

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA ANTONIO NARRO

División de Ciencias Socioeconómicas



SITUACIÓN Y TENDENCIAS DE LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO (*Coffea arábica*) EN MÉXICO 2003 - 2010

POR:

MARÍA MAGDALENA LÓPEZ HERNÁNDEZ

TESIS

Presentada como requisito parcial para obtener el título de:

Licenciado en Economía Agrícola y Agronegocios

Buenavista, Saltillo, Coahuila, México

Junio de 2012

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA

ANTONIO NARRO

División de Ciencias Socioeconómicas

Departamento de Economía Agrícola

**SITUACIÓN Y TENDENCIAS DE LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO
(*Coffea arábica*) EN MÉXICO 2003 - 2010**

Por:

MARÍA MAGDALENA LÓPEZ HERNÁNDEZ

TESIS

**Que se somete a consideración del H. Jurado Examinador como requisito
parcial para obtener el título de:**

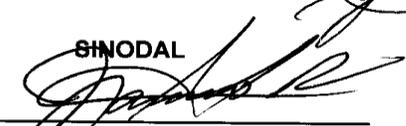
Licenciado en Economía Agrícola y Agronegocios

PRESIDENTE DEL JURADO



M.C. Esteban Orejón García

SINODAL



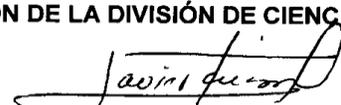
M.C. José Guadalupe Narro Reyes

SINODAL



M.C. Arturo Guevara Villanueva

COORDINACIÓN DE LA DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS



M.C. Vicente Javier Aguirre Moreno



Buenavista, Saltillo, Coahuila, México. Junio de 2012

**DIR. CS. SOCIOECONOMICAS
COORDINACION**

AGRADECIMIENTOS

A DIOS por haberme dado la dicha de vivir, de estar siempre conmigo en mis triunfos y fracasos, y sobre todo por haberme dado a la familia maravillosa que tengo.

A mi Alma Terra Mater “UAAAN” por darme la oportunidad de culminar mis estudios.

Al M.C Esteban Orejón García, por haberme brindado su apoyo, tiempo, dedicación en la realización de esta tesis. Para usted todo mi respeto y agradecimiento por asesorar este trabajo. ¡Muchas gracias!

Al M.C José Guadalupe Narro Reyes, por su colaboración en la realización de este trabajo, y por dedicarle el tiempo necesario. Gracias

Al M.C Arturo Guevara Villanueva, por sus recomendaciones dadas para mejor este trabajo de tesis, así como el tiempo invertido en el mismo. Gracias.

A todos mis maestros, por haber formado parte de mi formación y por su apoyo en cada uno de las materias, especialmente a los del Departamento de Economía Agrícola.

DEDICATORIAS

A DIOS por cuidarme siempre y darme las fuerzas para seguir adelante día con día a pesar de los problemas que he tenido. Gracias a ti he llegado hasta esta etapa de mi vida.

A mi MADRE “Agustina Cenobia López Hernández” eres lo más preciado que tengo y lo sabes mami, sin tu cariño, apoyo, tus consejos no hubiera llegado jamás hasta aquí. Te amo con todo mi corazón y le doy gracias a Dios por ser tu hija es un honor para mí. Nunca hubiera querido estar lejos de ti pero como siempre me decías “es por tu bien hija, es lo único que te puedo heredar para que seas mejor que yo y cuando yo no esté puedas estar bien”. Nunca podré pagártelo mami, pero te dedico este logro más en mi vida con todo mi corazón.

A mi abuelita ISABEL (†) y ESPERANZA (†). por haber estado conmigo y por su cariño que para mí es muy valioso. Yo se que siempre nos están cuidando y les doy las gracias. Siempre las llevaré en mi corazón.

A mis tíos Ramón y Elías y a mi tía Eugenia por formar parte de mi vida y por los consejos brindados. Los quiero mucho.

Al esposo de mi mamá Jerónimo López, por sus consejos dados cada vez que salía de mi casa. Gracias por su apoyo.

A mis hermanos:

FELIPE por ser el mayor y por tu cariño brindado siempre. Te quiero mucho y aunque no siempre estuvimos juntos eres un ejemplo a seguir, tienes toda mi admiración y gracias por tus consejos que me han servido para seguir adelante en esta vida.

ROBERTO te quiero mucho hermanito y gracias por apoyarme siempre; eres una persona muy especial para mí aunque me regañes. Yo se que quieres lo mejor para mí y te lo agradezco con todo mi corazón.

SILVIA por apoyarme en todo momento y por tus consejos que siempre me han alentado en todo momento feíta. Muchísimas gracias eres una hermana muy especial y una amiga que dios me brindó. Sin tu apoyo no sería quien soy hasta el día de hoy. Te quiero mucho.

RUBEN por los consejos que me bridaste y por defenderme siempre. Te quiero hermano. Gracias.

JULITA por haber compartido momentos felices juntas desde la infancia y su apoyo en todo momento. Eres mi mejor amiga y hermana y lo sabes hermanita, siempre dándome consejos y guiándome para no equivocarme. En verdad te agradezco por todo lo que has hecho por mí, te admiro muchísimo por ser una persona que por lo que quiere y nunca se da por vencida y por querernos tanto. Espero verte muy pronto hermanita.

A mis sobrinos:

María Inés, Miguel Angel, Francisco Josue, Berenice, Andres, Jorge e Isabel Alejandra porque con su llegada dieron alegría a la familia. Aunque no los he visto por unos años los quiero mucho y que Dios me los cuide por siempre.

A mis amigos (as):

Angélica, Anabel, Alba, Yadira, Rosa, Samantha y a mi amigo Juan Manuel por haber compartido momentos inolvidables de nuestras vidas y por su cariño brindado en todo momento. Los quiero mucho.

Al Lic. Edilberto Méndez, por su amistad brindada durante la carrera, gracias por la ayuda que me brindaste.

Amigos de la UAAAN:

Bere, Cristi Cruz, Lupita Chagoyan, Cris Valdés, Juanito, Xavi, Cristi Díaz, Angélica, Bite, Gilberto, Eduar, Leodan, Victor, porque son personas extraordinarias que han dejado huella en mi vida, por sus consejos y los momentos compartidos juntos. Gracias.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	
FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1 Antecedentes de la cafecultura	3
1.2 Justificación	4
1.3 Planteamiento del problema	6
1.4 Objetivos	6
1.5 Hipótesis	7
1.6 Metodología	7
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO Y DE REFERENCIA	9
2.1 Concepto de agricultura orgánica	9
2.2 Diferencia entre agricultura orgánica y la convencional	12
2.2.1 Ventajas de la agricultura orgánica	13
2.2.2 Desventajas de la agricultura orgánica ⁵	13
2.3. La Certificación en la agricultura orgánica	14
2.3.1. Proceso de certificación de productos orgánicos	15
2.3.2 Importancia de tener una certificación en los productos orgánicos	17
2.4 El Mercado de productos orgánicos	18
2.4.1. Elementos del mercado	18
2.4.2 El mercado interno	20
2.4.3 El mercado externo	20
CAPÍTULO III	
CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO MUNDIAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y LA PARTICIPACIÓN DE MÉXICO	22
3.1 Características del mercado internacional de productos orgánicos	22
3.2 La oferta mundial del café	25
3.3 Comportamiento de la demanda internacional de productos orgánicos	27
3.4 Requisitos de exportación a los mercados potenciales	30
3.5 Ventajas de México en la producción del café orgánico	34
3.6 Oportunidades para el café orgánico mexicano en el mercado internacional ..	36

3.7 Organismos de Certificación en México.....	38
3.7.1 Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos S.C. (CERTIMEX).....	39
3.7.2 Certificadora Mexicana de Productos Orgánicos (CEMEXPO)	40
3.7.3 Asociación Mexicana de Inspectores Orgánicos (AMIO A.C.).....	40
3.7.4 Comité Universitario Certificador de Productos Orgánicos de la Universidad de Colima (CUCEPRO)	41
3.8 Inocuidad en los productos orgánicos.....	41
3.9 Retos a superar para consolidar a México en el mercado del café orgánico...	42

CAPÍTULO IV

LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO	46
4.1 Superficie sembrada de café orgánico en México	46
4.2 Superficie cosechada de café orgánico en México	47
4.3 Superficie siniestrada de café orgánico en México	48
4.4 Volumen de producción de café orgánico en México.....	50
4.5 Valor de la producción de café orgánico en México.....	51
4.6 Rendimiento de café orgánico en México	53
4.7 Precio medio rural de café orgánico en México	54
CONCLUSIONES	58
RECOMENDACIONES	61
BIBLIOGRAFÍA	63

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Superficie sembrada de café orgánico en México 2003-2010.....	46
Cuadro 2. Superficie cosechada de café orgánico en México 2003-2010	48
Cuadro 3. Superficie siniestrada de café orgánico en México 2003-2010	49
Cuadro 4. Volumen de producción de café orgánico en México 2003 – 2010.	50
Cuadro 5. Valor de la producción de café orgánico en México. 2003 - 2010	52
Cuadro 6. Rendimiento de café orgánico en México 2003 – 2010.....	53
Cuadro 7. Precio medio rural de café orgánico en México 2003-2010.....	54
Cuadro 8. Análisis comparativo de los principales indicadores de la producción de café orgánico vs convencional en México 2003-2010.....	56

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Principios de la agricultura orgánica.....	24
Figura 2. Distribución de la tierra agrícola orgánica según región, 2009.....	25
Figura 3 Principales mercados de productos orgánicos, según nivel nacional 2009 (Millones US\$)	28
Figura 4. Distribución de la superficie (ha) orgánica por entidad federativa y porcentaje respecto al total nacional, 2007-2008.....	37
Figura 5. Cultivos Orgánico (has) y % con respecto a la superficie orgánica total, 2007-2008	38

INTRODUCCIÓN

La cafecultura en México es una actividad estratégica para su desarrollo, por su importancia económica, social, cultural y ambiental. Económicamente el café constituye una de las fuentes de divisas agrícolas más importantes para el país, a nivel mundial ocupa el séptimo lugar como productor del grano, aportando el 4% de la producción mundial, además de que es el pionero y actual líder en la producción de café orgánico certificado, con el 20.5% del mercado mundial (OIC, 2005; UACH, 2005).

Por lo que la agricultura orgánica ha seguido la tendencia internacional y también se encuentra en franca expansión. La superficie bajo este régimen de producción ha pasado de 25,000 a alrededor de 400,000 has., en los últimos 15 años.

Los productores involucrados en la producción orgánica son alrededor de 130,000 en todo el país. Las regiones con más producción de orgánicos son Chiapas, Oaxaca, Michoacán, Chihuahua, Sinaloa, Baja California Sur, Colima y Veracruz.

Los principales productos orgánicos en México son: café, miel, cacao, aguacate, mango, piña, plátano, naranja, ajonjolí, maíz, nopal, vainilla, leche y sus derivados, huevo, plantas medicinales, y se empiezan a identificar algunos productos procesados como carnes y embutidos, jugos, galletas y mermeladas entre otros.

Se estima que alrededor del 90% de la producción de orgánicos de México se orienta a la exportación. Los principales destinos son los países de la Unión Europea, Estados Unidos y Canadá, así como el mercado asiático. El mercado doméstico de orgánicos es muy incipiente pero podría revelar un cierto potencial comercial con mayor promoción y difusión en el largo plazo¹.

¹ Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación SAGARPA. Productos orgánicos y no tradicionales. www.demexicoalmundo.com.mx

En el caso del café orgánico, México ha logrado posicionarse a nivel internacional en base a las experiencias exitosas de los pequeños productores de café, principalmente de Chiapas y Oaxaca. Sin embargo, el sobreprecio que el consumidor paga por el café orgánico, no se distribuye equitativamente a toda la cadena productiva, impactando en menor medida al pequeño productor.

Los consumidores hoy en día buscan calidad e inocuidad en los productos que consumen y para garantizar que todo el proceso de producción sea orgánico y se pueda llamar a un producto “orgánico” existe un proceso llamado certificación en el cual se verifica que se cumpla con las normas para tal o cual producto, se otorga un certificado, copia del cual el productor incluye en cada embarque al exterior. El empaque del producto lleva impreso el logotipo de la agencia certificadora, de esta manera el consumidor final puede contar con la garantía de que el producto es inocuo, de calidad y orgánico.

En algunos países desarrollados obligan a los agricultores a aplicar técnicas orgánicas, o los subvencionan para que las utilicen, como solución a los problemas de contaminación del agua, mientras que en México existen apoyos tales como: organización de expo-ferias y conferencias especializadas para impulsar el desarrollo comercial de productos orgánicos y productos no tradicionales (PNT), y apoyos de Alianza para el Campo para este segmento de productores que han permitido el impulso de este sistema de producción.

Palabras clave: Situación, producción, tendencias, café orgánico, México.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

En este primer capítulo se estudian los antecedentes de los productos orgánicos, partiendo del origen de la demanda de los mismos hasta llegar a la situación en el que se encuentran hasta nuestros días, de la misma manera se destaca su importancia en la economía de nuestro país. De esta forma se define el problema de la investigación, los objetivos a alcanzar y la hipótesis a comprobar. Además por último se describe de manera detallada la metodología utilizada.

1.1 Antecedentes de la cafecultura

A finales de la década de los ochenta, la demanda por los productos orgánicos, los cuales están libres de residuos tóxicos, organismos genéticamente modificados, aguas negras y radiaciones, empezó a expandirse dramáticamente en los países desarrollados. Esta demanda, que está basada en una creciente consciencia sobre la importancia del cuidado de la salud y la protección del medio ambiente, no se podía satisfacer solamente con la producción de los mismos países consumidores, sobre todo en el caso de café y frutas tropicales. Ante tal demanda, muchos países en desarrollo respondieron con la producción orgánica y la exportación de la misma.

En México, el desarrollo de la agricultura orgánica inició en los años 60 a través de agentes extranjeros conectándose con diferentes operadores mexicanos, solicitándoles la producción de determinados productos orgánicos. Así comenzó su cultivo, principalmente en áreas donde insumos de síntesis química no eran empleados. Este fue el caso de las regiones indígenas y áreas de agricultura tradicional en los estados de Chiapas y Oaxaca donde se empezó con la producción de café orgánico².

² Producción orgánica y mercados locales en México. Disponible en: http://vinculando.org/organicos/produccion_organica_y_mercados_locales_en_mexico.html

De acuerdo a datos de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) en México, el 90% de los productos orgánicos se destinan a la exportación y el 10% se quedan en el país para distribuirse en el mercado interno. Se exporta alrededor de 300 millones de dólares en productos orgánicos al año.

Actualmente, son tres millones de personas las que consumen productos orgánicos en nuestro país. Se considera que el valor de estos productos en el mercado mexicano llega a los 700 millones de pesos. Cada año el mercado mundial de orgánicos crece un 30% y en México un 45%.

En los últimos años, la participación del café en la economía ha ido en ascenso logrando convertirse prácticamente como el primer generador de riqueza y empleo en la zona sureste del país, y en donde la actividad cafetalera ha significado: desarrollo rural, empleo, redistribución del ingreso e incluso, garantía de paz y estabilidad en las zonas cafetaleras.

1.2 Justificación

La agricultura orgánica se caracteriza por no utilizar ningún agroquímico. Se desarrolla bajo un sistema de insumos naturales y se instrumentan buenas prácticas agrícolas que protegen el medio ambiente, con el fin de generar un sistema de producción autosustentable en el largo plazo y de obtener productos libres de residuos tóxicos, es por ello que estos agroalimentos tienen un mayor precio que los cultivados con otros sistemas.

La producción del café orgánico está considerado como una actividad estratégica fundamental en el sector agrícola, ya que permite la integración de cadenas productivas, la generación de divisas y empleos, la subsistencia de muchos pequeños productores; y recientemente es de enorme relevancia ecológica ya que más del 90% de la superficie cultivada con café se encuentra bajo el sistema de

sombra diversificada, que contribuye a la conservación de la biodiversidad, y por consiguiente, provee de servicios ambientales a la sociedad.

Por estas razones se realizará la siguiente investigación, ya que los productores de café orgánico de los países en desarrollo, entre ellos nuestro país han sufrido no solamente de los bajos precios sino también de la distribución desigual de la riqueza generada por el comercio de café.

De igual modo el deterioro de la cafecultura mexicana ocasiona severos impactos económicos, sociales y ambientales. Por una parte están las divisas que dejan de entrar, la infraestructura agroindustrial que se subutiliza, las inversiones agrícolas que se diluyen, las deudas cafetaleras incobrables y los cuantiosos impactos negativos indirectos de la caída de una actividad que sostiene la vida económica de muchas regiones. Por otra parte tenemos la desintegración social por pérdida de ingresos en comunidades cuyas familias dependían del aromático y ahora están emigrando a los campos agrícolas para emplearse como jornaleros, hacia las ciudades y sobre todo a los Estados Unidos.

Finalmente, hay que tomar en cuenta el severo impacto ecológico de la generalizada sustitución de huertas que fijan la tierra, propician la infiltración del agua y conservan la biodiversidad, por cultivos anuales o actividades ganaderas, en zonas inadecuadas que, como se sabe, ocasionan dramáticas secuelas ambientales.

Dentro del sector cafetalero campesino, quienes están sobreviviendo a la crisis son los productores organizados en empresas asociativas capaces de acopiar y beneficiar cantidades grandes del aromático y colocarlo en nichos del mercado que pagan sobrepagos. La especialidad vocacional de un país con fuerte presencia de huerteros indígenas que cultivan bajo sombra y con nulo empleo de agroquímicos, es el café habitualmente conocido como orgánico.

1.3 Planteamiento del problema

La importancia de la agricultura orgánica, entre otras, radica en que se encuentra vinculada con los sectores más pobres del ámbito rural, por este motivo, la producción orgánica se convierte en una fuerte alternativa de desarrollo económico para las comunidades rurales.

Para poner en práctica este tipo de agricultura se requiere mayores costos de producción; paralelo a esta situación y, dadas las condiciones de pobreza de estos productores, se encuentra el hecho de que la mayoría de ellos cuenta con una superficie total de tierra que, en promedio, no excede las dos hectáreas y que toda su superficie la dedican a la producción orgánica.

La falta de especialización por parte de los productores es uno de los inconvenientes que se presentan al momento de poner a la venta el producto final, ya que el mercado es muy exigente.

Además es difícil predecir cuánto tiempo se podrá mantener el precio alto del café orgánico. Lo más probable es que a mediano/largo plazo tienda a bajar, como es la tendencia general que se presenta en estos productos.

1.4 Objetivos

GENERAL: Analizar la situación y tendencias de la producción y mercado del café orgánico producido en México del año de 2003 a 2010.

ESPECIFICOS:

- Conocer los aspectos generales de la producción de cultivos orgánicos y ventajas y desventajas con respecto al café convencional.

- Conocer y analizar la situación mundial de la producción y comercio de productos orgánicos, destacándose lo referente al cultivo del café orgánico.
- Identificar el proceso de certificación de productos orgánicos en México.
- Analizar la producción de café orgánico en México

1.5 Hipótesis

Las ventajas del café orgánico con respecto al convencional ha permitido que cada vez presente tendencias a la alza de los principales indicadores de la producción, tales como la superficie destinada a su cultivo, los rendimientos, el PMR y valor del producción, tales cambios has sido producto de que el café orgánico haya incrementado su demanda principalmente en el mercado extranjero, puesto que un porcentaje mayor de su producción se exporta.

1.6 Metodología

Para llegar a la comprobación de la hipótesis y alcanzar los objetivos planteados con anterioridad se realizó una amplia revisión de literatura relacionada con la cafecultura, con la finalidad de conocer la situación actual y tendencias de cada uno de los indicadores de la producción de café orgánico, así como las tendencias presentadas en el mercado de productos orgánicos en México y en el exterior, siendo las principales fuentes de información, tesis, artículos de revistas, e información de páginas Web consultadas principalmente de instituciones que generan y publican información relacionada a la temática de la investigación, tales como la SAGARPA, INEGI, FAO, CNPO, entre otras. Por otra parte se recabó y proceso información estadística relacionada a los indicadores de la producción de café en México, siendo las principales bases de datos del SIAP y SIACON.

La segunda etapa consistió organización, análisis e interpretación de la información recabada, destacándose los aspectos más relevantes de misma, para ello se utilizaron promedio, porcentajes de participación y la TMCA, para cada uno de los indicadores de la producción de café en México, tanto del convencional como del orgánico, tales cálculos permitieron realizar comparaciones y determinar la importancia y tendencias de la producción de café orgánico en México.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y DE REFERENCIA

El objetivo del desarrollo de este capítulo es exponer los aspectos generales de la agricultura orgánica, como lo es su concepto, ventajas y desventajas de este tipo de agricultura, así como el mercado de productos orgánicos, principalmente. Información que permite una mejor comprensión de los demás capítulos de la investigación.

2.1 Concepto de agricultura orgánica

La agricultura orgánica se refiere al proceso que utiliza métodos que respetan el medio ambiente, desde las etapas de producción hasta las de manipulación y procesamiento. La producción orgánica no sólo se ocupa del producto, sino también de todo el sistema que se usa para producir y entregar el producto al consumidor final.

En el nivel internacional, se aplican dos fuentes principales de principios y requisitos generales que rigen la agricultura orgánica:

La primera va de acuerdo con la Comisión del Codex Alimentarius creada en 1963 por la FAO, que define a “La agricultura orgánica como un sistema de manejo holístico de la producción que promueve y mejora la salud del ecosistema, incluyendo los ciclos biológicos y la actividad biológica del suelo. La agricultura orgánica se basa en el uso mínimo de insumos externos y evita los fertilizantes y plaguicidas sintéticos. Las prácticas de la agricultura orgánica no pueden garantizar que los productos estén completamente libres de residuos, producidos por la contaminación general del medio ambiente. No obstante, se utilizan métodos para reducir al mínimo la contaminación del aire, el suelo y el agua. Los

manipuladores, procesadores y comerciantes minoristas de alimentos orgánicos se rigen por normas que mantienen la integridad de los productos orgánicos. El objetivo principal de la agricultura orgánica es optimizar la salud y la productividad de las comunidades interdependientes del suelo, las plantas, los animales y las personas.”³

La otra es la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM), un organismo internacional del sector privado que cuenta con unas 750 organizaciones miembros en más de 100 países. IFOAM define y revisa periódicamente, en estrecha consulta con sus miembros, las Normas Básicas que determinan el término “orgánico”.

De acuerdo con las Normas Básicas IFOAM⁴ 2002, la “agricultura orgánica es un enfoque integral basado en un conjunto de procesos que resulta en un ecosistema sostenible, alimentos seguros, buena nutrición, bienestar animal y justicia social. La producción orgánica es, por lo tanto, mucho más que un sistema de producción que incluye o excluye determinados insumos”.

La etiqueta de “orgánico” realza el cumplimiento de métodos de producción y procesamiento específicos.

El cumplimiento de las normas de la agricultura orgánica, incluida la protección del consumidor contra prácticas fraudulentas, se garantiza mediante la inspección y la certificación. La mayoría de los países industrializados tienen regulaciones que rigen los alimentos etiquetados como «orgánicos».

La agricultura orgánica presenta una serie de características distintivas, que permiten identificar las fuerzas que actúan en el proceso de crecimiento de la producción y las ventas de los productos orgánicos:

³ Definición disponible en: http://www.fao.org/sd/2003/EN0102_es.htm

⁴ Información disponible en <http://www.fao.org/docrep/005/y4137s/y4137s03.htm#fnB2>

- La agricultura orgánica es un sistema de producción orientado a los procesos, más que a los productos;
- El proceso de la agricultura orgánica implica restricciones significativas que elevan los costos de producción y comercialización;
- Los consumidores compran los productos principalmente porque perciben los beneficios que aportan a la salud, a la seguridad en los alimentos y al medio ambiente.

Opuesto a la agricultura moderna se encuentra el sistema agrícola sustentable que también ha sido llamado de diferentes formas: agricultura sustentable, alternativa, regenerativa, biológica, orgánica, biodinámica, agroecológica.

La agricultura sustentable la define Pretty⁵ (1995) como la agricultura que se concentra en la conservación de los recursos, en la utilización de escasos insumos y en la regeneración de los sistemas agrícolas. Una concepción del desarrollo sustentable propone garantizar la producción de hoy, sin poner en riesgo la disponibilidad de recursos para el mañana.

A diferencia de la agricultura sustentable, la agricultura orgánica no utiliza ningún tipo de fertilizantes o pesticidas sintéticos o químicos. La agricultura orgánica es una forma de agricultura sustentable, pero no toda la agricultura sustentable es orgánica.

Los objetivos de la agricultura sustentable según Pretty (1995) son:

1. Una mayor incorporación de los procesos naturales (ciclos de los nutrientes, fijación de nitrógeno, relaciones de plaga-depredador) a los procesos de producción agrícola.
2. Reducción de insumos externos e insumos no renovables.

⁵Información en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lec/cepeda_g_c/capitulo1.pdf

3. Acceso más equitativo a los recursos productivos, a las oportunidades y al progreso.
4. Uso más productivo del potencial biológico y genético de especies animales y plantas.
5. Uso más productivo del conocimiento y prácticas locales.
6. Incrementar las relaciones entre productores y la población rural.
7. Asegurar la sustentabilidad de largo plazo por medio del mejoramiento de las relaciones entre patrones de cultivo, el potencial productivo y las restricciones ambientales.
8. Producción eficiente y remunerativa con énfasis en el manejo integrado de plagas y en la conservación de suelo, agua, energía y recursos biológicos.

2.2 Diferencia entre agricultura orgánica y la convencional

La agricultura convencional es un tipo de producción agropecuaria de alto rendimiento, basada en el uso intensivo de capital (tractores y maquinarias de alta productividad) e insumos externos (semillas de alto potencial de rinde, fertilizantes y pesticidas sintéticos). Este enfoque de la producción agropecuaria también se conoce como agricultura “de la Revolución Verde”, “de altos rendimientos”, “de altos insumos externos” o “moderna”.

En cambio la agricultura orgánica promueve la protección de los suelos y los cultivos a través de prácticas tales como el reciclado de nutrientes y de materia orgánica (usando composta y coberturas de suelo), las rotaciones de cultivo y el no uso de pesticidas y fertilizantes sintéticos⁶.

⁶ Información disponible en: <http://agriorganicavsagriconvencional.blogspot.mx/>

2.2.1 Ventajas de la agricultura orgánica⁷

La mayoría de los productores se cambian a la agricultura orgánica porque se sienten atraídos por los precios más altos, además, del rápido crecimiento del mercado que se está teniendo actualmente.

El consumidor cada vez se preocupa más por su alimentación, y la forma de llevar una dieta saludable, hace que se incremente la demanda de dicho producto; a la vez, los productos orgánicos mexicanos dependen del mercado externo para su comercialización, lo cual significa una ventaja más, ya que el 85% de estos productos se exporta a países cuyos productores agrícolas no pueden cultivar.

Otra ventaja que se observa, es la experiencia de los productores rurales que ya saben cómo producir y su orientación hacia los productos orgánicos, más que un cambio, representa una forma de darle valor agregado. Además, el cambio a un sistema de producción orgánico permite al agricultor desarrollar un mayor conocimiento de su terreno y cultivo, impulsa la capacidad de planificar la producción en función de las mejores oportunidades de los productos en el mercado como puede ser la producción escalonada o productos fuera de estación, con lo que se evita la dependencia del uso de agroquímicos haciendo un mejor uso de los materiales locales, lo que originaría una reducción en los costos de producción.

2.2.2 Desventajas de la agricultura orgánica⁵

Los productos orgánicos presentan muchas desventajas, entre ellas, existe una falta de planeación a nivel nacional, acompañado de los altos costos de certificación, así como, la alta dependencia de los mercados externos por

⁷ Martínez Rodríguez Juanita Guadalupe. 2010. Análisis técnico-comercial del cambio de producción de arroz convencional a arroz orgánico; caso empresa LAGUNA BLANCA, S.P.R de R.L. en el municipio de Paliza, Campeche. Tesis de Licenciatura, UAAAN, Buenavista, Saltillo; Coahuila.

ausencia de un ámbito de consumo nacional, lo cual, origina que se tenga un bajo desarrollo del mercado nacional.

La agricultura orgánica requiere de mucha mano de obra por lo que algunos pequeños productores no pueden pagar y deciden producir en menor escala; a la vez, no pueden tener acceso a la certificación de su producto debido a los elevados costos que esto implica.

También existen limitaciones, como lo es, la caída y fluctuación en los altos precios internacionales originando que los productores orgánicos de nuestro país no sean muy competitivos, esto, acompañado de la ausencia de apoyo crediticio al sector de la pequeña producción, ya que los que obtienen estos créditos en su mayoría son los productores de gran escala, además, de que existe poca experiencia en los pequeños productores respecto al impulso de tecnologías apropiadas para la producción orgánica.

2.3. La certificación en la agricultura orgánica

Según la IFOAM (Federación internacional de movimientos de agricultura orgánica) la certificación es un procedimiento por el cual una tercera parte asegura por escrito que procesos claramente identificados han sido metódicamente evaluados, de tal manera de generar la confianza necesaria de que los productos identificados cumplen con los requisitos especificados⁸.

La certificación en la agricultura orgánica es un instrumento de mercado y un sistema que da confianza. Lo que les permite a los productores acceder a mercados especiales, normalmente con un precio superior al café convencional. Ya que en la mayoría de los casos, la única forma de mantener un mercado orgánico diferenciado, es a través de la certificación.

⁸Información en: www.cnpo.org.mx/descargas/taller_nacional_fortalecimiento_desarrollo_sep2009/.....

2.3.1. Proceso de certificación de productos orgánicos⁹

La certificación orgánica es el proceso a través del cual los organismos de certificación acreditados y aprobados, constatan que los sistemas de producción, manejo y procesamiento de productos orgánicos se ajustan a los requisitos establecidos en disposiciones establecidas en las leyes y regulaciones¹⁰.

Los siguientes pasos explicarán la manera en que se lleva a cabo un proceso de Certificación; dependiendo de la certificadora pueden variar los pasos:

1. Un adecuado proceso de transición - conversión.

La transición es un periodo de tiempo que pasa la finca, desde que se instaura el sistema de producción orgánico hasta lograr la certificación. Esta es la base para que los pasos siguientes se den de manera exitosa. Desde que se inicia el proceso de transición se debe tener información suficiente para dar pasos firmes que conlleven hacia el cumplimiento de las normas y por ende a la certificación.

2. Contactar la certificadora.

Es importante que en este primer contacto con la certificadora, se explique muy bien a la persona contacto en la certificadora, como y desde cuándo se ha venido trabajando orgánicamente. De esta manera la certificadora podrá aconsejar si es conveniente seguir con el proceso de certificación o si es mejor esperar un poco más de tiempo, modificar, eliminar o implementar alguna práctica agrícola en la finca antes de realizar la solicitud formal de certificación. Se recomienda visitar las

⁹Hernández Arizmendi José Yunior. 2009. Análisis de la producción de productos orgánicos en México: Caso del cultivo del café. Tesis de Licenciatura, UAAAN, Buenavista, Saltillo, Coahuila.

¹⁰Artículo: La certificación de la Producción Orgánica y sus Perspectivas; disponible en: http://www.cnpo.org.mx/descargas/exporganicos2010/panel1/Panel1%20_2_%20Ernesto_de_la_Rosa.pdf

oficinas de la certificadora, y reunirse con la persona encargada para aclarar directamente todos los pormenores de la actividad que se desea certificar. Una finca puede ser orgánica y sin embargo no ser certificable, si no cuenta con la debida documentación que respalde las prácticas realizadas en la finca y el historial de ésta.

3. Leer y entender la información recibida de la certificadora.

La certificadora entregará algunos documentos que conforman el “Paquete de Certificación” los cuáles se debe leer y estudiar detenidamente. Muchas veces se cree que el hecho de no aplicar agroquímicos sintéticos o prohibidos. Por las normas de la certificadora es suficiente para certificar una finca.

Producir orgánicamente es mucho más que no aplicar agroquímicos sintéticos, por este motivo se recomienda leer y entender muy bien las normas de producción orgánica de la certificadora que se ha contactado. Como un ejemplo de la importancia de leer las normas y entenderlas, se encontrará que existen algunos productos sintéticos que no son prohibidos completamente, y otros de origen natural que sí lo están. Normalmente, los documentos que las certificadoras brindan al productor son:

- El manual de normas y procedimientos de la certificadora
- La solicitud de certificación
- Declaración jurada del productor
- Materiales de apoyo

4. Llenado de la solicitud de certificación y la declaración jurada del Productor.

Una vez leída la información, y si se considera que el proyecto está de acuerdo con dichas normas, se procede a llenar la solicitud en forma completa. Si hay comentarios o dudas, se puede llamar a la certificadora respectiva. La certificadora

debe guardar total confidencialidad de la información que reciba. Por eso se puede hablar de la información con confianza, sin tener temor de que esa información va a llegar a manos de personas ajenas a la certificadora. Toda la información que se incluya en la solicitud de certificación debe ser verdadera y precisa, pero además se debe incluir junto con la solicitud o dentro de ésta cualquier otra información que sea importante, para que el proceso de certificación se lleve a cabo en forma transparente. El productor no debe ocultar información que sea clave en la decisión de certificación.

5. Envío del formulario de solicitud y la declaración jurada del Productor.

Al enviar el formulario de solicitud, se debe verificar que toda la información esté completa. Es preferible entregar la información personalmente, de esta manera se puede revisar junto con el personal de la certificadora. Si la persona interesada no puede llevar personalmente los documentos, puede hacerlo por correo o de alguna otra forma válida que la certificadora tenga dispuesta para dar este paso. La certificadora revisará la información que se llenó en el formulario de solicitud de certificación, y asignará un inspector para llevar a cabo la inspección de la finca.

2.3.2 Importancia de tener una certificación en los productos orgánicos

Al momento de que un productor comercializa sus productos a nivel nacional y que estos sean etiquetados como “orgánicos”; el comprador sabrá acerca de la integridad orgánica de su producción. Pero al momento de abarcar mercados nuevos o más importantes es necesario que una certificadora reconocida internacionalmente de fe de la integridad de estos productos.

Por lo tanto la certificación tiene como función ser una herramienta para la comercialización transparente de estos productos, y es la manera en que el consumidor adquiere la confianza suficiente en el proceso, así como también el productor puede demostrar que su producto es diferente a los convencionales.

2.4 El mercado de productos orgánicos

El mercado de alimentos y productos orgánicos se desarrolla y expande de manera muy acelerada; ya que se practica en casi todos los países del mundo.

Pero para que los productos obtenidos de esta forma de producción sean reconocidos en el mercado como orgánicos requieren de la validación de una certificadora; el cual es un organismo con reconocimiento internacional y por lo tanto ajeno a los productores y a los consumidores. Por consiguiente el simple hecho de no utilizar insumos sintéticos no basta para que el producto sea reconocido como orgánico; sino que debe pasar a fuerza por un proceso de inspección, verificación y posteriormente a la certificación; en el caso de las exportaciones debe ser certificado por un organismo del país importador. Todo este procedimiento conlleva costos que repercuten en los precios al consumidor, quien debe estar dispuesto a cubrirlos.

Un factor decisivo para el éxito de los productos orgánicos es su accesibilidad, esto quiere decir la manera en que llega el producto al consumidor final (ya sea por medio de supermercados, tiendas especializadas o ventas directas). Siendo los países en su mayoría desarrollados, los que demandan volúmenes más altos de este tipo de productos por ser los mayores consumidores y los que pueden absorber precios más altos.

2.4.1. Elementos del mercado

Dentro del mercado de productos orgánicos intervienen factores que afectan directa e indirectamente al producto para que llegue a posicionarse satisfactoriamente dentro de la misma. De los cuales se pueden mencionar los siguientes:

OFERTA: La oferta se refiere a los sectores que ponen a la venta el producto. En éste caso, los países latinoamericanos dentro de los cuales se encuentra México, cuentan con una amplia diversidad de climas, culturas, flora y fauna, por lo que ofrecen una cantidad considerable de productos orgánicos, cuyas áreas de cultivo y volúmenes de producción se espera continúen creciendo, porque la demanda no es aún satisfecha tanto para los mercados nacionales como internacionales.

DEMANDA: Se habla de demanda cuando existe un determinado tamaño de la población que esté dispuesto a adquirir un bien o servicio. Respecto a los productos orgánicos, este rubro ha incrementado con el paso de los años, por lo que su demanda principal son los mercados de Estados Unidos, Canadá y países de la Unión Europea, cuyos consumidores están dispuestos a pagar un sobreprecio por ellos.

PRECIO¹¹: Los productos orgánicos certificados suelen ser más costosos que sus equivalentes comunes y corrientes (de los que han venido disminuyendo los precios) por diversos motivos:

- La oferta de alimentos orgánicos es limitada con relación a la demanda de los mismos;
- Los costos de producción de los alimentos orgánicos suelen ser más elevados porque requieren más mano de obra por unidad de producción y porque la mayor diversidad de las empresas impide hacer economías de escala;
- La manipulación postcosecha de cantidades relativamente reducidas de alimentos orgánicos tiene un costo más alto por la separación obligatoria de los productos orgánicos respecto de los ordinarios, especialmente durante la elaboración y el transporte;

¹¹ Definición disponible en <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq5/es/>

- La cadena de comercialización y distribución de los productos orgánicos es en cierta forma ineficiente y los costos son más elevados por tratarse de volúmenes relativamente pequeños.

2.4.2 El mercado interno

En México la modalidad de producción orgánica tiene ventaja sobre otros países, ya que además de su mano de obra, ofrece una diversidad de climas que permite la producción prácticamente todo el año de estos productos.

El aspecto más rezagado de la producción orgánica en México es el consumo interno. Ya que casi toda su producción la destina a la exportación y una mínima parte a la venta en el interior del país.

2.4.3 El mercado externo

Respecto al mercado externo, más de 33 millones de hectáreas en el mundo se destinan a producir alimentos orgánicos. Alrededor del 70% de la superficie mundial se encuentra distribuida en 7 países: Australia, Argentina, Italia, Reino Unido, Uruguay y Alemania.

En México la agricultura orgánica ha seguido la tendencia internacional y también se encuentra en franca expansión. La superficie bajo este régimen de producción ha pasado de 25,000 a alrededor de 400,000 has., en los últimos 15 años.

Los productores involucrados en la producción orgánica son alrededor de 130,000 en todo el país. Las regiones con más producción de orgánicos son Chiapas, Oaxaca, Michoacán, Chihuahua, Sinaloa, Baja California Sur, Colima y Veracruz. Los principales productos orgánicos en México son: café, miel, cacao, aguacate, mango, piña, plátano, naranja, ajonjolí, maíz, nopal, vainilla, leche y sus derivados,

huevo, plantas medicinales, y se empiezan a identificar algunos productos procesados como carnes y embutidos, jugos, galletas y mermeladas entre otros.

Se estima que alrededor del 90% de la producción de orgánicos de México se orienta a la exportación. Los principales destinos son los países de la Unión Europea, Estados Unidos y Canadá, así como el mercado asiático.

Según la FAO (2007), la producción de alimentos bajo procesos orgánicos o ecológicos con fines comerciales se práctica en 120 países, ocupando 31 millones de hectáreas y representa un mercado de 40,000 millones de dólares en 2006¹².

¹² FAO. Conferencia Internacional sobre Agricultura Orgánica y Seguridad Alimentaria. Roma, Italia. Mayo de 2007

CAPÍTULO III

CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO MUNDIAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y LA PARTICIPACIÓN DE MÉXICO

En el presente capítulo se aborda la situación actual en la que se encuentra el mercado mundial de productos orgánicos, enfatizando sus características que la distinguen de los mercados convencionales, junto con ello, la participación del café dentro de la misma.

3.1 Características del mercado internacional de productos orgánicos

La Unión Europea ocupa indiscutiblemente la primera posición del movimiento orgánico, por ser su centro de origen moderno y haber acumulado más experiencia histórica al respecto que cualquier otra región en el mundo, tiene las tasas de crecimiento más altos y, no por último, ha declarado el fomento de su producción y consumo como prioridad de sus políticas públicas. Ante ello, no es de extrañarse que la Federación Internacional del Movimiento Agrícola Orgánico (IFOAM, por sus siglas en inglés) tenga su sede en Alemania, y destaque por su esfuerzo por cuidar la autenticidad del movimiento y por asegurar la veracidad de lo orgánico. Esta Federación ha establecido cuatro principios¹³ de agricultura orgánica que guían a productores y consumidores, y precisan normas y estándares desde la producción hasta el consumo. Estos cuatro principios son:

a) Salud: La agricultura orgánica debe sostener y realzar la salud de los individuos y de las comunidades, así como del suelo, de las plantas y de los animales como una unidad inseparable. Este principio resalta que la salud humana no puede

¹³ IFOAM, 2005. Principles of organic agriculture; disponible en: http://www.ifoam.org/organic_facts/principles/pdfs/IFOAM_FS_Principles_forWebsite.pdf

separarse de la salud de los ecosistemas. Esto lleva a estándares de producción y transformación que excluyen el uso de pesticidas, fertilizantes químicos, aditivos alimenticios, hormonas, etc.

b) Ecología: La agricultura orgánica debe ser basada en sistemas y ciclos ecológicos vivos, trabajar con ellos, emularlos y ayudar a sostenerlos. Este principio resalta la importancia de empoderar los sistemas de vida, en vez de su explotación. Esto lleva a estándares que demandan la integración de la producción vegetal con la animal, la rotación de cultivos, y la preservación de la fertilidad del suelo y de la biodiversidad.

c) Justicia: La agricultura orgánica debe construirse sobre relaciones que aseguren la imparcialidad y justicia con respecto a las oportunidades comunes del ambiente y de la vida. Este principio resalta la importancia de las relaciones humanas de respeto y de igualdad entre productores, trabajadores, industriales, comerciantes, consumidores, etc. y lleva a estándares que incluyen los costos sociales y ambientales en el precio de los alimentos.

d) Precaución: La agricultura orgánica se debe manejar de una manera preventiva y responsable para proteger la salud y el bienestar de las generaciones actuales y futuras, y del ambiente. Esto lleva a estándares que van más allá de la evidencia científica y reconoce los conocimientos de los pueblos indígenas y las preferencias culturales.

Estos cuatro principios son las raíces del movimiento orgánico, sobre las que crece y se desarrolla también en México. Identificar la estructura, los alcances y problemas económicos, sociales y técnicos de este sector resulta una tarea relevante para favorecer a los productores involucrados, articular de manera directa la producción y el consumo de productos agrícolas y pecuarios, así como contribuir al diseño y desarrollo de una política agrícola para su estímulo futuro y desarrollo.

Figura 1. Principios de la agricultura orgánica



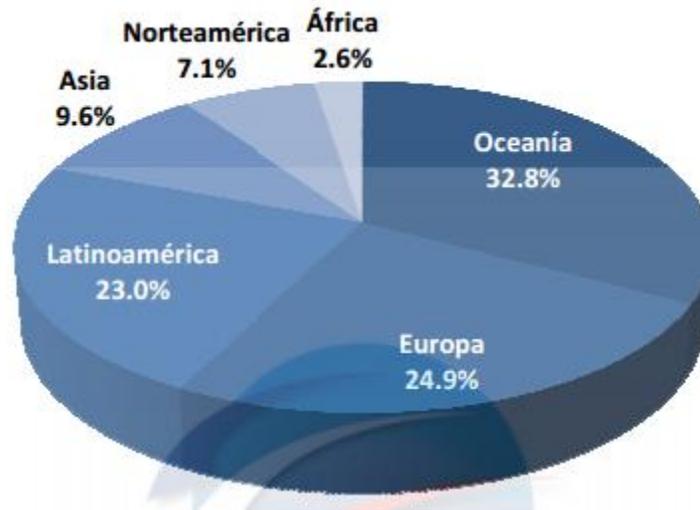
Fuente: Federación Internacional de Movimientos en la Agricultura Orgánica (IFOAM)

El mercado de los productos orgánicos representa uno de los más dinámicos y diversos con gran crecimiento en los últimos años, según la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM, por sus siglas en inglés), el mercado orgánico duplicó su tamaño entre el 2003 y 2008 al pasar de US\$25,000 millones a US\$50,900 millones. Esta misma entidad ha relevado que, a pesar de los efectos de la crisis económica que tuvo lugar entre 2008 y 2009, el mercado orgánico mostró un crecimiento del 5% para el año 2009 alcanzando los US\$55,000 millones.

En términos de cultivo de productos orgánicos, para el 2009 se registraron 37.2 millones de hectáreas que operan bajo estándares orgánicos, lo que equivale al 0.9% del total de tierras agrícolas a nivel mundial, y correspondió a un incremento del 6.2% en relación con la cantidad de hectáreas cultivadas en 2008. A nivel regional, Oceanía, Europa y Latinoamérica son las que aportan a la producción orgánica, representando un 81% del total de áreas orgánicas del mundo; mientras que Australia (12 millones de hectáreas), Argentina (4.4 millones de hectáreas) y

Estados Unidos (1.9 millones de hectáreas) son los países con mayor cantidad de hectáreas bajo cultivo orgánico¹⁴.

Figura 2. Distribución de la tierra agrícola orgánica según región, 2009.



Fuente: Organic-World.net a partir de FiBL & IFOAM survey 2010.

En la figura anterior se describe la distribución de la tierra agrícola orgánica a nivel mundial, en primer lugar se encuentra Oceanía con 32.8%, en segunda posición se encuentra Europa con 24.9%, y en tercera posición la ocupa Latinoamérica con el 23%. Asia, Norteamérica y África, participan con menos del 10% de distribución de la tierra agrícola orgánica.

3.2 La oferta mundial del café

Según los datos de la OTA (Organic Trade Association)¹⁵ el café orgánico se produce en los siguientes países: Bolivia, Brasil, Camerún, Colombia, Costa Rica, Cuba, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Etiopía, Guatemala, Haití, Honduras, India, Indonesia, Kenya, Madagascar, México, Nicaragua, Papúa

¹⁴ López Porras Karina. El mercado de productos orgánicos: oportunidades de diversificación y diferenciación para la oferta exportable costarricense, Disponible en: <http://pymes.elfinancierocr.com/sites/default/files/Tendencias%20y%20oportunidades%20en%20mercado%20organico.pdf>

¹⁵ Disponible en: <http://organicsa.net/cafe-organico- algunos-datos.html>

Nueva Guinea, Perú, Filipinas, Sri Lanka, Tanzania, Tailandia, Togo, Trinidad y Tobago, Uganda y Venezuela. En los Estados Unidos, el café orgánico se produce en Hawai. Los mayores productores son México, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua y Perú.

Las ventas de café orgánico en los Estados Unidos alcanzó los 89 millones de dólares en el 2005, un 40,4% por encima del año anterior. Los datos, recolectados por la empresa AC Nielsen durante el año 2005, muestran que las ventas de café orgánico se incrementaron en un 54% desde el 6 de noviembre, comparados con el mismo período en el 2004, mientras que las ventas de café no-orgánico se incrementaron sólo en un 8,5%. De acuerdo a la SCAA (Specialty Coffee Association of America), al menos el 56% de las tiendas especializadas en café de los Estados Unidos, venden café orgánico certificado.

A nivel mundial, el café orgánico representa el 0,6% de todo el café que se vende en los principales países consumidores de café, de acuerdo a estimaciones del Banco Mundial¹⁶.

Respecto a la situación de México en la producción orgánica, en México, creció hasta 30 por ciento anual al cierre de 2011, impulsada por una mayor demanda de los consumidores, informaron la Sociedad Mexicana de Producción Orgánica (Somexpro), agricultores y distribuidores.

El País es el tercero con más productores orgánicos del mundo, con casi 129 mil, sólo superado por la India con poco más de 677 mil productores y Uganda con casi 188 mil, según el reporte de World Organic Agriculture, con datos de 2010. Hace una década se destinaban apenas 50 hectáreas al cultivo orgánico y ahora suman cerca de 530 mil, que representan casi 3 por ciento de la superficie cultivada en el País, según el presidente de Somexpro, Homero Blas.

¹⁶ Bio agricultura. Producción orgánica crece 20%. Artículo disponible en: <http://bioagricultura.wordpress.com/2012/02/08/produccion-organica-crece-20/#more-1300>

Aunque parece poco, la producción orgánica mexicana representa alrededor de 10% del Producto Interno Bruto (PIB) agrícola, con cerca de 300 millones de dólares de ganancias anuales, según un reporte del departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA).

“En 2008 había 125 mil productores orgánicos y para el año 2011 se estimó que superaríamos los 200 mil, lo que significaría un incremento de 60 por ciento en 3 años, lo que revela el interés de los agricultores por transformar sus cultivos que son mejor pagados”, afirmó el presidente de Somexpro.

Con 530 mil hectáreas orgánicas, México ocupa el sitio 16 a nivel mundial en este tipo de cultivo de una lista de 60 países que encabezan Australia, según la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM).

3.3 Comportamiento de la demanda internacional de productos orgánicos

Mercado europeo

Alemania lidera en Europa el consumo de los productos orgánicos que los obtiene tanto de su producción interna como de la importación. La asociación alemana de la industria de alimentos ecológicos y la oficina central alemana de informe de precios del mercado señalan que el crecimiento orgánico en el 2008 fue de 10% con una cifra de negocios de 5.8 millones de euros. Cabe destacar que en el 2007 el crecimiento fue de 15% en relación con el 2006.

Mercado asiático

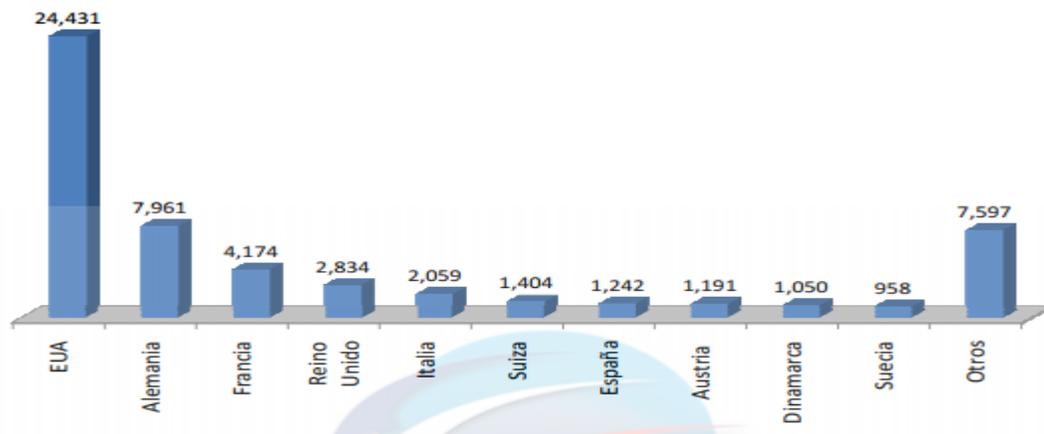
El mercado asiático por la población que engloba y por su nivel de crecimiento, que actualmente constituye entre el 10 y 12% anual, se proyecta a futuro como uno de los más grandes del sector orgánico. Pero está cambiando su imagen de mayoritariamente exportador a un mercado consumidor que se va afianzando.

Japón es el mercado de mayor consumo de productos orgánicos, con un promedio de 750 millones de dólares que representan tan solo el 0,015% del total de sus importaciones de alimentos. Sin embargo, es un país que cuenta con un área de producción orgánica reducida que alcanza apenas las 6.626 hectáreas en el que trabajan 2.463 productores.

Mercado de Norte América

La demanda de productos orgánicos representa un positivo crecimiento tanto en Estados Unidos como Canadá. En el 2007 el mercado Norteamericano tuvo un crecimiento más dinámico que el Europeo con un incremento del 21% en el nivel de consumo frente al 10% del mercado europeo, un valor aproximado de 22,3 mil millones de dólares¹⁷.

Figura 3. Principales países con mayor demanda de productos orgánicos. 2009 (Millones US\$)



Fuente: Organic-World.net a partir de FiBL & IFOAM survey 2010¹⁸.

¹⁷ PROSAP (Programa de Servicios Agrícolas Provinciales). Proyecto de Desarrollo de la Agricultura Orgánica Argentina. Disponible en: http://www.agriculturaorganicaamericas.net/Regiones/Sur/Argentina/Documentos%20CIAO/DiagnosticoAgroindustrial_PRODAAO.pdf

¹⁸ Disponible en: <http://pymes.elfinancierocr.com/sites/default/files/Tendencias%20y%20oportunidades%20en%20mercado%20organico.pdf>

Según Organic Monitor¹⁹, Estados Unidos se consolidó como el mayor mercado de alimentos y bebidas orgánicos en el mundo, debido al crecimiento constante en la demanda de los estadounidenses por este tipo de productos.

Según la Organic Trade Association (OTA)²⁰, la participación de las ventas de alimentos orgánicos dentro del total de ventas de alimentos se han triplicado en la última década, pasando representar un 1.2% del total de las ventas de alimentos en el 2000 a un 3.7% en el 2010. Además el sector de alimentos orgánicos de ese país creció un 5% el 2010, mientras que los alimentos generales lo hicieron sólo en un 2%.

En cuanto al comportamiento en los mercados orgánicos según producto, para Estados Unidos, de acuerdo con la información más reciente correspondiente al 2009²¹, el segmento de frutas y verduras orgánicos es el de mayor crecimiento mostrando una tasa de variación del 11%, incremento que influye considerablemente en la situación de la industria, dado que las frutas y vegetales representan poco más de un tercio del mercado orgánico estadounidense.

Por su parte el mercado europeo también ha mostrado un incremento en la demanda pero este ha sido más modesto, por el bajo poder adquisitivo de los consumidores. El mercado del Reino Unido presentó una contracción del 13% en el 2009; el mercado alemán, el más grande en ese continente, mostró un leve crecimiento del 2%. Por el contrario, otros mercados continuaron creciendo, tal es el caso de Francia y Suecia que se recuperaron con un crecimiento del 15% aproximadamente, tasas de variación que supera por ejemplo la de Estados Unidos.

¹⁹ Organic Monitor es una empresa especialista en investigación, consultoría e información que se centra en la industria mundial de productos orgánicos y afines.

²⁰ La Asociación de Comercio Orgánico (OTA) es una asociación de la industria orgánica en América del Norte cuya misión es promover y proteger el comercio orgánico para beneficio del medio ambiente, los agricultores, el público y la economía.

²¹ OTA (2010). U.S. Organic Industry Overview.

3.4 Requisitos de exportación a los mercados potenciales

Con respecto al café orgánico, existen un sin número de agencias gubernamentales, internacionales y empresariales (algunas claramente transnacionales) dedicadas a certificar que las prácticas y procesos de producción se ajusten a los estándares particulares propios de cada una de ellas.

Estas instituciones varían en su naturaleza, pero cada una de ellas cobra honorarios y viáticos por cada visita de los inspectores, para revisar y analizar los pasos seguidos determinando si se adecuan al tipo de certificación ofrecida, así como por el uso en el empaque de algún sello proporcionado por la certificadora que sirva de garantía al consumidor de la calidad del grano especificada en el sello. (Coello, 2007)

Requisitos de importación de los mercados principales²²

Estados Unidos

Con efecto a partir de octubre de 2002, toda fruta y verdura etiquetada o expedida como orgánica necesitará la certificación de un certificador aprobado en base a las Normas Orgánicas Nacionales de los Estados Unidos (NOS).

Hasta entonces, no hay reglamento ni supervisión del Gobierno sobre las frutas y verduras declaradas como orgánicas, lo cual significa que las importaciones de productos orgánicos se hacen normalmente por un importador de los Estados Unidos en colaboración con un organismo de certificación del país.

Para los productores de productos frescos orgánicos de los Estados Unidos y para los exportadores que quieren exportar al mercado de ese país, existen algunos

²² Requisitos para producir y exportar productos orgánicos a los principales mercados; Artículo de la FAO, disponible en: <http://www.fao.org/docrep/004/y1669s/y1669s04.htm#TopOfPage>

factores importantes para la aplicación de las normas. Todos los certificadores que solicitan la certificación del USDA dentro de los primeros seis meses (para agosto de 2001) tendrán su solicitud examinada y aprobada para abril de 2002. A partir de octubre de 2002, el sello orgánico del USDA se permitirá para productos orgánicos comercializados en los Estados Unidos.

Para la certificación de productos orgánicos que se exportarán a los Estados Unidos, el exportador tiene tres opciones de certificación:

- 1) Los organismos de certificación de los Estados Unidos que operan en países extranjeros pueden solicitar la acreditación del USDA. Los solicitantes extranjeros serán evaluados en base a los mismos criterios aplicados por los organismos de certificación interna. En lugar de la acreditación del USDA, un organismo de certificación extranjero puede:
- 2) Recibir el reconocimiento cuando el USDA ha determinado, a solicitud de un gobierno extranjero, que el gobierno del organismo de certificación extranjero está en condiciones de evaluar y acreditar que los organismos de certificación cumplen los requisitos de las normas orgánicas nacionales; o
- 3) Recibir el reconocimiento de que cumple con requisitos equivalentes a los de las NOS en virtud de un acuerdo de equivalencia negociado entre los Estados Unidos y el gobierno extranjero.

En concreto, todo grupo que quiera exportar productos orgánicos a los Estados Unidos debe identificar un organismo de certificación que tiene o recibirá la aprobación de los Estados Unidos. Las organizaciones que tienen la sede en los Estados Unidos y oficinas en ultramar podrán certificar todos los lugares una vez aprobados por el USDA para la certificación orgánica.

Japón

La nueva ley de Normas Agrícolas Japonesas (JAS) para el etiquetado de los productos, formulada por el Ministerio de Agricultura, Forestación y Pesca (MAFF) ha entrado en vigor a partir del 1 de abril de 2001. La ley de JAS promulgada se

basa en las directrices del Código para la agricultura orgánica. En virtud de la nueva ley todos los productos etiquetados como orgánicos deben ser certificados por una organización de certificación registrada (OCR) y mostrar el logotipo de JAS, así como el nombre de la OCR. En virtud de la nueva legislación, las OCR deben ser acreditadas ante el MAFF. Desde que comenzó a aplicarse la nueva legislación, 38 organizaciones se han registrado como OCR. Aunque es posible que se registren certificadores extranjeros, al tiempo de la presente redacción todas las OCR eran japonesas.

Comunidad Europea (CE)

En la CE, el Reglamento 2092/91 determina los requisitos mínimos para la agricultura orgánica en todos los estados miembros y es una ley aplicable directamente. Contiene normas para la producción, elaboración, importación, inspección y certificación, comercialización y etiquetado de productos orgánicos. Los productos alimenticios orgánicos procedentes de países no pertenecientes a la CE pueden importarse y comercializarse en la CE con una etiqueta orgánica si se acepta que los productos han sido producidos y certificados conforme a procedimientos equivalentes a los de la CE.

En virtud del Reglamento 2092/91 de la CE existen, en la práctica, dos opciones para obtener la autorización para exportar productos orgánicos a la CE:

- 1) Cuando un tercer país ha establecido y aplicado normas orgánicas, puede solicitar a la Comisión Europea ser incluido en la lista del Artículo 11 de la CE, conocida como lista del Artículo 11. Los países que figuran en esa lista pueden exportar a la CE productos certificados por un organismo de certificación interno aprobado, sin necesidad de una ulterior certificación o acreditación. Nótese que esto es válido únicamente en el caso de que el organismo de certificación interno esté específicamente registrado en la lista del Artículo 11. Cada entrega debe ir acompañada de un documento

que certifique que las normas y medidas de certificación son equivalentes a las que se aplican en la CE.

Con objeto de ser incluidos en la lista, los países tendrán que presentar pruebas suficientes de que cuentan con un sistema de normas y de procedimientos de certificación fidedigno, y que es equivalente al sistema de la CE.

La Comisión Europea evaluará las normas orgánicas del país y sus medidas de certificación. Estas normas deben corresponder a las descritas en el Artículo 6 del Reglamento 2092/91, y las medidas de certificación deben corresponder a las descritas en los Artículos 8 y 9. La experiencia demuestra que el proceso para que un país sea incluido en la lista es difícil y largo. En junio de 2001, sólo 6 países figuraban en la lista (Argentina, Australia, la República Checa, Hungría, Israel y Suiza).

- 2) Si el país exportador no figura en la lista del Artículo 11, debería pedir al importador del país de la CE que solicite un permiso particular para importar. Un determinado estado miembro de la CE puede autorizar a un importador que importe productos de un país que no figura en la lista del Artículo 11. De conformidad con esta disposición, el importador debe solicitar a las autoridades designadas en el país miembro de la CE un permiso de importación, y la solicitud debe ir acompañada de una documentación sobre la equivalencia de las normas y medidas de control. El productor y el exportador tendrán que estar certificados de conformidad con los procedimientos de la CE, lo cual deberá hacerse en cooperación con un organismo de certificación acreditado.

Los permisos de importación se expiden para una cierta cantidad de productos específicos procedentes de los países especificados, y son válidos durante períodos definidos. Se conceden a determinados importadores y son válidos sólo para importar en el país de esos importadores. Una vez importados en un país miembro de la CE, los productos pueden comercializarse libremente dentro de la

CE. En la práctica, la duración del proceso para obtener un permiso de importación puede variar considerablemente. Algunos importadores señalaron que en algunos países es cuestión de semanas (por ejemplo, en los Países Bajos), mientras que en otros estados miembros puede llevar hasta varios meses. En Francia, por ejemplo, algunas fuentes comerciales dijeron que en el pasado solía llevar hasta seis meses la obtención de un permiso de importación. Sin embargo, dijeron que se habían realizado considerables progresos últimamente, llegando a un calendario más razonable (que por lo general no excede de dos meses).

Para obtener un permiso de importación, el importador debe ofrecer pruebas de que el producto se ha producido de conformidad con los requisitos de producción equivalentes a los establecidos en el artículo 6, que las medidas de control son tan eficaces como las establecidas en los artículos 8 y 9, y que las medidas de control son aplicadas efectiva y permanentemente. La equivalencia entre los métodos de producción en la CE y los del país exportador se documenta mediante la utilización de organismos de certificación que tienen normas por lo menos equivalentes a los de la CE o un programa de certificación que garantice la certificación en base a normas equivalentes a las de la CE.

En general, los criterios que se utilizan para conceder un permiso de importación están pasando de la evaluación a nivel de producción a la aprobación de los acuerdos de certificación, incluidos los organismos de certificación. Con objeto de garantizar la equivalencia en la eficacia de las medidas de inspección y certificación, los organismos de certificación de un tercer país deben satisfacer los requisitos de las normas EN 45011 o la directriz 65:1996 de la ISO/CEI.

3.5 Ventajas de México en la producción del café orgánico

México tiene un potencial importante en la producción y comercialización de los cafés sustentables, entre ellos destaca el café orgánico, sobre todo a partir de la visión de que el mercado no es homogéneo.

Beneficios que arroja la producción de café orgánico²³:

- a) Beneficios ambientales: Protege a los bosques de la tala inmoderada, sobre todo si se considera que las zonas cafetaleras en México son las únicas zonas arboladas que quedan en las laderas de las montañas.
 - Proporciona protección contra la erosión del suelo.
 - Los cafetales así como los árboles que les dan sombra juegan un papel importante en la eliminación del carbono.
 - Los cafetales bajo sombra son un importante hábitat para diversas especies de aves, mamíferos y reptiles.
 - Contribuye también, a conservar la biodiversidad de los árboles nativos y de los bosques tropicales.
- b) Beneficio en sabor superior: Debido a que crece en las pendientes montañosas, a mayores altitudes y sin insumos químicos.
 - Los granos maduran con mayor lentitud, lo que les permite adquirir mayor contenido de azúcar, de lo que resulta un mejor sabor, más suave y rico.
- c) Beneficios Sociales: Los productores de café obtienen ingresos adicionales de la sombra, como pueden ser leña, plantas medicinales, frutas, etc.
 - Existe un mayor contacto entre las familias productoras y la tierra.
 - Mayor cohesión dentro de la comunidad.
 - Protección de los valores comunitarios, lo que no sucede con el cultivo intensivo.
- d) Beneficios económicos:
 - La producción de café orgánico y de sombra, es considerada una actividad económica más viable.
 - Puede reducir los riesgos económicos que implica la volatilidad del mercado mundial de café.

²³ Chávez López Onésimo. 2003. Retos y Oportunidades para México en el Mercado de Café Orgánico. Tesis de Licenciatura, UAAAN, Buenavista, Saltillo, Coahuila.

3.6 Oportunidades para el café orgánico mexicano en el mercado internacional

El café orgánico se orienta a un nicho de mercado específico como parte del mercado del café sustentable, a diferencia de la mayor parte de la industria del café convencional, ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años. Y como es sabido la exigencia de los mercados demandantes de este grano son vigorosos y crecientes en América del Norte, y notablemente existen grandes oportunidades en la Unión Europea y Japón.

A consecuencia en México, algunos procesos que se están desarrollando en las organizaciones de pequeños productores orgánicos y que les permite por un lado eliminar parte de los procesos de exclusión de la globalización y que a la vez les permite ingresar al mercado mundial de productos orgánicos son²⁴:

- Penetración en el mercado al ofrecer productos de alta calidad y en volúmenes adecuados. Un pequeño productor solo no puede satisfacer la demanda existente de los productos orgánicos, pues el mercado requiere de mayores volúmenes, especialmente para la exportación, de ahí que sí un grupo de productores asegura la calidad del producto requerido, entonces tiene la posibilidad de competir en el mercado mundial de orgánicos.
- La instrumentación de sistemas internos de control para lograr la certificación orgánica. Estos sistemas permiten la certificación en grupo, una mejor manera de asegurar la calidad orgánica del producto y una mayor autonomía del proceso, pero requieren una alta preparación y capacitación por parte de quienes ejecutan esta actividad en las organizaciones.
- Aseguramiento de la calidad. Con el objetivo de cumplir los requisitos que impone el mercado, los pequeños productores han puesto en marcha mecanismos que aseguren la alta calidad de sus productos, tales como

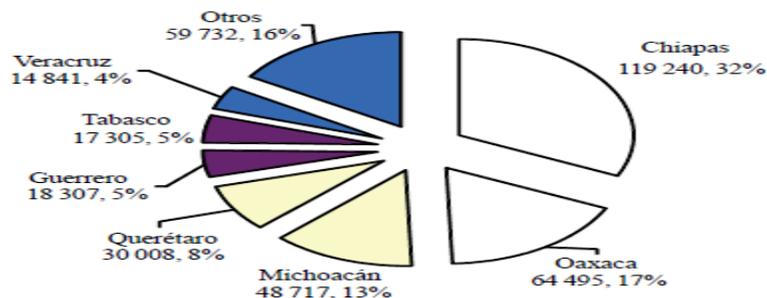
²⁴ La agricultura orgánica en México: un ejemplo de incorporación y resistencia a la globalización; Disponible en: <http://www.ibcperu.org/doc/isis/5284.pdf>

estrictos sistemas de acopio, capacitación a sus productores, estímulos a la calidad, entre otros.

- La redimensión de sus organizaciones sociales. La organización de la producción orgánica necesita más que una organización esté constituida jurídicamente, pues implica llevar a la práctica una planeación estratégica, además de que el grupo esté bien cohesionado y concientizado para poder cumplir con las exigencias de la certificación y del mercado.
- Generación de beneficios sociales al interior de sus organizaciones. Las organizaciones más avanzadas han logrado que la producción orgánica no sólo sea una forma de producción, sino una forma de vida, de tal forma que parte del sobreprecio se canaliza a proyectos de beneficio común y de desarrollo de los miembros.

En Chiapas, se producen 18 millones de toneladas anuales de café orgánico por más de 60 mil productores, una tercera parte son mujeres indígenas y campesinas que cultivan los cafetos bajo la sombra de árboles nativos, sin usar agroquímicos para evitar contaminar la tierra. Contribuyen así a contener el cambio climático y conservar el medio ambiente; sin embargo, trabajan a contracorriente porque al decir de especialistas, no hay en México una política pública que incentive la producción de alimentos orgánicos²⁵.

Figura 4. Distribución de la superficie (ha) orgánica por entidad federativa y porcentaje respecto al total nacional, 2007-2008



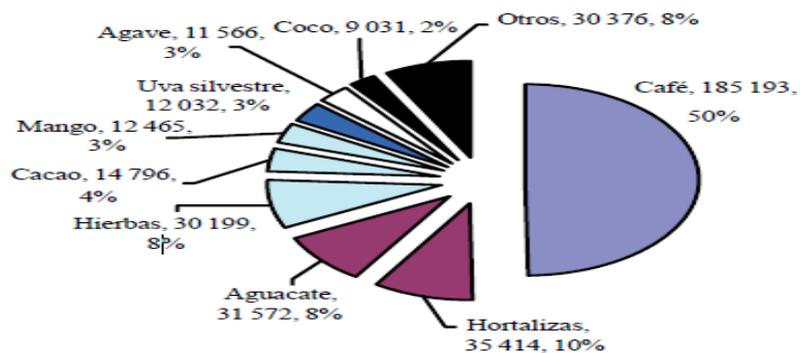
Fuente: Gómez *et al.*, 2010

²⁵ Información sobre agricultura, ganadería, desarrollo rural, pesca y alimentación en México; disponible en: <http://bioagricultura.wordpress.com/tag/cafe-organico/>

Respecto a la figura anterior se demuestra que en México, la agricultura orgánica adquiere una dimensión particular. Su crecimiento se concentra en Chiapas y Oaxaca, que son estados en donde la geografía de su producción está estrechamente ligada a la geografía de su biodiversidad y a su situación económica.

En la figura siguiente se muestra la participación que tiene el café respecto a los demás cultivos orgánicos a nivel nacional.

Figura 5. Cultivos orgánicos (has) y % de participación con respecto a la superficie orgánica total, 2007-2008



Fuente: Gómez *et al.*, 2010

Se observa que el café orgánico presenta una superficie sembrada de 185 193 hectáreas que equivale al 50% del total de la superficie orgánica a nivel nacional.

3.7 Organismos de certificación en México

En seguida se da a conocer los aspectos más relevantes de los principales organismos de certificación nacional.

3.7.1 Certificadora mexicana de productos y procesos ecológicos S.C. (CERTIMEX)

Se trata de una agencia de certificación cuya aparición tiene lugar en 1997, es resultado de la satisfacción de la necesidad de campesinos, pequeños productores quienes se interesaron por hacer llegar su producción de café a mercados extranjeros, para lo cual requerían de la certificación de su producción, sin embargo los altos costos de inspección-certificación que imponían las empresas certificadoras principalmente les impedía asumir el compromiso de certificarse, sobre todo porque tales tarifas eran similares a las establecidas en el país de origen de las agencias, lo cual de acuerdo a la lógica económica no permitía que los productores mexicanos asumieran tal compromiso. Otra problemática era la aplicación de normas de producción orgánicas de otros países que no correspondían a las condiciones contextuales de las fincas mexicanas, así como la lejanía de las agencias de certificación respecto a estos terrenos; por todo lo anterior 20 organizaciones campesinas se asocian con Ecomex, Campesinos e Indígenas Ecológicos de México, A.C. y en conjunto deciden la creación de CERTIMEX.

Ante este contexto se crea CERTIMEX con la finalidad de ofrecer servicios de certificación de productos y procesos orgánicos, más tarde la certificadora ingresa a otros rubros y elabora normas y políticas en conjunto con Comercio Justo México, A.C.

El trabajo de CERTIMEX además del contacto externo persigue Impulsar la sustentabilidad de los sistemas de producción en el medio rural, mediante un equipo de trabajo profesional y comprometido con las diversas organizaciones, apoyado en sistemas y procedimientos confiables²⁶.

²⁶ Información disponible en: <http://148.206.53.231/UAMI13723.pdf>

3.7.2 Certificadora mexicana de productos orgánicos (CEMEXPO)

Es una asociación civil formada en 1997, con sede en Oaxaca, que tiene un convenio de certificación con OCIA internacional, en 1999 esta agencia tenía registrado 77 proyectos orgánicos, que sumaban 28,858 hectáreas y 12,896 productores orgánicos en México.

CEMEXPO cuenta con un comité de certificación y un cuerpo de inspectores independientes, y aunque es una certificadora nacional, el convenio de certificación con la sede internacional facilita que los productos certificados tengan aceptaciones en el mercado externo. Esta agencia ha iniciado también el proceso de acreditación por el programa de acreditación de IFOAM y en el futuro se espera tenga reconocimiento mutuo con otras agencias del mundo²⁷.

3.7.3 Asociación mexicana de inspectores orgánicos (AMIO A.C.)

Esta asociación se formó en diciembre de 1994, con el propósito de formar inspectores nacionales y reducir los costos de inspección, sobre todo en las organizaciones sociales. Sus principales objetivos son: contribuir al desarrollo de la agricultura orgánica a través de la inspección, promoción, asesoría y capacitación; vigilar que los inspectores cumplan su función con honestidad y profesionalismo, de acuerdo con el código de ética establecida y; crear los vínculos necesarios con las certificadoras, asociaciones de productores, procesadoras e instituciones que realizan actividades ligadas a la agricultura ecológica.

De los inspectores formados por AMIO A.C., 19 fueron aprobados; en la mayoría de los casos se trata de técnicos de las propias organizaciones; a pesar de ello,

²⁷ Información resumida con base al artículo agricultura orgánica y con base a información de Certificadora mexicana de productos orgánicos (Cemexpo.) Disponible en: www.certimexsc.com

solo algunos de los inspectores ejercen, aunque lo hacen en las certificadoras internacionales y muy recientemente en las agencias de certificación nacional.

3.7.4 Comité universitario certificador de productos orgánicos de la universidad de colima (CUCEPRO)

Se formó en 1993 con la finalidad de brindar una alternativa nacional de certificación de productos orgánicos, promocionar la agricultura ecológica en el país, profesionalizar el servicio de inspección y certificación, participar en la formación de cuerpos técnicos especializados y abaratar los costos de este servicio a los productores nacionales.

Actualmente este comité está integrado por una coordinación y tres áreas: la técnica, la normativa y la socioeconómica, en un inicio las actividades de CUCEPRO se presentaron como una alternativa de certificación, principalmente para aquellos productores que estaban incursionado al mercado orgánico nacional, ya que en el mercado internacional el sello de este comité no se conocía²⁸.

3.8 Inocuidad en los productos orgánicos

La creciente interdependencia alimentaria en el mundo ha traído consigo el aumento de la necesidad de garantizar la inocuidad²⁹ en la alimentación para la población. Los sistemas de calidad e inocuidad se deben considerar como bienes públicos pues tienen el objetivo de servir a la población en su conjunto y, por lo mismo, ningún individuo puede ser excluido de recibir los beneficios de estos.

²⁸ Hernández Arizmendi José Yuniór. 2009. Análisis de la producción de productos orgánicos en México: Caso del cultivo del café. Tesis de Licenciatura, UAAAN, Buenavista, Saltillo, Coahuila.

²⁹ Entendiéndose por Inocuidad como la condición de los alimentos que garantiza que no causaran daño al consumidor cuando se preparen y /o consuman de acuerdo con el uso al que se destinan.

Para los productores mexicanos, la salud de los consumidores es su principal preocupación. Por ello, el sector agroalimentario en México garantiza que sus productos sean seguros y confiables. Además, los productores y empresas mexicanas están comprometidos con la higiene y con el cumplimiento de las certificaciones que garantizan a los consumidores la calidad y sanidad de sus productos.

Los sistemas de inocuidad alimentaria también pueden contribuir en el proceso de adaptación del sector agropecuario ante el evidente cambio climático. Como consecuencia de este último se prevén cambios en el comportamiento de las lluvias, condiciones de siniestralidad recurrente, cambios en la población de plagas y transmisión de enfermedades en los cultivos.

Por lo que diariamente se promueve una cultura de sanidad e inocuidad agroalimentaria, producir alimentos sanos e inocuos y resguardar los activos agroalimentarios, es una política de estado y de seguridad nacional.

3.9 Retos a superar para consolidar a México en el mercado del café orgánico

Según Escamilla Prado Esteban y Ruiz Rosado Octavio mediante su exposición en el foro: Balance y Expectativas del Campo Mexicano en Junio 2006. El éxito del café orgánico en México se debe a diversos factores, primeramente a la riqueza de la cafecultura tradicional, ya que estos conocimientos tradicionales están arraigados entre los pequeños productores, en particular de grupos indígenas, que tienen un gran respeto por la naturaleza. Y ratifican con base a los datos proporcionados por la CERTIMEX, la importancia de Chiapas y Oaxaca en la producción de café orgánico, con el 90% de la superficie, el 86.5% de los productores y el 84.9% de la producción. Aunque el volumen de producción es pequeño respecto al café convencional, el café orgánico tiene una alta importancia

económica y social en más de 145 municipios y 1250 comunidades donde se cultiva.

Un rasgo distintivo del agro ecosistema café orgánico es el cultivo bajo sombra diversa, con importante presencia de los sistemas de policultivo tradicional y comercial, además de que aún se conservan cafetales bajo la sombra natural de la montaña, los cuales se constituyen en invaluable refugios para la biodiversidad y la conservación de los recursos genéticos.

Mencionan también que la baja productividad está relacionada con la edad avanzada de las plantaciones: el manejo inadecuado de la poda de cafetos y la regulación de sombra, la deficiente protección fitosanitario y la limitada aplicación de abonos.

Por lo que recomendaron enfatizar en la elección de la tecnología adecuada de producción de café orgánico, en el manejo de sombra y las prácticas de conservación de suelos, y dadas las condiciones de topografía accidentada y deterioro de suelos cafetaleros en el país, permite revertir o disminuir el impacto ambiental de manera inmediata.

Mediante el trabajo expuesto en el Foro Nacional para la Organización y Planeación del Movimiento Orgánico Mexicano de Pablo Muñozledo en Septiembre de 2007, Rocío Romero y Guillermo Cadena. Exponen las siguientes sugerencias para superar deficiencias e ineficiencias en la producción:

- Articular a distintos grupos y actores, círculos de producción y mercado que hoy están dispersos y dislocados.
- Plantear nuevos esquemas que superen los graves problemas y alto costo de la distribución.
- Hacer que en las políticas públicas y como prioridad de agenda de las organizaciones civiles, el fomento a la producción y consumo orgánicos se

convierta en una estrategia toral de apoyo al desarrollo humano, económico y ambiental del campo.

- Dar a conocer la alternativa orgánica y sus beneficios, hacerla un tema de interés y conocimiento público.
- Conseguir una participación diversificada y generalizada de todos los componentes del tejido social.

La orientación en productos locales evita los costos económicos como ambientales asociados al traslado desde largas distancias de productos, un aspecto típico de la economía convencional en el mundo globalizado. Otra manera de llegar a un precio que sea justo, para el productor tanto como el consumidor es la venta directa, porque permite eliminar a los intermediarios de la cadena productiva, y así asegurando que las ganancias lleguen más directamente al productor. Apoyar las redes de producción y consumos locales, y las relaciones directas entre productor y consumidor tiene valor en un sentido más filosófico, pues destaca la importancia de fortalecer la solidaridad comunitaria y las relaciones de confianza como manera de mejorar la cohesión social.

La falta de financiamiento no solamente dificulta el funcionamiento diario de los mercados orgánicos, sino también impide las posibilidades de ofrecer capacitación y educación sobre la agricultura orgánica, siendo éste uno de los principales temas de interés de la REDAC. Muchos productores se beneficiarían de este tipo de capacitación, para realizar la conversión de la agricultura convencional a la agricultura orgánica, o para mejorar su producción ya orgánica; pero todavía no existe la capacitación necesaria por falta de recursos.

Otro de los retos para los mercados que integran la REDAC es que la gran mayoría de los pequeños productores involucrados no pueden lograr la Certificación Orgánica a través de las agencias convencionales (como OCIA México o Certimex), que aseguran la integridad orgánica de los productos que se

venden en los mercados. Este problema existe al nivel mundial, porque muchos pequeños productores no tienen los recursos para pagar los altos costos de la certificación, pequeñas cantidades de tierra y alta diversidad de cultivos dificultan aún más el problema (IFOAM, 2009).

CAPÍTULO IV

LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

El objetivo del desarrollo de este capítulo es de exponer y analizar la situación en la que se encuentra México respecto a la producción del café orgánico y explicar sus diferentes variables de producción.

4.1 Superficie sembrada de café orgánico en México

La superficie sembrada se puede definir como la superficie en la que se establece un cultivo, que para el caso de café orgánico por las condiciones en las que se desarrolla no en todos los estados de país prospera e inclusive al interior de los estados productores no todas las regiones lo producen, debido a que este tipo de grano necesita de determinadas y estrictas técnicas de producción diferentes a las que se utilizan en el café convencional. En cuanto a las tendencias de la superficie sembrada del año 2003-2010, se presentan a continuación.

Cuadro 1. Superficie sembrada de café orgánico en México 2003-2010

Superficie Sembrada (has)			
Año	Convencional	Orgánico	Promedio
2003	774.850,13	14.223,00	394.536,57
2004	777.053,35	14.223,00	395.638,18
2005	784.652,46	14.223,00	399.437,73
2006	785.273,49	12.601,49	398.937,49
2007	787.858,89	13.050,71	400.454,80
2008	784.990,88	11.832,49	398.411,69
2009	777.344,62	14.572,19	395.958,41
2010	765.556,43	15.459,56	390.508,00
Promedio	779.697,53	13.773,18	3.173.882,85
TMCA	-0,17	1,2	- 0,15

Fuente: Elaboración propia con datos del SIACON 2010

El total de la superficie sembrada del café convencional a nivel nacional en el 2010 fue de 765 556 hectáreas, el cual estuvo por debajo del promedio del periodo de estudio y presentó un crecimiento anual negativo de 0.17%.

Por otra parte la superficie sembrada del café orgánico en el mismo año fue de 15 459 hectáreas, el cual estuvo por encima del promedio del periodo de estudio y presentó una tasa de crecimiento anual positivo de 1.20%.

El año en el cual se presentó la más baja cantidad de hectáreas sembradas del café convencional fue el 2010 con 765 556 y ese mismo año se obtuvo la cantidad más alta de superficie sembrada pero del café orgánico con una cantidad de 15 459 hectáreas.

El año con mayor superficie sembrada de café convencional fue en el 2007 con 787 858 hectáreas. Con respecto al café orgánico el año en el cual se obtuvo la más baja cantidad de superficie sembrada fue en el 2008 con 11832 hectáreas respectivamente.

4.2 Superficie cosechada de café orgánico en México

La superficie cosechada se puede comprender como aquella superficie de la cual se obtuvo producción, incluyendo en ella a la que presentó siniestro parcialmente.

A continuación se expone más concretamente las cifras de la superficie cosechada de café orgánico del periodo 2003-2010:

Cuadro 2. Superficie cosechada de café orgánico en México 2003-2010

Superficie Cosechada (has)			
Año	Convencional	Orgánico	Promedio
2003	728.613,92	14.223	371.418,46
2004	746.534,72	14.046	380.290,36
2005	748.302,74	13.958,10	381.130,42
2006	751.004,14	12.413,49	381.708,82
2007	759.173,59	12.862,71	386.018,15
2008	755.245,18	11.738,39	383.491,79
2009	751.133,07	14.564,19	382.848,63
2010	726.070,13	15.340,56	370.705,35
Promedio	745.759,69	13.643,31	3.037.611,97
TMCA	- 0,05	1,09	- 0,03

Fuente: Elaboración propia con datos del SIACON 2010

En cuanto a la superficie cosechada del café orgánico en nuestro país se puede contemplar claramente que a pesar de las continuas bajas que se ha tenido en esta actividad debido a las problemas de la economía y el sector agropecuario; en el 2010 obtuvo la cifra más alta con 15 340 hectáreas con una TMCA positiva de 1.09% y con esto se comprueba que este sector ha tenido mayor aceptación en el mercado extranjero.

Por el contrario el comportamiento de la superficie cosechada del café convencional había venido creciendo del 2003 hasta llegar el 2007 y ya en el año 2008 bajo su comportamiento una de las razones que pudiera haber repercutido fue la crisis que se presentó; y a partir de ese año el comportamiento que se ha venido presentando ha sido de manera descendente. Por lo que se aprecia una TMCA negativa de 0.05%.

En los años 2003 y 2004 la superficie cosechada de café orgánico era pequeña a comparación de los años siguientes, de igual modo el año en el cual se obtuvo una menor cantidad de superficie cosechada del café orgánico fue en el 2008 respectivamente con 11 738 hectáreas, pero en los siguientes dos años creció paulatinamente.

4.3 Superficie siniestrada de café orgánico en México

Se puede entender como superficie siniestrada aquella parte o área sembrada que en el ciclo o año agrícola registró pérdida total debido a diversos motivos en los que pueden estar los fenómenos climáticos o por plagas y enfermedades.

En el caso de este tipo de grano se considera como cultivo perenne, se reconoce la pérdida total por siniestros sólo para la producción del año agrícola de que se trate, considerando que la plantación queda en posibilidad de ser cosechada en el año siguiente. A continuación se despliega el siguiente cuadro:

Cuadro 3. Superficie siniestrada de café orgánico en México 2003-2010

Superficie Siniestrada (has)			
Año	Convencional	Orgánico	Promedio
2003	46.236,21	-	46.236,21
2004	30.518,63	177	15.347,82
2005	36.349,72	264,9	18.307,31
2006	34.269,35	188	17.228,68
2007	28.685,30	188	14.436,65
2008	29.745,70	94,1	14.919,90
2009	26.211,55	8	13.109,78
2010	39.486,30	119	19.802,65
Promedio	33.937,85	148,43	159.388,99
TMCA	- 2,23	- 5,51	- 11,41

Fuente: Elaboración propia con datos del SIACON 2010

En cuanto a la superficie siniestrada del café convencional se puede apreciar que ha tenido un comportamiento descontrolado por sus altas y bajas por lo que presenta una TMCA negativa de 2.23%; de igual manera el café orgánico ha presentado cambios notables en cuanto a su superficie siniestrada, con una TMCA de igual manera negativa de 5.51%.

Se aprecia que hay más descontrol en las cifras de la superficie siniestrada de café orgánico al paso de los años, esto se debe a que se implementan de manera eficiente las técnicas de producción y se capacitan mejores a los productores para

obtener mayores rendimientos por hectárea. En el 2005 se perdieron 264,9 hectáreas, esta cifra estuvo por encima del promedio que fue de 148,43.

Respecto al café convencional se tienen cifras mayores, ya que en el cultivo de este tipo de grano no se tiene estrictas reglas de producción, al igual modo es uno de los cultivos mas cosechados en la republica mexicana. En el 2009 se perdieron 26.211,55 hectáreas, el cual estuvo por debajo del promedio.

4.4 Volumen de producción de café orgánico en México

Según diccionarios de economía la producción se refiere al acto de transformar los factores de producción en bienes y servicios que se demandan para el consumo o la inversión. De ahí se desprende el volumen de producción que se refiere a la cantidad de toneladas obtenidas de un cultivo en una determinada área.

En el siguiente cuadro se expone el volumen de producción obtenido de café orgánico en México durante el periodo 2003-2010 y posteriormente se realizará el análisis de los datos.

Cuadro 4. Volumen de producción de café orgánico en México 2003 – 2010.

Volumen de Producción (Ton)			
Año	Convencional	Orgánico	Promedio
2003	1.588.974,01	32.964,30	810.969,16
2004	1.665.406,18	31.571,36	848.488,77
2005	1.569.822,33	29.117,62	799.469,98
2006	1.485.557,22	33.373,66	759.465,44
2007	1.427.332,10	31.471,44	729.401,77
2008	1.389.142,58	25.526,51	707.334,55
2009	1.400.405,91	36.153,57	718.279,74
2010	1.293.794,57	38.468,60	666.131,59
Promedio	1.477.554,36	32.330,88	6.039.540,98
TMCA	- 2,89	2,86	- 2,77

Fuente: Elaboración propia con datos del SIACON 2010

El comportamiento del volumen de producción del café convencional ha venido descendiendo durante el periodo de análisis y en el año 2010 tuvo un valor de 1 293 794 toneladas con una TMCA negativa de 2.89%.

En cuanto al café orgánico en nuestro país su comportamiento ha sido estable porque las cifras no han variado en gran magnitud. Y en el 2010 se obtuvo un volumen de producción de 38 468 toneladas y presentó una TMCA positiva de 2.86%.

En el 2010 el café convencional obtuvo el menor volumen de producción que fue de 1 293 794 toneladas y en el 2004 el mayor con una cantidad de 1 665 406 toneladas respectivamente.

En el caso del café orgánico fue en el año 2008 cuando presentó el menor volumen de producción que fue de 25 526 toneladas y los dos años siguientes creció paulatinamente hasta llegar a presentar en el 2010 el mayor volumen de producción de 38 468 toneladas.

4.5 Valor de la producción de café orgánico en México

El valor de la producción del café orgánico y convencional han presentado cifras positivas durante el periodo de análisis por lo que ambos granos presentan una TMCA positiva como se observa en el siguiente cuadro, en el que expresa el valor de producción en valores reales, deflactados con año base 2010=100.

Cuadro 5. Valor de la producción de café orgánico en México. 2003 - 2010

Valor de la producción (\$)				
Año	Convencional	TCA %	Orgánico	TCA %
2003	4.003.320.441,5	-	105.293.348,2	-
2004	3.688.225.848,1	-7,87	100.945.860,9	-4,13
2005	4.499.447.834,6	21,99	95.551.011,5	-5,34
2006	4.861.729.655,4	8,05	110.318.292,3	15,45
2007	5.627.828.737,7	15,76	113.426.665,2	2,82
2008	6.127.421.031,8	8,88	93.788.727,6	-17,31
2009	5.572.087.570,1	-9,06	127.140.991,3	35,56
2010	5.708.920.242,5	2,46	152.703.451,2	20,11
TMCA	5,20		5,45	

Fuente: Elaboración propia con datos del SIACON 2010 y BANXICO

El café convencional ha venido creciendo significativamente durante el periodo de análisis (2003-2010) y se aprecia que en el 2004 tuvo una ligera disminución con un valor de producción de \$3 688 225 848, y en el 2008 obtuvo el más alto valor de la producción que fue de \$ 6 127 421 031.

Respecto al café orgánico su crecimiento ha presentado caídas en distintos años. Como se puede apreciar en el 2008 presentó el valor de producción más bajo con \$ 93 788 727 y por lo contrario en el 2010 el mayor con \$ 152 703 451.

Hablando de la TCA, el valor de producción del café convencional en el 2004 cayó en un 7.87% porque pasó de \$4 003 320 441 a \$3 688 225 848. De la misma manera en el 2009 tuvo un descenso del 9.06%. En el 2005 se obtuvo el mayor crecimiento del valor de producción con el 21.99% y le sigue el año 2007 con un crecimiento de 15.76%.

Por su parte el café orgánico presentó caídas en su valor de producción en los años 2003 con 4.13% y en el 2004 con 5.34% y de igual forma en el año 2008 donde se presentó la mayor caída y fue de 17.31%.

Se observa que en los dos últimos años de estudio hubo un crecimiento significativo en el valor de producción de éste grano. En el 2009 tuvo un crecimiento de 35.56% y en el 2010 creció en 20.11%.

4.6 Rendimiento de café orgánico en México

En el sureste de nuestro país se concentra la mayor producción de café orgánico, debido tanto a factores climáticos, ubicación, tipología de productores. Respecto a la variable de Rendimiento hablando matemáticamente, este resultado se deriva de la división de la producción obtenida entre la superficie cosechada; y como se puede observar claramente en el cuadro siguiente ocurre todo lo contrario a las posiciones anteriores, del café orgánico frente al convencional.

Puesto que en la producción del café orgánico existen estrictas reglas para obtener la mayor producción posible en una hectárea, y con los altos costos que exige dicho procedimiento, por lo que no es rentable para los productores perder varias toneladas por hectárea.

Cuadro 6. Rendimiento de café orgánico en México 2003 – 2010.

Año	Rendimiento (Ton/Ha)		
	Convencional	Orgánico	Promedio
2003	2,181	2,318	2,25
2004	2,231	2,248	2,24
2005	2,098	2,086	2,09
2006	1,978	2,688	2,33
2007	1,88	2,447	2,16
2008	1,839	2,175	2,01
2009	1,864	2,482	2,17
2010	1,782	2,508	2,15
Promedio	1,98	2,37	17,40
TMCA	- 2,85	1,58	- 0,68

Fuente: Elaboración propia con datos del SIACON 2010

Las cifras del café convencional nos muestran que el rendimiento ha venido disminuyendo ligeramente, en el 2004 presentó el mayor rendimiento con una cantidad de 2 231 Ton/ Ha y en el 2010 presentó el menor rendimiento con 1 782 Ton/Ha. Y por consiguiente presentó una TMCA negativa de 2.85%.

Por el contrario el rendimiento que ha presentado el café orgánico a nivel nacional es muy favorable, ya que no se desvía del rango que se presenta. En el 2005 presentó el menor rendimiento con 2086 Ton/Ha, en comparación en el año 2010 presentó el mayor rendimiento con 2 508 Ton/Ha. Por lo que arroja una TMCA positiva de 1.58%.

4.7 Precio medio rural de café orgánico en México

El precio medio rural que los productores en México venden su producto orgánico principalmente a los mercados extranjeros ha ido aumentando al paso de los años, tanto por la exigencia de los mercados y los costos que conlleva el proceso de producción, certificación, traslado, etc. Enseguida se exponen los precios tanto del café convencional y orgánico a precios reales, deflactados con año base 2010=100.

Cuadro 7. Precio medio rural de café orgánico en México 2003-2010.

Precio Medio Rural (\$/ton)				
Año	Convencional	TCA %	Orgánico	TCA %
2003	2.519,4	-	3.194,2	-
2004	2.214,6	-12,10	3.197,4	0,10
2005	2.866,2	29,42	3.281,5	2,63
2006	3.272,7	14,18	3.305,5	0,73
2007	3.942,9	20,48	3.604,1	9,03
2008	4.410,9	11,87	3.674,2	1,94
2009	3.978,9	-9,79	3.516,7	-4,29
2010	4.412,5	10,90	3.969,6	12,88
TMCA	8.34		3.15	

Fuente: Elaboración propia con datos del SIACON 2010 y BANXICO

En base al cuadro anterior se deriva la siguiente explicación:

Se ve claramente que los precios medio rurales del café orgánico están por encima de los precios del café convencional. Pero a partir del 2007 esta situación cambia porque los precios del café convencional suben y se colocan por encima de los precios del café orgánico.

En el periodo de estudio el café convencional presenta una TMCA positiva de 8.34% mientras que el café orgánico arroja una TMCA de 3.15%.

Respecto al café orgánico se puede observar que del 2003 al 2004 el precio creció en 0.10% porque paso de \$3 194,2 a \$3 197,4. El año en donde el precio presentó la mayor TCA fue del 2009 al 2010 con un crecimiento de 12.8% porque paso de \$3 516,7 a \$3 969,6. Y en el 2009 el precio cayó en 4.28% porque paso de \$3 674,2 a \$3 516,7.

En los precios del café convencional se puede ver claramente que en la mayoría de los años han crecido significativamente. Pero en el 2004 el precio cayó en 12.10% porque pasó de \$2 519,4 a \$2 214,6.

La otra caída del precio del café convencional fue en el año de 2009 de 9.79% porque pasó de \$4 410,9 a \$3 978,9. Y los años en los cuales presentó los mayores crecimientos fueron en el 2005 con 29.42% y el 2007 con 20.48%.

Cuadro 8. Análisis comparativo de los principales indicadores de la producción de café orgánico vs convencional en México 2003-2010

Indicador	Convencional		Orgánico		Relación Conv/Org
	Promedio	TMCA	Promedio	TMCA	
Sup. Sembrada	779.697,53	-0,17	13.773,18	1,2	56,61
Sup. Cosechada	745.759,69	-0,05	13.643,31	1,09	54,66
Sup. Siniestrada	33.937,85	-2,23	148,43	-5,51	228,65
Volumen de Producción	1.477.554,36	-2,89	32.330,88	2,86	45,70
Valor de Producción	5.011.122.670,21	5,2	112.396.043,53	5,45	44,58
Rendimiento	1,98	-2,85	2,37	1,58	0,84
PMR	3.452,26	8,34	3.467,90	3,15	0,99
Ingreso/ha	6835.47		8218.92		0.83

Fuente: Elaboración propia con datos de cuadros anteriores.

En el cuadro anterior se puede apreciar un resumen claro de los indicadores de producción a nivel nacional el café orgánico del 2003 al 2010. Del cual se desprende el siguiente análisis:

En base a los resultados obtenidos en los indicadores de superficie sembrada y cosechada, se demuestra que el café orgánico ha tenido una TMCA positiva en el periodo de estudio, lo que quiere dar a entender que ha ido desarrollándose favorable a comparación del café convencional, el cual ha tenido altas y bajas al paso de los años, a pesar de tener una considerable ventaja en las cifras de producción respecto al orgánico.

Respecto al indicador de superficie siniestrada, el café orgánico ha venido disminuyendo la pérdida de su superficie siniestrada debido a los mejores manejos que se han implementado en los cafetos, para obtener un mayor volumen de producción.

En cuanto a los indicadores de volumen y valor de producción, el café orgánico ha presentado una TMCA más favorable respecto al café convencional, esto gracias técnicas de producción estrictas que se tienen desde el momento de llevar a cabo la siembra de los cafetos y todo el proceso de producción hasta que el producto

llegué al consumidor final. Y con esto el café orgánico tiene un plus valor frente al café convencional y como consecuencia un precio más elevado.

Por último sucede lo mismo en los indicadores de rendimiento, PMR e Ingreso por hectárea. El café orgánico se posiciona en un lugar mejor frente al convencional, ya que por su diferente proceso de producción éste obtiene mayores beneficios y el mercado presenta una mayor demanda hacia este producto.

CONCLUSIONES

- ✓ El café es el producto más importante en México en cuanto a superficie sembrada dentro del rubro de “orgánicos”. Los principales estados productores son: Chiapas, Oaxaca, Veracruz y Puebla, ellos tienen la difícil tarea de posicionar al café orgánico como uno de los mejores a nivel mundial.
- ✓ Los principales productores orgánicos son en su mayoría grupos muy bien organizados, muchos de ellos en comunidades indígenas, que exportan directamente a mercados de especialidad y reciben ingresos significativos.
- ✓ El café es un cultivo perenne, sin embargo el periodo de mayor recolección se da entre enero y marzo de cada año. Este producto presenta un ciclo de producción bianual, esto quiere decir, que después de un año de una gran cosecha, el siguiente es de menor volumen.
- ✓ Por lo tanto el éxito del café orgánico hasta el momento es apreciable a nivel internacional, aunque en las cifras de los indicadores de producción estén por debajo respecto al café convencional, esto se debe a que la mayoría de los productores mexicanos están desorganizados. A consecuencia de ello, tienen problemáticas entorno a la producción, distribución y sobre todo en el consumo de éste grano. Ya que en México es poco común que se consuma este café, muchas personas prefieren el café convencional por ser mucho más barato y sobre todo fácil de conseguir.

De acuerdo a la hipótesis planteada en este trabajo de investigación se puede concluir que si se cumplió ya que de acuerdo a los cálculos realizados en el capítulo IV se determinó que el cultivo del café orgánico presenta tendencias más

favorables respecto al café convencional, aunque sus cifras sean pequeñas en comparación del producto convencional.

- ✓ De acuerdo a los datos proporcionados por la IFOAM (Federación Internacional de Movimientos en la Agricultura Orgánica), el mercado de los productos orgánicos representa uno de los más dinámicos y diversos con gran crecimiento en los últimos años, ya que duplicó su tamaño entre el 2003 y 2008 al pasar de US\$25,000 millones a US\$50,900 millones, de la misma forma a pesar de la crisis que tuvo lugar entre los años 2008 y 2009, el mercado orgánico mostró un crecimiento del 5% para el año 2009 alcanzando los US\$55,000 millones.
- ✓ Para el 2009 se registraron 37.2 millones de hectáreas que operan bajo estándares orgánicos, lo que equivale al 0.9% del total de tierras agrícolas a nivel mundial. A nivel regional, Oceanía (32.8%), Europa (24.9%) y Latinoamérica (23%) son las que aportan a la producción orgánica, representando un 81% del total de áreas orgánicas del mundo.
- ✓ Chiapas, es un estado que participa con importantes volúmenes de producción de café orgánico en el mercado mundial, tal participación se lo da el producir 18 millones de toneladas anualmente por más de 60 mil productores, de los cuales una tercera parte son mujeres indígenas y campesinas que cultivan los cafetos bajo la sombra de árboles nativos, sin usar agroquímicos para evitar contaminar la tierra. Del año 2007-2008 se observa que el comportamiento de la producción de este grano representó una superficie sembrada de 185,193 hectáreas que equivale al 50% del total de la superficie sembrada con cultivos orgánicos a nivel nacional.
- ✓ La certificación orgánica es la garantía de que un cultivo se manejó siguiendo las normas de la producción orgánica. Porque cuando el consumidor ve el sello de la agencia certificadora lo reconoce y le da

confianza de que el producto es orgánico, y así el productor tiene más opciones de éxito al vender sus productos diferenciados. También es importante tomar en cuenta que el proceso de certificación y las inspecciones tienen un costo, por lo que los productores interesados deben solicitar toda la información necesaria cuando seleccionen una agencia certificadora. De acuerdo a las necesidades particulares y los mercados hacia los cuales orientará el café. Es recomendable que los caficultores se asocien para compartir los costos.

- ✓ México tiene una participación importante respecto al café orgánico, pero para llegar a ocupar el lugar que tiene actualmente en el mercado internacional tiene que superar diversos retos para consolidarse como uno de los principales países exportadores de este grano.
- ✓ De acuerdo a datos CERTIMEX, la importancia del estado de Chiapas y Oaxaca en la producción de café orgánico, radica en que en conjunto concentran el 90% de la superficie sembrada de café orgánico, el 86.5% de los productores y el 84.9% de la producción.
- ✓ Debido a que el café orgánico en México se cultiva bajo sombra diversa, e importante presencia de sistemas de policultivo tradicional y comercial, permite constituir con invaluable refugios para la biodiversidad y la conservación de los recursos genéticos.
- ✓ Es importante para los productores obtener un precio que sea justo, tanto para él y para el consumidor el cual se daría mediante la venta directa, que permite eliminar a los intermediarios de la cadena productiva, y así asegurar que las ganancias lleguen más directamente al productor. Esto se puede realizar en el lugar de producción (fincas o ranchos) o en ferias realizadas por el estado.

RECOMENDACIONES

Mejorar el proceso de producción de productos orgánicos en México, es una alternativa viable para los productores, ya que sus productos son reconocidos nacional e internacionalmente, de igual manera son adquiridos con mayor confianza por los consumidores gracias a sus beneficios que aportan.

Fortalecer los apoyos a esta actividad, con el trabajo en conjunto entre las organizaciones y el gobierno del estado, beneficiando a los productores con los programas que la Comisión para el Desarrollo y Fomento del Café (COMCAFÉ) opera en el estado, los cuales inciden directamente en todos los niveles de la cadena productiva. De la misma forma la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), a través del Programa Trópico Húmedo, ha estado impulsando la producción y la certificación de café orgánico.

Apoyar con gestoría para que productores de café orgánico sean certificados, ya que un solo productor tendría que realizar muchos trámites y no le sería factible pagar de manera individual el proceso de certificación. Por lo que se recomienda que conformen organizaciones para que entre todos realicen el pago de este proceso y así disminuyan sus costos.

El gobierno con la participación de los productores u organizaciones de cafetaleros, deberían de crear un centro de servicios a nivel estatal para poner más énfasis en la producción de este grano y mejorar en sus deficiencias en la producción y comercio, esto mediante investigaciones. También es muy importante dar a conocer el producto al mercado, esto mediante la promoción en los diferentes medios.

Para mejorar el consumo a nivel interno, se debería de promover y dar a conocer el producto, en ferias, exposiciones y eventos nacionales con la participación de gobiernos nacionales, estatales y municipales.

Para reducir la dependencia de los productores de café de las condiciones del mercado internacional, que es controlado por un número cada vez más pequeño de grandes corporaciones trasnacionales, para que en un mediano plazo colocar un mayor volumen de café en nuestro país.

BIBLIOGRAFÍA

Centro de Investigaciones Económicas Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y de la Agricultura Mundial (CIESTAAM). Revistas electrónicas vinculadas a orgánicos. 2005

Chávez López Onésimo. 2003. Retos y Oportunidades para México en el Mercado de Café Orgánico. Tesis de Licenciatura, UAAAN, Buenavista, Saltillo, Coahuila.

IFOAM (International Foundation For Organic Agriculture). Normas Básicas para la Agricultura y el Procesamiento de Alimentos Ecológicos, S/F.

Hernández Arizmendi José Yuniór. 2009. Análisis de la producción de productos orgánicos en México: Caso del cultivo del café. Tesis de Licenciatura, UAAAN, Buenavista, Saltillo, Coahuila.

Martínez Rodríguez Juanita Guadalupe. 2010. Análisis técnico-comercial del cambio de producción de arroz convencional a arroz orgánico; caso empresa LAGUNA BLANCA, S.PR de R.L. en el municipio de Paliza, Campeche. Tesis de Licenciatura, UAAAN, Buenavista, Saltillo; Coahuila.

H. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2006). Ley de Productos Orgánicos. Diario Oficial de la Federación. 02-02-2006. Disponible electrónicamente en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LPO.pdf>

Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas Vol. 1, Núm. 4; 1 de octubre -31 de diciembre, 2010 p.593-608. Disponible electrónicamente en: <http://scielo.unam.mx/pdf/remexca/v1n4/v1n4a11.pdf>

Bases de datos consultados: SIACON 2010.

PAGINAS WEB CONSULTADAS

La agricultura orgánica en México: un ejemplo de incorporación y resistencia a la globalización; disponible electrónicamente en:

<http://www.ibcperu.org/doc/isis/5284.pdf>

Producción orgánica y mercados locales en México. Disponible en:

http://vinculando.org/organicos/produccion_organica_y_mercados_locales_en_mexico.html

Programa de Servicios Agrícolas Provinciales – PROSAP – Proyecto de Desarrollo de la Agricultura Orgánica Argentina. Disponible en:

http://www.agriculturaorganicaamericas.net/Regiones/Sur/Argentina/Documentos/%20CIAO/DiagnosticoAgroindustrial_PRODAAO.pdf

Requisitos para producir y exportar productos orgánicos a los principales mercados; Artículo de la FAO, disponible electrónicamente en:

<http://www.fao.org/docrep/004/y1669s/y1669s04.htm#TopOfPage>

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación SAGARPA. Productos orgánicos y no tradicionales.

www.demexicoalmundo.com.mx

http://www.fao.org/sd/2003/EN0102_es.htm

<http://www.fao.org/docrep/005/y4137s/y4137s03.htm#fnB2>

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lec/cepeda_g_c/capitulo1.pdf

<http://agriorganicavsagriconvencional.blogspot.mx/>

http://www.cnpo.org.mx/descargas/taller_nacional_fortalecimiento_desarrollo_sep2009/5_el_proceso_de_certificacion_y_diferencias_entre_programas.pdf

[http://www.cnpo.org.mx/descargas/exporganicos2010/panel1/Panel1%20_2_%20Ernesto de la Rosa.pdf](http://www.cnpo.org.mx/descargas/exporganicos2010/panel1/Panel1%20_2_%20Ernesto_de_la_Rosa.pdf)

<http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq5/es/>

[http://www.ifoam.org/organic_facts/principles/pdfs/IFOAM FS Principles forWebsite.pdf](http://www.ifoam.org/organic_facts/principles/pdfs/IFOAM_FS_Principles_forWebsite.pdf)

<http://pymes.elfinancierocr.com/sites/default/files/Tendencias%20y%20oportunidades%20en%20mercado%20organico.pdf>

<http://organicsa.net/cafe-organico-algunos-datos.html>

<http://148.206.53.231/UAMI13723.pdf>

<http://pymes.elfinancierocr.com/sites/default/files/Tendencias%20y%20oportunidades%20en%20mercado%20organico.pdf>

<http://somexpro.org/wp-content/uploads/Pautas2007.pdf>

<http://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp0542001.pdf>

<http://bioagricultura.wordpress.com/tag/cafe-organico/>

<http://bioagricultura.wordpress.com/2012/02/08/produccion-organica-crece-20/#more-1300>

<http://investigacion-2257-2012-2.wikispaces.com/file/view/cafe+organico+terminado.pdf>

<http://www.tdb.org.cn/files/upload/2011/03/30/1301454681406001.pdf>

<http://www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/Documents/pablo/retosyoportunidades.pdf>