srpma.xoc.uam.mx/tabla\\_contenido.php?id=61](http://srpma.xoc.uam.mx/tabla_contenido.php?id=61)

Ayuntamiento de Madrid, *Diagnóstico sobre el Comercio Justo en Madrid*, España, 2009, 90 pp. Dirección URL: <http://www.madrid.es>

Blas Bustamante, Homero, *Guía para la estimación de costos para la certificación orgánica en México*, [PDF en línea], s/e, México, 2010, 5 pp. Dirección URL: [http://www.cnpo.org.mx/descargas/taller\\_nacional\\_fortalecimiento\\_desarrollo\\_sep2009/13\\_estimacion\\_de\\_costos\\_para\\_la\\_certificacion\\_organica.pdf](http://www.cnpo.org.mx/descargas/taller_nacional_fortalecimiento_desarrollo_sep2009/13_estimacion_de_costos_para_la_certificacion_organica.pdf)

Buzek Jerzy, *Discurso del Presidente del Parlamento Europeo en apoyo al consumo “justo”* con motivo del día mundial del Comercio Justo, 21 de abril de 2011. Dirección URL: [http://www.wfto.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1442&Itemid=1](http://www.wfto.com/index.php?option=com_content&task=view&id=1442&Itemid=1)

Boonmark Mark, et al; *Fair Trade Facts and Figures 2010. A Success Story for Producers and consumers*, Asociación Holandesa de Tiendas del Tercer Mundo, Holanda, 2011, pp. 112. Dirección URL: <http://www.wfto.com>.

Carta de principios de Comercio Justo, Dirección URL: <http://www.wfto.com>

CODEX ALIMENTARIUS, *Directrices para la Producción, Elaboración, Etiquetado y Comercialización de Alimentos Producidos Orgánicamente*, FAO, Italia, 2007, Dirección URL: <http://www.codexalimentarius.net>

Comisión de las Comunidades Europeas; *Comunicación de la Comisión al Consejo relativa al “Comercio Justo”*, COM (1999) 619 final, Bélgica, 1999. Dirección URL: <http://eur-lex.europa.eu/>

Comisión Interinstitucional de Comercio Justo y Solidario; *Plan estratégico 2009-2013 para impulsar el Comercio Justo y la Economía Solidaria*, [PDF en línea], Ministerio de Economía, Guatemala, 2009. 59 pp.

Comité de Agricultura. *Definición Agricultura Orgánica, Trabajo 15*, periodo de sesiones 25-29 enero, 1999. FAO. Dirección URL: <http://www.fao.org/unfao/bodies/COAG/COAG15/X0075S.htm>  
Lampkin, Nicolás, *Agricultura Ecológica*. España, Mundi-Prensa, 2001, 724 pp.

Cooper Joseph, et. al., *Agricultural Biodiversity and Biotechnology in economic development*, vol. 27, núm. 2, EUA, Springer Science & Business Media, 2005, 499 pp. Dirección URL: <http://www.springerlink.com.pbidi.unam.mx:8080/content/>

Córdova Arnaldo, *La ideología de la Revolución Mexicana: la formación del nuevo régimen*, México, Ed. Era, 1973, 23ª reimpresión, 508 pp.

Cruz, Luis, *Política de Financiamiento Rural. Elementos para la Glosa 2009 y proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación 2010* [en línea], México, Cámara de Diputados, CEDRSSA, octubre 2009, Dirección URL: <http://www.cedrssa.gob.mx/?doc=1990>

Cruz Juan Carlos, "Sequías y heladas impactan en la producción de granos: SAGARPA", [en línea], México, *Proceso*, Sección Economía, 17 de octubre de 2011, Dirección URL: <http://www.proceso.com.mx/?p=284741>.

Diario Oficial de la Unión, *Decreto No.7.358*, Primera Sección, No. 220, 18 de noviembre de 2010. <http://www.in.gov.br/imprensa/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=2&data=18/11/2010>

Diario Oficial de las Comunidades Europeas, *Reglamento CEE No. 2092/91 Sobre la Producción Agrícola Ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios*, 1991, 3 - 4 pp. Dirección URL: <http://eur-lex.europa.eu/JOIndex.do?ihmlang=es>

Escaith Hubert, et. al., *Estadísticas del Comercio Internacional*, Organización Mundial de Comercio, Suiza, Ed. 2010, 2011, 2012, Suiza. Dirección URL: [http://www.wto.org/spanish/res\\_s/statis\\_s/its2012\\_s/its12\\_toc\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/its2012_s/its12_toc_s.htm)

European Fair Association, *State of Play of Fair Trade Public Procurement in Europe*, Bélgica, 2010, pp. 59. Dirección URL: <http://www.european-fair-trade-association.org/observatory/index.php/studies>.

European Fair Trade Association; *Buying Fair trade. European Model on Fair Trade Public Procurement*, Bélgica, 2010, Dirección URL: <http://www.european-fair-trade-association.org/observatory/index.php/europeanmodelonftpp>

Fairtrade Labelling Organisation, *Challenge and opportunity. Annual Report 2010-11*, FLO, Alemania, 2012, 24 pp.

Fairtrade Labelling Organisation; *Fairtrade leading the way. Annual Report 08-09*, FLO, Alemania, 2009, 28 pp.

Fairtrade International, *Fee System Small Producer Organisation*, FLO-cert GMBH, Alemania, 2013. Dirección URL: <http://www.flo-cert.net>

Fairtrade International, *For Producers, with producers. Annual Report 2011-2012* [PDF en línea], Alemania, 2012. 20 pp.

Fairtrade USA, *Almanac 2010*, Estados Unidos, 2011, 63 pp. Dirección URL: [http://www.altereco-usa.com/media/images/Almanac\\_2010\\_0.pdf](http://www.altereco-usa.com/media/images/Almanac_2010_0.pdf)

FAO, *Enseñanzas de la Revolución Verde. Hacia una nueva Revolución Verde*, Cumbre Mundial Sobre la Alimentación, Documentos Técnicos de referencia FAO, Italia, 1996 . Dirección URL: <http://www.fao.org/docrep/003/w2612s/w2612s06.htm>

FAO, *Fitogenética: la revolución verde y los milenios anteriores*, Sala de Prensa-FAO, 2003. Dirección URL: <http://www.fao.org/spanish/newsroom/focus/2003/gmo2.htm>

FIRCO, *Avance de Apoyos Financieros*, presentado en la 8ª Reunión Ordinaria del CNPO, Dirección URL: <http://www.cnpo.org.mx/sesiones.htm>

Folleto, Ser Justo S.C., México, 2009.

Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola, *Informe sobre pobreza rural 2011*, Italia, 2011, 324 pp. Dirección URL: <http://www.ifad.org/rpr2011/s/index.htm>.

Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos, *Programa Especial Concurrente para el Desarrollo Rural Sustentable 2007-2012*, [archivo PDF], México, Comisión Intersecretarial para el Desarrollo Rural Sustentable, 2007, 129 pp.

Heinze Karin, "Bio-Imker fordern Gentechnik-Moratorium für Mexiko", [artículo en línea], *Bio-Markt.Info*, disponible en [http://www.bio-markt.info/web/Welt/Lateinamerika/Bio-Imker\\_fordern\\_](http://www.bio-markt.info/web/Welt/Lateinamerika/Bio-Imker_fordern_)

IFOAM, *Normas de IFOAM para producción y procesamiento de orgánicos*, [PDF en línea], Alemania, 2007, 147 pp. Dirección URL: <http://somexpro.org/wp-content/uploads/2009/02/ifoam>.

INEGI, *Resultados preliminares IX Censo Ejidal, Comunicado no. 069/08*, 11 de abril de 2008, Dirección URL: <http://www.inegi.org.mx/sistemas/comunicados/default.aspx?c=17065&s=est>

Instituto de Biotecnología, *Las Plantas Transgénicas y la Agricultura Mundial*; UNAM, Dirección URL: [http://www.ibt.unam.mx/server/PRG.base?alerno:0,clase:base,tipo:doc,dir:transge.html,tit:Las\\_Plantas\\_Transg%E9nicas\\_y\\_la\\_Agricultura\\_Mundial,pre:base](http://www.ibt.unam.mx/server/PRG.base?alerno:0,clase:base,tipo:doc,dir:transge.html,tit:Las_Plantas_Transg%E9nicas_y_la_Agricultura_Mundial,pre:base)

Lula Da Silva, Luis Ignacio, "Decreto No- 7.358 por el que se establece el Sistema Nacional de Comercio Justo" [en línea], Diario Oficial de la Unión, núm. 220, sección 1ª, Brasil, 18 de noviembre de 2010, p. 2, Dirección URL: <http://www.in.gov.br>.

Marlike Kochken, *SixtyYears of Fair trade: A Brief history of the Fair Trade movement*, EFTA, noviembre, 2006, Dirección URL: <http://www.wfto-europe.org>.

Mariscal, Ángeles, "El café orgánico de Chiapas crece a contracorriente y sin incentivos", CNN México, Sección Nacional, 25 de enero de 2011, Dirección URL: <http://mexico.cnn.com/nacional>

Menéndez Gámiz, Carlos, "Comparativo del número y tamaño de las UPR nacional y por entidades federativas entre los Censos Agrícolas de 1991-2007", [PDF en línea], *Agenda Rural*, México, CEDRSSA, año 1, núm. 3, 30 de abril de 2009, p.2, Dirección URL: <http://www.cedrssa.gob.mx/?id=307>.

Metrocert, *Tarifario aplicable a granos básicos y frutales para grupos productores 2011*, [PDF en línea], Dirección URL: <http://www.metrocert.com/files/Tarifario%20metrocert%202011%20jul11%20vf.pdf>.

Milford Anna, *Coffee, co-operatives and competition: the impact of Fair Trade*, Chr. Michelsen Institute, Noruega, 2004, 83 pp. Dirección URL: [www.fairtrade.net/...oads/media/Milford\\_Coffee](http://www.fairtrade.net/...oads/media/Milford_Coffee)

Morett Jesús, Celsa Cosío, *Escenarios y actores en el medio rural*, [PDF en línea], México, Cámara de diputados, CEDRSSA, 2006, 231 pp. Dirección URL: [www.cedrssa.gob.mx/includes/asp/download.asp?iddocumento=1542...](http://www.cedrssa.gob.mx/includes/asp/download.asp?iddocumento=1542...)

ONU, Convención sobre Diversidad Biológica, ONU, 1993, Dirección URL: [www.cbd.int/doc/legal/cbd-es.pdf](http://www.cbd.int/doc/legal/cbd-es.pdf)

Peña Gerardo, *Programa Elaboración de Casos de Éxito de Innovación en el Sector Agroalimentario. Producción de Coco Fruta*, [PDF en línea], México, Fundación Produce Quintana Roo, Octubre 2011, 39 pp., Dirección URL: <http://www.siac.org.mx/fichas/62%20Quintana%20Roo%20Coco%20Fruta%20VF.pdf>.

Pierre William Johnson, *El Comercio Justo en México, Sellos de Garantía y Estrategias*, [PDF], Comité francés del Cumbre Mundial de Desarrollo Sustentable Johannesburgo 2002, s/editorial, 2004, 163 pp. Dirección URL: [http://www.academia.edu/969396/El\\_Comercio\\_Justo\\_en\\_Mexico\\_](http://www.academia.edu/969396/El_Comercio_Justo_en_Mexico_)

Ramírez Díaz Francisco; Altynáí Arias (comp.), *Armonización de los movimientos campesinos en México (1990-2007). Desarrollo nacional, cuestión agraria y la pequeña producción mercantil rural en México*, [en línea], México, CEDRSSA, 2008, Dirección URL: <http://www.cedrssa.gob.mx/?doc=1679>.

Raynolds T. Laura, "Re-embedding global agriculture: The international organic and fair trade movements", *Journal of Agriculture and Human Values*, vol. 17, núm. 3, Holanda, Springer, 297-309 pp. Dirección URL: <http://www.springerlink.com>.

Reglamento de Ejecución No. 1267/2011 de la Comisión, [en línea], Diario Oficial de la Unión Europea, Serie L324, 7 de diciembre de 2011, p.9-13, Dirección URL: <http://eur-lex.europa.eu/JOIndex.do?ihmlang=es>

Redacción 2000 agro, "Maquileros agrícolas se organizan para mecanizar el agro mexicano", [versión digital], *Revista 2000 agro*, núm. 71, México, Prerensa Digital, octubre-noviembre, 2011, pp. 34-37. Disponible en: <http://www.2000agro.com.mx>.

Revista 2000 Agro, "Precios en frutas subirán 200% por Jova", [en línea], Boletín 237, octubre 2011, Dirección URL: [boletin@2000agro.com.mx](mailto:boletin@2000agro.com.mx)

Rojas Patricia; Sergio Sepúlveda, *¿Qué es la competitividad?*, [en línea], Costa Rica, IICA, Folleto no. 2, 1999, 26 pp. Dirección URL: <http://www.iica.int/Esp/organizacion/LTGC/DesRural/>

Rubio D'Arce, Marlen, *Avance del grupo de trabajo de Promoción Comercial*, 6ª Reunión Ordinaria del CNPO, Ciudad de México, SAGARPA, 21 de marzo de 2011. Dirección URL: <http://www.cnpo.org.mx/sesiones.htm>,

Rubio D'Arce, Marlen, *Avance del Sistema de Promoción*, 7º Reunión Ordinaria del Consejo Nacional de Producción Orgánica, México, SAGARPA, 29 de septiembre, 2011. Dirección URL: <http://www.cnpo.org.mx/sesiones.htm>

S/a, *Boletín de exportaciones del sector agroalimentario. Cifras preliminares a diciembre 2011*, [PDF en línea], México, SAGARPA, Subsecretaría de Fomento a los Agronegocios, 2011, Dirección URL: <http://www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/comercio/Paginas/Comercio-Exterior.aspx>,

S/a, *Convención sobre Diversidad Biológica*, Artículo 2, [en línea], Brasil, ONU, 1992, Dirección URL: <http://www.cbd.int/Doc/Legal/Cbd-Es.Pdf>.

S/a, *Documento para la selección y uso de normas CJM*, [PDF], México, Comercio Justo México AC, 2008, Dirección URL: <http://www.comerciojusto.com.mx>

S/a, *El mercado de tractores en México, situación y perspectivas*, Revista agro 2000, 40-45 pp. Dirección URL <http://www.2000agro.com.mx>.

S/a, *Fair und Bio- einige Zahlen*, [en línea], Alemania, Foro de Comercio Justo, Dirección URL: <http://www.forum-fairer-handel.de/#1>,

S/a, *Guía del marco operativo de control para Frutas y verduras*, [PDF en alemán], Alemania, Oficina Federal para la Agricultura y la Alimentación, (BLE), 2011. Dirección URL: [http://www.ble.de/DE/02\\_Kontrolle/01\\_Qualitaetskontrolle/01\\_EinUndAusfuhrkontrolle/ObstUndGemueseFrisch.html?nn=2306120](http://www.ble.de/DE/02_Kontrolle/01_Qualitaetskontrolle/01_EinUndAusfuhrkontrolle/ObstUndGemueseFrisch.html?nn=2306120)

S/a, “Las Plantas Transgénicas y la Agricultura Mundial”, [en línea], Instituto de Biotecnología, UNAM, Dirección URL: <http://www.ibt.unam.mx/server/PRG.base?alterno:0,clase:base,tipo:doc>,

S/a, Ley de Producción Orgánica, disponible en [www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LPO.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LPO.pdf).

S/a, Manual de Estándares NOP-EUA, Dirección URL: <http://www.eccysarioja.com/pdfs/Spanish%20NOP%20ECCYSA%20v.7%2020.07.10%20WEB.pdf>

S/a, *México Majomut*, [PDF en línea], Estados Unidos, Atlas Coffee Importers, 2 pp., Dirección URL: [www.atlascoffee.com/mtp/majomut\\_mtp.pdf](http://www.atlascoffee.com/mtp/majomut_mtp.pdf).

S/a, *Monitoring the scope and Benefis of Fairtrade*, [PDF en línea], 4a Edición, Alemania, Fairtrade Labelling Organisation, 2012, pp. 52, Dirección URL: <http://www.fairtrade.net>

S/a, *Organic Market Report 2010*, Reino Unido, Soil Association, 39 pp. Dirección URL: <http://www.soilassociation.org/LinkClick.aspx?fileticket=bTXno01MTtM%3d&tabid=116>

S/a, *Posición de los socios comerciales en comercio exterior de la República Federal de Alemania en 2012*, [PDF en línea], Departamento alemán de estadística, 2013, 5 pp. Dirección URL: <http://www.destatis.de>

S/a, Presupuesto de Egresos para el Sector Agropecuario PEC 2012, [PDF en línea] Consejo Estatal Agropecuario de Chihuahua, México, 15 de noviembre de 2011, Dirección URL: <http://ceach.org.mx/documentos>

S/a. Reglamento de la Ley de Productos Orgánicos, Dirección URL: [http://www.cnpo.org.mx/descargas/reglamento\\_de\\_la\\_ley\\_de\\_productos\\_organicos\\_DOF\\_01042010.pdf](http://www.cnpo.org.mx/descargas/reglamento_de_la_ley_de_productos_organicos_DOF_01042010.pdf).

S/a, “Über 500 Mio Euro für Fairtrade”, [artículo en línea], disponible en Fairtrade Alemania, 18 de abril de 2013, dirección URL: <http://www.fairtrade-deutschland.de>,

Sandoval García Ángel, *El café orgánico en la organización de producción UCIRI San Juan Mazatlán, Oaxaca, México*, Tesis de Maestría, México, Colegio de Postgraduados, Instituto de Enseñanza e Investigación en Ciencias Agrícolas, 2011, 99 pp. Dirección URL: <http://hdl.handle.net/10521/608>

SAGARPA, Directorio de Agroexportadores Mexicanos, [PDF en línea], México, 7° Edición, Centro de Atención y Servicios MexBest, 2011, pp. 133, Dirección URL: <http://www.mexbest.com/en/directorio-de-oferta-exportable/>.

Schaack Diana; et. al., *Zahlen, Daten, Fakten. Die Bio-Branche 2011*, [PDF en línea], Ed. 2011, 2012, Alemania, Asociación de la Industria de Alimentos Orgánicos (BÖWL), Dirección URL: [www.boelw.de/zdf.html](http://www.boelw.de/zdf.html)

*Sistema de cuotas para Organizaciones de Pequeños Productores*, [PDF en línea], s/e, Alemania, 2011, 16 pp., Dirección URL: [http://www.flo-cert.net/flo-cert/fileadmin/user\\_upload/certification/cost/es/PC\\_FeeSysSPO\\_ED\\_](http://www.flo-cert.net/flo-cert/fileadmin/user_upload/certification/cost/es/PC_FeeSysSPO_ED_)

Sistema de Información sobre Agricultura Orgánica, *Autorizaciones de Importación para productos provenientes de terceros países, acorde al Artículo 19 de la Regulación No. 1235/2008 que establece normas para la aplicación del Reglamento No. 834/2007*, Unión Europea, Dirección URL: en: [http://ec.europa.eu/agriculture/ofis\\_public/r9/ctrl\\_r9.cfm?targetUrl=home](http://ec.europa.eu/agriculture/ofis_public/r9/ctrl_r9.cfm?targetUrl=home)

Soto, Gabriela, Reinhold Muschler, "Génesis, fundamentos y situación actual de la Agricultura Orgánica", *Manejo Integrado de Plagas y Agroecología*, Núm. 62, Sección Agricultura Orgánica, Costa Rica, Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza, 2001, pp. 101-105. Dirección URL: <http://web.catie.ac.cr/informacion/rmip/rev62/101-105.pdf>

Soto, Gabriela, et. al, *Memoria del Taller Agricultura Orgánica: una herramienta para el desarrollo rural sostenible y la reducción de la pobreza*, [PDF en línea], Multiprint, Costa Rica, 2003, 111 pp.

Toralf Richter; et. al., *The Organic Market in Germany. Overview and Information on Market Access*, [PDF en línea], Alemania, Ministerio Federal de Protección al Consumidor, Alimentación y Agricultura, 2005, p.2.

Trejo Monroy, Jaime, "Acontecer Rural", [en línea], *Agenda Rural*, año 1, núm. 3, México, Centro de Estudios para el Desarrollo rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria, 30 de abril de 2009, 8 pp., Dirección URL: <http://www.cedrssa.gob.mx/?id=307>

Torres Medina Rubén; et. al, "Comercio Justo: una alternativa de desarrollo para los pequeños productores", *Synthesis*, núm. 46, México, Universidad Autónoma de Chihuahua, abril-junio, 2008, 4 pp. Dirección URL: [http://www.uach.mx/extension\\_y\\_difusion/synthesis/2008/11/10/comercio\\_justo.pdf](http://www.uach.mx/extension_y_difusion/synthesis/2008/11/10/comercio_justo.pdf).

Ulloa Zamorano José, Hugo Ríos Suárez, "Evolución y perspectivas de la agricultura orgánica en México", *Revista Claridades Agropecuarias*, ASERCA, núm. 140, abril, 2005, 58 pp. Dirección URL: <http://www.infoaserca.gob.mx/claridades/marcos.asp?numero=140>

Wilkinson John, "Fair Trade: Dynamic and Dilemmas of a Market Oriented Global Social Movement", [artículo en línea], *Journal of Consumer Policy*, Springer Netherlands, vol. 30, núm. 3, 2007, 226 pp., Dirección URL: <http://www.springerlink.com/content/2655rp1233641721/about/>.

Willer Helga, et al.; *The World of Organic Agriculture. Statistics and Trends*, Ed 2011, 2012, 2013, IFOAM, Alemania, Dirección URL: <http://www.organic-world.net/yearbook>

Willer Helga, et al.; *The World of Organic Agriculture. Statistics and Trends 2010*, [PDF en línea], IFOAM, Alemania, 2010, 234 pp.

Willer Helga, et al.; *The World of Organic Agriculture. Statistics and Trends 2008*, [PDF en línea], IFOAM, Alemania, 2008, 267 pp.

## SITIOS WEB

### Dependencias gubernamentales

- Agencia Canadiense de Inspección alimentaria: <http://www.inspection.gc.ca>
- Agricultura Ecológica de Europa: [http://ec.europa.eu/agriculture/organic/splash\\_en](http://ec.europa.eu/agriculture/organic/splash_en)
- Comisión Europea: <http://ec.europa.eu/>
- Consejo Nacional de Producción Orgánica: <http://www.cnpo.org.mx>
- Departamento de Agricultura de Estados Unidos: <http://www.usda.gov>
- Departamento de Agricultura en Washington: <http://agr.wa.gov>
- Departamento de Agricultura, Silvicultura y Pesca de Japón en materia de producción orgánica: <http://www.maff.go.jp/e/jas/specific/organic.html>
- Ministerio de Trabajo y Empleo, Economía Solidaria, Brasil: [http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/cons\\_default.asp](http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/cons_default.asp)
- Página Oficial del sello orgánico en Alemania: <http://www.bio-siegel.de>
- Programa Nacional Orgánico de Estados Unidos: <http://www.ams.usda.gov/AMSV1.0/nop>
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y alimentación: <http://www.sagarpa.gob.mx>
- Servicio de Administración Tributaria/Aduanas: <http://www.aduanas.gob.mx>
- Servicio Federal de Acreditación Alemana: <http://www.dakks.de>
- Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria: <http://www.senasica.gob.mx>
- Sitio de la Comunidad Europea sobre Agricultura Orgánica: [http://ec.europa.eu/agriculture/organic/splash\\_en](http://ec.europa.eu/agriculture/organic/splash_en)

### Información estadística / Institutos de investigación / Eventos

- Campaña Clean Clothes: <http://www.cleanclothes.org>
- Departamento Alemán de Estadística: <http://www.destatis.de>
- División Estadística de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación: <http://faostat.fao.org>
- División Estadística de Naciones Unidas: <http://unstats.un.org>
- Estadísticas de Comercio Internacional de la Organización Mundial de Comercio: [http://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/statis\\_e.htm](http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm); <http://stat.wto.org/CountryProfiles>
- Estadísticas europeas de Agricultura Orgánica: <http://www.organic-europe.net>
- Estadísticas mundiales de Agricultura Orgánica: <http://www.organic-world.net>
- Export Help Desk, Europa: [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index\\_es.html](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index_es.html)
- Feria Internación de Alimentos Orgánicos: <http://www.biofach.de>
- Foro Fairer Handel: <http://www.forum-fairer-handel.de>
- Instituto de investigación para la Agricultura Orgánica: <http://www.fibl.org>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía: <http://www.inegi.org.mx>
- Oregon Tilth Certified Organic: <http://tilth.org>
- Organic Monitor (servicio de investigación): <http://www.organicmonitor.com>
- Portal de estadísticas alemanas: <http://de.statista.com>
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SAGARPA): <http://www.siap.gob.mx>
- Sistema de Información Arancelaria Vía Internet, Secretaría de Economía: <http://www.economia-snci.gob.mx>
- Soil Association: <http://www.soilassociation.org>
- Trade Map, Centro Internacional de Comercio (INTRACEN): <http://www.trademap.org>

### Organismos de certificación públicos/privados

- Asociación japonesa para alimentos orgánicos y naturales, (certificación): <http://www.jona-japan.org>;
- Asociación para la Agricultura Orgánica (certificadora): <http://www.naturland.de>;

- BCS Öko Garantie (certificadora): <http://www.bcs-oeko.com>;
- Bioagricert (certificadora): <http://www.bioagricert.org>;
- Certificación de estándares ambientales (certificadora): <http://www.ceres-cert.com>
- Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos (certificadora): <http://www.certimexsc.com>
- Demeter (certificadora): <http://www.demeter.net>
- Foro de acreditación Internacional: <http://www.iaf.nu>
- Iniciativa de Comercio Justo, México: <http://www.comerciojusto.com.mx>
- Iniciativa Nacional de Comercio Justo, Holanda: <http://www.fairtrade.nl>
- Institut for Markeology (certificadora): <http://www.imo.ch>
- Instituto de Certificación Ética y ambiental (certificadora): <http://www.icea.info>
- Mayacert (certificadora): <http://www.mayacert.com>
- México Tradición Orgánica (certificadora): <http://www.metrocert.com>
- Ocia Internacional (certificadora): <http://www.ocia.org>
- Organización de Certificación de Comercio Justo (FLO): <http://fairtrade.net>
- Organización de productos orgánicos Bio-Suisse, Suiza: <http://www.bio-suisse.ch>
- Organización Internacional Agropecuaria (certificadora): <http://www.oia.com.ar>;
- Servicio de Acreditación Orgánica Internacional: <http://www.ioas.org>
- Servicio de Acreditación Suizo: <http://www.seco.admin.ch>
- Servicios Internacionales de Certificación (certificadora): <http://www.argencert.com.ar>;
- Transfair Alemania: <http://www.fairtrade-deutschland.de>

#### Organismos Internacionales/ Otros Organismos

- Agromercados (comercializadora), México: <http://www.agromercados.net>
- Asociación Europea de Comercio Justo: <http://www.european-fair-trade-association.org>
- Centro Internacional de Comercio: <http://legacy.intracen.org>
- Comisión Interamericana de Agricultura Orgánica: <http://www.agriculturaorganicaamericas.net>
- Coordinadora Estatal de Pequeños Productores de café de Oaxaca: <http://www.cepco.com.mx>
- Coordinadora Mexicana de Pequeños Productores para el Comercio Justo: <http://www.coordinadoramexicana.org>
- Federación de Comercio Justo: <http://www.fairtradefederation.org>
- Finca Irlanda (productor orgánico), México: <http://fincairlanda.grupopeters.com>
- Fondo Monetario Internacional: <http://www.imf.org>
- Importadora Altromercato, Italia: <http://www.altromercato.it>;
- Importadora Equal Exchange, EUA: <http://www.equalexchange.coop>
- Importadora Eza Fairer Handel, Austria: <http://www.eza.cc>
- Importadora Gepa, Alemania: <http://www.gepa.de>
- Importadora Just Us, EUA: <http://www.justuscoffee.com>
- Importadora Malongo, Francia: <http://www.malongo.com>
- Importadora Rapunzel, Alemania: <http://webshop.rapunzel.de>
- Oikocredit (institución financiera) : <http://www.oikocredit.org>
- Organización de productores orgánicos *Bioland*, Alemania: <http://www.bioland.de>
- Organización Mundial de Comercio Justo: <http://www.wfto.com>
- Oxfam, (organización de comercio justo): <http://www.oxfam.org>
- Serrv (organización de comercio justo): <http://www.serrv.org/>
- Shared Interest (institución financiera): <http://www.shared-interest.com>.
- Social Accountability International (organización de comercio justo): <http://www.sa-intl.org>
- Ten Thousand Villages (ONG): <http://www.tenthousandvillages.com>
- Triodos (institución financiera): <http://triodos.com>
- Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (Organización Productora): <http://uciri.org>.

## PONENCIAS

Blas Bustamante, Homero (SOMEXPRO), “Guía para la estimación de costos de certificación orgánica en México”, ponencia presentada en el Taller Nacional para el Fortalecimiento y Desarrollo y Capacidades del Sector y su Sistema de control: Taller Nacional de Inducción a la Operación Orgánica. SAGARPA, CIESTAAM, SOMEXPRO, Universidad Autónoma Chapingo, México, 22 al 25 de septiembre de 2009.

González, Humberto, “Sistema de Certificación de tercera parte” ponencia presentada en Videoconferencia Hemisférica: Sistema de Garantía para los Consumidores de Productos Orgánicos de los Mercados Locales y Nacionales, Programa Hemisférico de Agricultura Orgánica (PHAO) del IICA / Comisión Interamericana de Agricultura Orgánica (CIAO), CECADI -Costa Rica, 28 al 30 de septiembre de 2009.

Mejía Lara, Fidel, “Experiencias de certificación participativa en el mundo y la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos”, ponencia presentada en Foro: Retos y Oportunidades para los productos orgánicos de México. NAFIN, México, 28 de noviembre de 2008.

Reyes Santiago, Taurino (CERTIMEX), “Importancia de la certificación de productos y procesos orgánicos”, ponencia presentada en Foro: Retos y Oportunidades para los productos orgánicos de México. NAFIN, México, 28 de noviembre de 2008.

Reyes Santiago, Taurino (CERTIMEX), “Requisitos para la certificación de productos orgánicos IFOAM, UE, NOP, JAS, Canadá”, ponencia presentada en el Taller Nacional para el Fortalecimiento y Desarrollo y Capacidades del Sector y su Sistema de control: Taller Nacional de Inducción a la Operación Orgánica. SAGARPA, CIESTAAM, SOMEXPRO, Universidad Autónoma Chapingo, México, 22 al 25 de septiembre de 2009.

Rivera Rodríguez, Ignacio, “La política sectorial en el marco de producción y comercialización de productos orgánicos”, ponencia presentada en el Panel: Marco Regulatorio y Esquemas de Fomento a la Agricultura Orgánica en México, México, World Trade Center Ciudad de México, Salón Monte Albán, jueves 1° de septiembre, 2011.

Ruiz-Funes Macedo, Mariano, Subsecretario de Agricultura de la SAGARPA, Declaración emitida en la 9° Expo Orgánicos 2010, WTC México, 2-4 de Septiembre 2010.

Schwentenius Rindermann, Rita, “Producción Orgánica Mundial y Nacional”, ponencia presentada en el Taller Nacional para el Fortalecimiento y Desarrollo y Capacidades del Sector y su Sistema de control: Taller Nacional de Inducción a la Operación Orgánica. SAGARPA, CIESTAAM, SOMEXPRO, Universidad Autónoma Chapingo, México, 22 al 25 de septiembre de 2009.

Sosa Maldonado, Lucino, “Introducción al Sistema de Producción Orgánica: Principios básicos, producción, transformación, certificación y comercialización”, ponencia presentada en el Taller Nacional para el Fortalecimiento y Desarrollo y Capacidades del Sector y su Sistema de control: Taller Nacional de Inducción a la Operación Orgánica. SAGARPA, CIESTAAM, SOMEXPRO, Universidad Autónoma Chapingo, México, 22 al 25 de septiembre de 2009.

Pruyn, Jerónimo, (director ejecutivo FUNDEPPO), entrevista realizada en la Sede de la organización ubicada en Calle Guanajuato No.131, Col. Roma, 16 de marzo de 2012.

Cadena Ávila, Guillermo, (Presidente de Asociación Mexicana de Productores, Formuladores y Distribuidores de Insumos Orgánicos, Biológicos y Ecológicos, A. C) "Importancia y perspectiva de los insumos orgánicos en México", ponencia presentada en el bloque: *Marco Regulatorio*, México, World Trade Center Ciudad de México, Salón Monte Albán, viernes 2° de septiembre, 2011.

## **VIDEOS**

Alexandre Fronty; Nicolas Ubelmann, *Van der Hoff: el padre del Comercio Justo*, [documental], Zoulou Cie/ Staraya Films/CFRTy Public Sénat, Francia, 2010, 51 minutos.