



UNIVERSIDAD
DE GUANAJUATO

Fachhochschule
Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

División de Ciencias Económico – Administrativas

Licenciatura en Comercio Internacional

Proyecto de Tesis

**“EL MERCADO ORGÁNICO ALEMÁN COMO FOCO DE
EXPORTACIÓN PARA MÉXICO”**

Autor: Ramón Medrano Alvarado

Asesoría del Proyecto:

Universidad de Guanajuato - Dra. Eva Conraud

Guanajuato, Gto 01 de diciembre del 2017

Agradecimientos

Quiero dar las gracias a Dios, por regalarme la oportunidad de vivir, por escucharme sobre todo en los momentos más difíciles, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Agradezco también a la Dra. Eva Conraud, quien accedió a apoyarme con este proyecto de tesis, por su profesionalismo y entrega en cada clase impartida, por sus consejos y palabras de motivación durante el proceso de la realización de la misma .

Para mi madre, Laura Leticia Alvarado Ibarra, que es mi tesoro más grande, quien siempre ha dado absolutamente todo por mi, y quien nunca dudó que conseguiría todos los objetivos que me había planteado antes de comenzar esta aventura. Gracias ma, por todo lo que has hecho por mi, por mi papá y mis hermanos. Tu siempre has sido y serás mi mas grande inspiración. Gracias porque sin tu apoyo, no hubiera sido posible nada de esto.

A mi padre, Eduardo Medrano Cendejas, quien ha sido mi más grande amigo durante toda mi vida, mi más grande ejemplo de responsabilidad, de sacrificio, de amor y de apego a los valores familiares. A ti pa, te debo la experiencia y aventura más grande que he tenido, porque fuiste la persona quien más me impulsó a conseguirlo y porque sé que como a mí, te dolió muchísimo alejarte de mi durante mi paso por Alemania, porque no hubo una noche que no me mandarás mensaje, esta tesis tiene una dedicatoria especial para ti.

A mis hermanos Pamela Medrano Alvarado y Cesar Eduardo Medrano Alvarado, quienes nunca han dejado de estar en mis pensamientos y a quienes amo con toda mi alma. Por quienes siento una gran admiración y respeto y porque su ejemplo me ha servido de inspiración para conseguir cada cosa que me propongo. Gracias Lalo, gracias Pame.

A mi novia, Valentina Vega Salazar, quien representa una de las alegrías más grandes de mi vida, quien ha hecho de mí una mejor persona, y quien a pesar de la distancia siempre estuvo conmigo en pensamiento y en corazón durante mi estancia en Alemania. Para ti chaparrita, por todos los días en que no estuve contigo, gracias por tu apoyo incondicional, por tu belleza por tu humildad y por tu ejemplo. Te amo.

A mi abuelita Tere, mi mamá Tere y mi papá Rafa, gracias por siempre encontrar en ustedes un refugio de amor, de paz y de esperanza. Gracias abuelita tere por mantenerte fuerte en aquellos momentos en que te faltó mi abuelo, hoy eso representa para mí uno de los mejores ejemplos que me pudiste haber regalado, gracias mamá Tere porque siempre he sentido tu apoyo y que a pesar de lo difícil que han sido estos últimos años siempre has sabido salir adelante. Gracias papá Rafa, por esta familia tan grande que me has regalado, por los aprendizajes diarios en tu compañía, por ese abrazo inolvidable que me regalaste cuando regresé de Alemania y por tus ganas constantes de verte y estar conmigo, te quiero.

A mis amigos, por permitirme en ustedes encontrar esa dosis de felicidad en momentos complejos, por encontrar en su amistad ese refugio que me permite desconectar y me impulsa a seguir, por escucharme, por aconsejarme, y por ser a su lado una mejor persona.

A ti, Fermín Alexis Orozco Mendoza por haberme bendecido con tu amistad y presencia cada uno de los días en los que estuviste con nosotros. Por no desampararme ese mismo día en el que supe que no te volvería a ver, que no volvería a abrazarte. Este y cada uno de mis logros son y serán dedicados a tu memoria amigo. Te extraño y quiero con toda mi alma.

A ti Andrei, porque dejaste en mí, en muy temprana edad, un cúmulo de valores inigualables como la sinceridad y la amistad, valores que he llevado conmigo a lo largo de mis estudios. En memoria tuya amigo. Gracias por cuidarme desde el cielo. Te extraño y quiero.

A mis tíos, a mis tías de quienes recibí apoyo incondicional durante mis estudios. De quienes me enriquecí gracias a sus experiencias de vida. Gracias tíos y tías, por sus ánimos, consejos, y sobre todo por conservar esa convivencia familiar tan importante en los logros de mis objetivos.

A ustedes abuelito Ramón, tío Salomón, tío chalo, quienes forman parte de mis valores y de mi persona, muchas gracias porque sé que desde la gloria en dónde están, me mandan constantemente sus bendiciones para siempre permitirme ir en el camino correcto.

A mis primos y primas por quererme, por acompañarme, por apoyarme en una de las etapas que mas me han marcado, por hacer posible esa despedida inolvidable antes de partir a Alemania, por estar en esos momentos importantes en los que he necesitado de ustedes y por seguir aprendiendo de ustedes. Los quiero.

A mis patrocinadores, quienes me brindaron un apoyo fundamental durante mis estudios en Alemania, un apoyo que se capitalizó en experiencias de viaje, cultura y sobre todo preparación y conocimiento. Gracias porque su apoyo económico significó mucho más que eso, gracias por darme la confianza y tener la empatía que tuvieron para y con mi persona y estudios.

ÍNDICE

Agradecimientos.....	2
ÍNDICE DE TABLAS	7
Resumen.....	9
Introducción	10
Objetivo general.....	10
Objetivos específicos.....	10
Justificación	11
Metodología	12
CAPÍTULO I.....	13
EL PRODUCTO ORGÁNICO Y SU CONCEPTUALIZACIÓN	13
1.1. ¿A qué se le denomina alimento o producto orgánico?	14
1.1.1 El producto orgánico; surgimiento y evolución.....	14
1.1.2. Principales características	16
1.1.3. Tabla comparativa entre producto orgánico y producto convencional.....	17
Tabla 1: Tabla comparativa entre producto orgánico y producto convencional	17
1.2. ¿Qué es la agricultura orgánica, ecológica o biológica?.....	18
1.3. Los alimentos orgánicos y sus diferentes beneficios	20
1.4. ¿Que son los organismos de certificación?	22
1.5. ¿Qué es una certificación?	23
1.6. La certificación orgánica.....	24
1.6.1. Certificación participativa.....	24
1.7. ¿Qué son las normas orgánicas?	25
1.8. Regiones en el ejercicio de producción agrícola orgánica	26
Tabla 2: El mundo en números de la agricultura orgánica y las regiones de la misma en 2015.....	26
Gráfica 1 : Distribución de la tierra agrícola orgánica por región en 2015	26
Gráfica 2: Los 10 países con las áreas más grandes de agricultura orgánica en el mundo en 2015.....	27
CAPÍTULO II.....	28
EL MERCADO ORGÁNICO MEXICANO	28
2.1. Perspectiva del mercado de la agricultura orgánica de México	29
Gráfica 3: Los 10 países con la mayor área orgánica de América Latina y el Caribe en 2015	29
2.1.1. Surgimiento	30
Gráfica 4: Historia de la agricultura orgánica en México	30
2.2. Importancia económica.....	31
Tabla 3: Importancia Económica de la Agricultura Orgánica, 1996-2005	31
Tabla 4: Evolución de la agricultura orgánica en México durante el periodo 1996-2012.....	32

2.3. Tipos de agricultura orgánica	32
2.4. Principales productos orgánicos	33
Gráfica 5: Hectáreas del café orgánico y justo en el periodo 2004-2014.	33
Tabla 5: Principales productos orgánicos en México junto con su superficie, producción y rendimiento.....	34
2.5. Principales regiones productoras	35
Gráfica 6: La superficie sembrada de la producción orgánica por entidad federativa.	35
2.6. Principales productos con mayor superficie sembrada (2015).....	36
2.6.1 Distribución de la producción agrícola por estado.....	37
Tabla 6: Principales productos cultivados en los diferentes estados de México durante el periodo 2009 – 2016.....	37
2.7. Destino de la producción para el abastecimiento nacional y extranjero.....	39
Tabla 7: Destino de productos orgánicos mexicanos para el mercado de exportación.	39
2.8. Presencia del mercado orgánico mexicano en el mundo en gráficas	40
Gráfica 7: Las regiones con las mayores áreas de agricultura orgánica.....	40
Gráfica 8: Países con la mayor área de agricultura orgánica 2015.	41
Gráfica 9: Los 10 países con el mayor número de productores orgánicos en el año del 2015.....	42
Gráfica 10: Los 10 países con las más grandes áreas en la producción de frutas orgánicas tropicales y subtropicales en 2010.	42
Tabla 8: Los primeros 10 países con la mayor área de hortalizas orgánicas en 2015.....	43
Gráfica 11: Los 10 países con la mayor área de café orgánico.....	43
2.9. Programas de apoyo o promoción para productores orgánicos en México	44
Tabla 9: Diferentes incentivos con los que cuenta el componente de “Certificación y Normalización Agroalimentaria”	45
CAPÍTULO III.....	47
EL MERCADO ORGÁNICO ALEMÁN	47
3.1. El boom orgánico en Alemania; actualidad y tendencia	48
Gráfica 12: Ventas de los productos orgánicos en Alemania entre el año 2000 y 2014.....	48
3.2. Ubicación general del mercado orgánico alemán en el mundo.....	49
Gráfica 13: 10 principales países con los más grandes mercados de alimentos orgánicos en el 2015.	50
Gráfica 14: Mercado Global: Distribución del valor de ventas al por menor por país en el 2015	50
Gráfica 15: Mercado Global: Distribución del valor de ventas al por menor por región en el 2015. ...	50
Gráfica 16: Los 10 principales países con el mayor consumo per cápita de alimentos orgánicos en el 2015.....	51
Gráfica 17: Los 10 países con el mayor crecimiento del mercado orgánico en el periodo 2014-2015.	52
3.3. La agricultura orgánica alemana	53
Tabla 10: Desarrollo en tierras cultivadas de manera orgánica y su porcentaje correspondiente al total del área agrícola desde 1996.	53

Tabla 11: Desarrollo en el número de granjas orgánicas y su porcentaje del número total de granjas desde 1996.	54
3.4. Políticas de gobierno y sistemas de apoyo a la agricultura orgánica	55
Tabla 12 : Promoción de métodos de agricultura orgánica en comparación 2013-2015	56
3.5. Principales regiones productoras	57
Gráfica 18: Desarrollo de ganancias más costos de mano de obra por MWU en granjas orgánicas y en granjas convencionales comparables en Alemania.....	57
Tabla 13: Principales regiones productoras desglosadas por Estados Federados.	58
3.6. Productos principales	58
Gráfica 19: Ventas de la agricultura alemana en 2015 (en millones de euros)	59
Tabla 14: Cantidad vendida de verduras principales en toneladas.....	60
3.7. Puntos de venta de frutas y verduras orgánicas	60
Tabla 15: Puntos de venta de frutas y verduras orgánicas	60
3.7.1. Los negocios de alimentos naturales	62
3.7.2. Los supermercados.....	62
3.7.3. Negocios en las granjas, puestos de mercado y a domicilio	62
3.8. Comportamiento de las ventas	63
Tabla 16: Volumen de negocios y ventas de alimentos orgánicos en Alemania 2014-2016	63
Gráfica 20: Porcentaje de ingresos por ventas en agricultura orgánica 2015	64
3.9. Problemática de abastecimiento; oportunidad de negocio.....	64
3.10. Importaciones de frutas y verduras orgánicas.....	66
3.10.1. Tabla; reseña de las frutas y verduras orgánicas más importadas por origen.....	66
Tabla 17: Reseña de las frutas y verduras orgánicas más importadas por origen	66
3.11. Comercio en línea; alimentos orgánicos con un solo clic.....	67
3.12. Requerimientos y certificaciones “Bio” en Alemania.....	68
3.12.1. Importaciones de “terceros países”	70
3.12.2. El proceso de importación.....	70
3.12.3 Etiquetado y sellos orgánicos	71
CAPÍTULO IV	73
RELACIÓN INTERNACIONAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS ENTRE MÉXICO Y ALEMANIA.....	73
4.1. El comercio bilateral orgánico entre México y Alemania.....	74
4.2. Importaciones y exportaciones de productos orgánicos entre Alemania y México.	75
Tabla 18: La producción orgánica alemana y sus importaciones.	75
4.3. Barreras para la exportación de productos orgánicos mexicanos a Alemania	77
4.3.1. Inexistencia de fracción arancelaria en los productos orgánicos mexicanos.....	77
4.3.2. Carencia de homologación en sistemas de producción y certificaciones orgánicas.....	78
4.3.3. Débil promoción y apoyo por parte de las autoridades.....	79

4.4. Disparidad de estándares de calidad entre Alemania y México	79
4.5. Matriz FODA para la exportación de productos orgánicos mexicanos a Alemania	80
CONCLUSIONES	81
5.1. Propuesta para el impulso y desarrollo de la agricultura orgánica nacional	82
5.2. Propuesta de diversificación de mercado en la exportación de la producción orgánica mexicana a Alemania.....	83
Bibliografía.....	84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tabla comparativa entre producto orgánico y producto convencional.....	16
Tabla 2. El mundo en números de la agricultura y las regiones de la misma en 2015.....	25
Tabla 3. Importancia económica de la Agricultura Orgánica en 1996-2005.....	26
Tabla 4. Evolución de la agricultura orgánica en México durante el periodo 1996-2012.....	31
Tabla 5. Principales productos orgánicos en México junto con su superficie, producción y rendimiento.....	33
Tabla 6. Principales productos cultivados en los diferentes estados de México durante el periodo 2009 – 2016.....	36
Tabla 7. Destino de productos orgánicos mexicanos para el mercado de exportación.....	38
Tabla 8. Los primeros 10 países con la mayor área de hortalizas orgánicas en 2015.....	42
Tabla 9. Diferentes incentivos con los que cuenta el componente de “Certificación y Normalización Agroalimentaria”.....	44
Tabla 10. Desarrollo en tierras cultivadas de manera orgánica y su porcentaje correspondiente al total del área agrícola desde 1996.....	52
Tabla 11. Desarrollo en el número de granjas orgánicas y su porcentaje del número total de granjas desde 1996.....	53
Tabla 12. Promoción de métodos de agricultura orgánica en comparación 2013-2015.....	55
Tabla 13. Principales regiones productoras desglosadas por Estados Federado.....	57
Tabla 14. Puntos de venta de frutas y verduras orgánicas.....	59
Tabla 15. Cantidad vendida de verduras principales en toneladas.....	59
Tabla 16. Volumen de negocios y ventas de alimentos orgánicos en Alemania 2014-2016.....	62
Tabla 17. Reseña de las frutas y verduras orgánicas más importadas por origen.....	65
Tabla 18. La producción orgánica alemana y sus importaciones.....	74

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Distribución de la tierra agrícola orgánica por región en 2015.....	25
--	----

Gráfica 2. Los 10 países con las áreas más grandes de agricultura orgánica en el mundo en 2015.....	26
Gráfica 3. Los 10 países con la mayor área orgánica de América Latina y el Caribe en 2015.....	28
Gráfica 4. Historia de la agricultura orgánica en México.....	29
Gráfica 5. Hectáreas del café orgánico y justo en el periodo 2004-2014.....	32
Gráfica 6. La superficie sembrada de la producción orgánica por entidad federativa.....	34
Gráfica 7. Las regiones con las mayores áreas de agricultura orgánica.....	39
Gráfica 8. Países con la mayor área de agricultura orgánica 2015.....	40
Gráfica 9. Los 10 países con el mayor número de productores orgánicos en el año del 2015.....	41
Gráfica 10. Los 10 países con las más grandes áreas en la producción de frutas orgánicas tropicales y subtropicales en 2010.....	41
Gráfica 11. Los 10 países con la mayor área de café orgánico.....	44
Gráfica 12. Ventas de los productos orgánicos en Alemania entre el año 2000 y 2014.....	48
Gráfica 13. 10 principales países con los más grandes mercados de alimentos orgánicos en el 2015.....	49
Gráfica 14. Mercado Global: Distribución del valor de ventas al por menor por país en el 2015.....	49
Gráfica 15. Mercado Global: Distribución del valor de ventas al por menor por región en el 2015.....	49
Gráfica 16. Los 10 principales países con el mayor consumo per cápita de alimentos orgánicos en el 2015.....	50
Gráfica 17. Los 10 países con el mayor crecimiento del mercado orgánico en el periodo 2014-2015.....	51
Gráfico 18. Desarrollo de ganancias más costos de mano de obra por MWU en granjas orgánicas y en granjas convencionales comparables en Alemania.....	56
Gráfica 19. Ventas de la agricultura alemana en 2015 (en millones de euros).....	58
Gráfica 20. Porcentaje de ingresos por ventas en agricultura orgánica 2015.....	63

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo investigar y analizar el desarrollo del mercado alemán de productos orgánicos mediante una documentación exhaustiva, clara y objetiva, de la misma manera expone la situación actual del mercado orgánico mexicano, esto con la finalidad de demostrar la oportunidad potencial existente para la exportación de productos orgánicos mexicanos hacia uno de los mercados bio más grandes y prometedores del mundo.

En el capítulo I, se presenta el marco teórico de la investigación, desarrollando lo que es un producto orgánico, tocando la base de su historia, así como sus normativas, agencias certificadoras y demás regulaciones internacionales.

En el capítulo II, se analiza al mercado orgánico mexicano, en donde se habla desde su surgimiento, su importancia económica hasta la evolución del mismo junto con los diferentes tipos de agricultura. Además, se abordan las principales regiones productivas de alimentos orgánicos, de la misma forma se exponen los principales productos orgánicos de México y se ubica al mismo en la esfera internacional de producción orgánica.

En el capítulo III, se aborda al mercado orgánico alemán, mostrando datos contundentes sobre la importante demanda de productos orgánicos que experimenta el país, así como la actualidad de su agricultura orgánica y la tendencia que presenta. Por otro lado, se estudia el comportamiento de sus ventas, así como la problemática de abastecimiento en su oferta, que a la vez representa una oportunidad comercial para otros países. Por último, se expone los requerimientos y certificaciones a los que los productos orgánicos alemanes están sujetos para su comercialización dentro de la zona euro, así como también fuera de la misma.

En el capítulo IV, se presenta de manera específica el comercio bilateral de alimentos orgánicos entre Alemania y México, así como también se identifica y expone que tan desarrollado se encuentra el mismo entre los dos países, la falta de una fracción arancelaria específica para los alimentos orgánicos mexicanos y demás debilidades que vive la agricultura orgánica de México que influyen de manera directa en la competitividad de exportación internacional.

Y para finalizar, en el capítulo V se muestran las conclusiones obtenidas de la presente investigación con sus respectivas aportaciones.

Introducción

La agricultura es una actividad desarrollada por el hombre hace más de 10 mil años. Sin embargo, desde sus orígenes hasta la actualidad ha sufrido muchas transformaciones buscando ser más eficiente en la producción por medio del uso intensivo de plaguicidas y fertilizantes, prácticas incorrectas de drenaje o de riego, un alto grado de mecanización o una utilización inadecuada de la tierra, lo que ha generado afectaciones directas en la salud de los consumidores y del medio ambiente.

En 1985, un estudio realizado en Estados Unidos encontró en 99 por ciento de las muestras de sangre de las tres mil personas que participaron en la investigación, rastros de uno o más pesticidas causados por el consumo de alimentos producidos bajo la práctica de agricultura convencional.

Es así como surge la necesidad de volver a los inicios de la práctica responsable de la agricultura, como respuesta al impacto negativo que está experimentando la producción de alimentos bajo la agricultura convencional y dotando nuevamente de beneficios tales como la protección del medio ambiente, la salud y conservación de la agricultura misma.

Hoy en día 179 países se encuentran ya bajo actividades de carácter orgánico, entre ellos México, siendo el tercer país con el mayor número de productores orgánicos con un total de 200,039 solo por detrás de Finlandia y Sambia.

A su vez Alemania, es junto con Austria el país pionero en la práctica de agricultura orgánica, siendo el mercado orgánico más grande en Europa y el segundo a nivel mundial, lo que ha llevado al país alemán a estar experimentando un “boom orgánico”, tendencia que está lejos de presentar algún número negativo en su crecimiento, generando este mismo una problemática de abastecimiento nacional de la cual, varios productores de diversos países se están viendo beneficiados por la oportunidad de intercambio comercial que este mercado representa este mercado.

Objetivo general.

Investigar y analizar el desarrollo del mercado alemán de productos orgánicos mediante una documentación exhaustiva, clara y objetiva, de la misma manera exponer la situación actual del mercado orgánico mexicano, esto con la finalidad de demostrar la oportunidad potencial existente para la exportación de productos orgánicos mexicanos hacia uno de los mercados bio más grandes y prometedores del mundo.

Objetivos específicos.

- Describir de manera general la actualidad del mercado mundial de productos orgánicos (El boom orgánico mundial)
- Describir las principales diferencias entre los cultivos orgánicos y los convencionales
- Caracterizar la agricultura orgánica de México en función del mercado (surgimiento, dinamismo, importancia económica, tipos de agricultura orgánica, productos y destino de la producción)
- Analizar el futuro de la agricultura orgánica mexicana como alternativa de exportación

- Exponer la situación actual de la demanda de productos orgánicos alemanes en comparación con su oferta
- Describir la agricultura orgánica en Alemania (Principales regiones productoras, destinación de la producción, principales productos producidos, sistemas de apoyo, limitaciones de producción etc.)
- Exponer una propuesta de diversificación de mercado para la exportación de la producción orgánica mexicana

Justificación

El mercado de alimentos y productos orgánicos se desarrolla y expande de manera acelerada, este, como ningún otro grupo de productos agropecuarios, registra tasas de crecimiento de la producción por arriba del 20% anual y tiene, además, la particularidad de que todavía no puede satisfacer la demanda como es el caso de los orgánicos en Europa, Japón y América del Norte.

Actualmente, existe un creciente interés por consumir productos orgánicos lo cual es parte de una tendencia mundial de cambio de valores hacia valores que se basan en una mayor preocupación por la calidad de vida, el medio ambiente y la sociedad. Esta tendencia se debe gracias a las sociedades que cuentan con altos niveles de ingresos y cuya población gasta cada vez menos en productos producidos de manera convencional, es decir, con ayuda de conservadores, fertilizantes, químicos, etc. Esta tendencia, a su vez, ha generado una demanda de productos verdes, entre los cuales figuran los orgánicos.

La agricultura orgánica, llamada también ecológica o biológica, es un sistema de producción que utiliza insumos naturales y rechaza los insumos de síntesis química, es decir fertilizantes, insecticidas y pesticidas. Esta forma de producción además de contemplar el aspecto ecológico, incluye dentro de sus principios el mejoramiento de las condiciones de vida quienes la practican.

En México, ante un sector rural impactado por condiciones meteorológicas, económicas y sociales, y un deterioro creciente de los recursos naturales, se han emprendido acciones productivas plenamente amigables con el medio ambiente, como es, entre otras, el desarrollo de la agricultura orgánica; en la que ya se produce una diversidad de productos orgánicos certificados, mismos que actualmente tienen como destino principal el mercado exterior y a los cuales se paga un sobreprecio entre 20 y 40% en promedio, en relación con los precios de los productos convencionales; por lo que la concepción de desarrollar la agricultura orgánica presenta un gran potencial exportador y una oportunidad inmejorable para el campo agrícola mexicano.

Alemania, por su parte, es el país que cuenta con la tradición más larga de agricultura orgánica y actualmente el segundo mercado orgánico más grande del mundo, alcanzando casi los 10 billones de dólares, solo detrás de Estados Unidos con 39.7 billones de dólares. Sin embargo, la demanda de los productos orgánicos sigue creciendo más rápido que la oferta de alimentos orgánicos en Alemania. Aunque el número de las empresas orgánicas y de las superficies también crece, la oferta nacional no es suficiente para el abastecimiento del mercado. Por eso Alemania, como muchos otros países europeos, depende de las importaciones.

México se encuentra en una situación óptima ya que cuenta con el tercer lugar mundial de productores orgánicos solo superado por la India y Etiopía, por lo que el mercado alemán de productos orgánicos se convierte en un foco de exportación actual y con niveles de crecimientos en su demanda anuales por satisfacer.

Metodología

1. Planteamiento de la investigación
2. Investigación
3. Análisis de la información
4. Redacción
5. Conclusiones

CAPÍTULO I

EL PRODUCTO ORGÁNICO Y SU CONCEPTUALIZACIÓN

1.1. ¿A qué se le denomina alimento o producto orgánico?

Se le conocen como orgánicos a los productos vegetales, animales o sus derivados que se producen con sustancias naturales y sin utilizar plaguicidas ni fertilizantes artificiales, entre otros químicos (Secretaría de Agricultura, SAGARPA, 2017)

Como lo define la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación de México, producto orgánico o alimento orgánico es todo aquel que está dotado de todo un proceso específico, natural y exento de fertilizantes artificiales. Cabe mencionar que la producción orgánica se basa en los principios de la ecología, salud, equidad y precaución lo que, a su vez, contribuye a la conservación del medio ambiente al ayudar a disminuir los contaminantes químicos del agua, suelo y atmósfera, resultando como mayores beneficiarios el consumidor final y el medio ambiente.

En la Unión Europea las denominaciones orgánicas, biológicas y ecológicas para los productos agrícolas y ganaderos destinados a la alimentación humana o animal se consideran sinónimos. En inglés el término correcto es el de orgánico, en francés, italiano, griego, holandés y portugués es biológico, mientras que en español, alemán, danés, sueco y noruego se utiliza ecológico. En España el más extendido es el ecológico. En conclusión, los términos ecológico, biológico y orgánico son equivalentes.



Por otro lado, la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la Alimentación) utiliza el término de “productos orgánicos certificados” haciendo referencia a todos aquellos que se producen, almacenan, elaboran, manipulan y comercializan de conformidad con especificaciones técnicas precisas (normas), y cuya certificación de productos “orgánicos” corre a cargo de un organismo especializado.

Esto quiere decir que la obtención de un producto orgánico implica ciertos métodos y procesos de producción, los cuales traen como consecuencia una certificación que permite al alimento o producto orgánico ser reconocido como tal. En otras palabras, el término “orgánico” denota un proceso, y no un producto.

1.1.1 El producto orgánico; surgimiento y evolución

Es importante destacar que el producto orgánico debe su nacimiento a la aparición de la agricultura orgánica, la que para muchos nace con nuestros ancestros, que tuvieron la capacidad de alimentar más de treinta millones de habitantes en áreas reducidas, utilizando únicamente insumos naturales locales.

Según la infografía creada por Bellamy’s Organic, empresa de Tasmania (Australia), que se dedica a la producción de alimentos 100% orgánicos cultivados y destinados a la alimentación infantil, la historia del movimiento de los alimentos orgánicos se empieza a labrar con la

publicación en el año 1924 del libro *Spiritual Foundations for the Renewal of Agriculture* (Fundamentos espirituales para la renovación de la Agricultura) por el filósofo austríaco Rudolf Steiner. Esta publicación se convirtió en la base de la agricultura biodinámica, un método de agricultura ecológica que hace especial hincapié en el equilibrio integral del desarrollo de una granja o cultivo y su interrelación con el suelo, las plantas y la fauna.

De acuerdo con la GREFA (Grupo de Rehabilitación de la Fauna Autóctona y su Hábitat) lo que hoy conocemos y definimos como agricultura ecológica proviene de la fusión de las ideas de varias escuelas o corrientes que tienen objetivos en común.

A continuación, una breve descripción de dichas corrientes.

Agricultura biológica-dinámica.

Esta corriente creada en 1924 por Rudolf Steiner (filósofo austriaco fundador de la agricultura biodinámica) basa su agricultura en la aplicación de técnicas homeopáticas al mundo agropecuario, desarrollando la idea de que las unidades rurales son unos organismos agrícolas que se encuentran sometidos a influencias de factores cósmicos complementarios y diferentes a la influencia de la luz, las estaciones y el clima.

Agricultura orgánica.

Iniciado en Inglaterra en 1930 por Lady Eve Balfour y Sir Albert Howard. Este último determina que es esencial observar los procesos productivos de la naturaleza y aprender de ella para favorecer la producción de alimentos. En su libro "un testamento agrícola" recoge una serie de observaciones básicas que no son otra cosa que el inicio de nuevos métodos de producción:

- La protección del suelo y el uso de coberturas permanentes.
- La idea de mejorar la salud de la planta en suelos saludables.
- Investigación en fincas y uso racional de recursos locales.

Las ideas de Howard y Balfour fueron difundidas en Estados Unidos por Herome Irving Rodale. Este publica en 1942 la revista "Organic Farming and Gardening" y fue como a través de ella se funda el instituto Rodale 15, hoy es reconocido a nivel mundial por sus investigaciones en agricultura orgánica.

Agricultura natural de no intervención.

Creada por el biólogo Fukuoka en la década de 1950, predica una agricultura de la que excluye el uso de maquinaria y medios de producción en general y de aquellos en los que intervengan productos químicos en particular, defendiendo un teórico equilibrio del suelo en el que es mejor no intervenir. La filosofía de Fukuoka se conoce con el nombre del "no hacer" y concluye en la necesidad de aplicar una agricultura natural basada en los siguientes principios básicos:

- No laboreo. No arar ni voltear el suelo.
- No utilizar abonos químicos ni compost preparados.
- No desherbar mediante labores y herbicidas.

Agricultura biológica-ecológica

El método bioorgánico o biológico-ecológicos es el que más base científica tiene, siendo creado por los suizos Hans Müller y su esposa María y por el médico alemán Hans-Peter Rusch, desarrollándose a partir de 1951. El método consiste en la autosuficiencia rural y en el rechazo de la agricultura convencional, la reducción de costes y el mantenimiento de la biota del suelo, así como la producción de alimentos de gran calidad.

Agricultura biológica o agrobiología

Esta corriente fue creada por los agrónomos Francis Chabousson, Raul Lemaire y Claude Aubert en Portugal y Francia en la década de 1960. Destaca la importancia que se le da al control biológico, manejo integrado de plagas y enfermedades, y a la teoría de trofobiosis. La teoría de la trofobiosis de Francis Chabousson establece que un cultivo bien nutrido es más resistente al ataque de las plagas y enfermedades, lo que favorecerá hacer menos aplicaciones de plaguicidas y eso a su vez conserva mejor el ecosistema del suelo.

Cuando se unen estos conceptos se crea la idea de una agricultura sostenible, ya que no concibe la nutrición como un componente aislado, sino como manejo integrado de cultivo ya que los factores nutricionales y no nutricionales están interrelacionados. Este tipo de agricultura asegura que, para cultivos bien nutridos, cuando se manejan bien los factores no nutricionales se facilita la obtención de calidad, productividad, disminuyendo la contaminación y bajando los costos.

Agricultura Ecológica.

A mediados de los años setenta empieza el surgimiento de una conciencia sobre las negativas repercusiones del modelo agrícola productivista en el medioambiente y de los derivados en la salud humana. Ante esto, por primera vez se admite la posibilidad de que los recursos limitados y que pueden ser afectados gravemente por la acción humana. Los años noventa suponen el despegue de la filosofía ecológica en la sociedad y la aparición de escenarios sociales, políticos y normativos en el marco de dicha agricultura ecológica.

En este sentido M. Campbell (1998) destaca que la agricultura ecológica está relacionada con los valores familiares de la nutrición y la hospitalidad y que el verdadero objetivo que debe tener es llegar a formar parte de nuestra vida cotidiana, mientras que H. Tovey(1997) considera que tiene en su propia esencia al medio ambiente, priorizando la calidad y la sostenibilidad.

1.1.2. Principales características

La secretaría de agricultura, ganadería, desarrollo rural, pesca y alimentación por sus siglas "SAGARPA" muestra en su publicación oficial las siguientes características respecto a los productos orgánicos.

Son producidos de manera natural sin sustancias químicas que dañen la salud. El gran beneficio de los alimentos orgánicos es que están absolutamente libres de residuos químicos. No están permitidos los aditivos y conservantes (salvo los naturales); plaguicidas ni fertilizantes; tienen menos o nulos residuos de medicamentos veterinarios; no contienen hormonas; ni metales pesados (presentes en suelos y aguas) y no pueden ser irradiados.

No contienen colorantes ni saborizantes artificiales, ni ningún otro aditivo. Libre de químicos sintéticos. No están permitidos los pesticidas, herbicidas ni los transgénicos; las hormonas y antibióticos.

Los animales son alimentados 100% con granos y pastos cultivados orgánicamente. No reciben hormonas. Los animales que se crían en forma natural alimentándose con pasturas frescas, forrajes y granos orgánicos y sin estrés tiene características especiales. Su carne tiene más cantidad de vitamina E, que es antioxidante, y menos grasa intramuscular (porque no está inmovilizado) que produce menos colesterol en el consumidor. Además de que las carnes orgánicas no sufren de contaminación biológica.

Cuentan con una certificación. Los alimentos orgánicos deben ser inocuos, es decir, no producir enfermedad. Se busca que la sanidad sea completa y por ende de gran calidad, se buscan además características alimenticias y organolépticas óptimas, (sabor, textura y olor) y que tengan trazabilidad, es decir, seguir el alimento desde la semilla hasta la góndola; desde la gestación hasta la manufactura. Todo ello lo garantiza la certificación orgánica, Por lo tanto, para el consumidor la garantía de veracidad reside en el sello de los productos.

A continuación, una tabla comparativa (Tabla 1) que permite distinguir las principales diferencias entre un producto orgánico y un producto convencional.

1.1.3. Tabla comparativa entre producto orgánico y producto convencional

Tabla 1: Tabla comparativa entre producto orgánico y producto convencional

Producto Orgánico	Producto Convencional
Exento de organismos modificados genéticamente.	Cultivado con la ayuda de pesticidas sintéticos o fertilizantes químicos.
Certificación orgánica (obligatoria), la cual, garantiza que el proceso de cultivo responde con la reglamentación de cultivo orgánico.	No cuenta con una certificación o sello que brinde la certeza de ser un producto de calidad, sanidad y seguridad alimentaria.
Contribuye a la conservación del medio ambiente al ayudar a reducir la contaminación química del agua, suelo y atmósfera.	Contaminación del medio ambiente y del agua en su producción (Los fertilizantes, el estiércol y los plaguicidas son las principales causas de contaminación del agua)
Contiene una calidad mayor por su contenido en vitaminas, minerales, hidratos de carbono y proteínas.	Menor cantidad nutricional, las frutas y verduras orgánicas podrían tener hasta un 40% más de antioxidantes que los vegetales convencionales.
Contribuye a la mejora de la fertilidad del suelo, además de que su producción hace uso responsable de la energía y los recursos naturales.	Al ser producido con el uso de fertilizantes químicos, provoca infertilidad de los suelos.

Exento en conservadores, plaguicidas fertilizantes y pesticidas sintéticos.	Uso de plaguicidas, pesticidas y fertilizantes en su producción.
--	--

FUENTE: Elaboración propia con datos obtenidos de la FAO

1.2. ¿Qué es la agricultura orgánica, ecológica o biológica?

La agricultura orgánica es un sistema de producción que mantiene y mejora la salud de los suelos, los ecosistemas y las personas. Se basa fundamentalmente en los procesos ecológicos, la biodiversidad y los ciclos adaptados a las condiciones locales, sin usar insumos que tengan efectos adversos. La agricultura orgánica combina tradición, innovación y ciencia para favorecer el medio ambiente que compartimos y promover relaciones justas y una buena calidad de vida para todos los que participan en ella. (IFOAM, 2005)

A principios del siglo XXI, la agricultura orgánica ha ido adquiriendo importancia dentro del sistema agroalimentario de más de 141 países, existen alrededor de 32.2 millones de hectáreas que son cultivadas en forma orgánica en por lo menos 560,000 unidades de producción por 1.2 millones de agricultores (Willer y Kilcher, 2009).

Para efectos de complementar la anterior definición del IFOAM con, recurriré a la definición oficial del Codex Alimentarius o "Código Alimentario", el cual fue establecido por la FAO y la Organización Mundial de la Salud en 1963 para elaborar normas alimentarias internacionales armonizadas, que protegen la salud de los consumidores y fomentan prácticas leales en el comercio de los alimentos.

"La agricultura orgánica es un sistema holístico de gestión de la producción que fomenta y mejora la salud del agroecosistema, y en particular la biodiversidad, los ciclos biológicos, y la actividad biológica del suelo. Hace hincapié en el empleo de prácticas de gestión prefiriéndolas respecto al empleo de insumos externos a la finca, teniendo en cuenta que las condiciones regionales requerirán sistemas adaptados localmente. Esto se consigue empleando, siempre que sea posible, métodos culturales, biológicos y mecánicos, en contraposición al uso de materiales sintéticos, para cumplir cada función específica dentro del sistema". (ALIMENTARIUS, FAO, 1999)

Haciendo referencia a que la agricultura orgánica va mas allá de la producción para la obtención de un bien y de acuerdo con la Comisión del Codex Alimentarius, un sistema de producción orgánico debe:

- Contar con recursos renovables en sistemas agrícolas localmente organizados
- Promover el uso saludable del agua, suelo y aire.
- Reciclar desechos de origen animal o vegetal para devolver los nutrientes al sistema, minimizando el uso de fuentes no renovables.

Además de los puntos ya mencionados, existen algunos otros de igual importancia en los que por medio de un esquema, se muestran a continuación.

SISTEMA DE PRODUCCIÓN ORGÁNICO

1. Mejorar la diversidad biológica del sistema
2. Aumentar la actividad biológica del suelo
3. Mantener la fertilidad del suelo al largo plazo
4. Reciclar desechos de origen animal o vegetal para devolver los nutrientes al sistema, minimizando el uso de fuentes no renovables
5. Contar con recursos renovables en sistemas agrícolas localmente organizados
6. Promover el uso saludable del agua, el suelo y el aire, así como minimizar todas las formas de contaminación que pueden resultar de la producción agrícola
7. Manejar los productos agrícolas en su procesamiento con el cuidado de no perder la integridad orgánica en el proceso
8. Establecerse en fincas después de un período de conversión, cuya duración estará determinada por factores específicos de cada sitio, tales como el historial del terreno y el tipo de cultivos y ganado producido.

FUENTE: Elaboración propia del esquema con fuente (ALIMENTARIUS, 2005)

Cabe mencionar que en la actualidad existen muchas explicaciones y definiciones de la agricultura orgánica, pero la mayoría de estas coinciden o tienen como común denominador en que se trata de un método o de un sistema (como se puede observar en el cuadro anterior) y no solo de un producto final que ostente la etiqueta, en donde se pronuncie que en efecto, es un producto orgánico

Un sistema que toma en cuenta las posibles repercusiones ambientales y sociales eliminando la utilización de insumos, como fertilizantes y plaguicidas sintéticos, medicamentos veterinarios, semillas y especies modificadas genéticamente, conservadores, aditivos e irradiación. En sustitución de todo esto se llevan a cabo prácticas específicas, que mantienen e incrementan la fertilidad del suelo a largo plazo y evitan la propagación de plagas y enfermedades.

A continuación, un esquema que ejemplifica la forma de producción agrícola convencional:



(Cuchman, 2017)

Por último, destacar que la producción agrícola orgánica se fundamenta en principios básicos responsables de los equilibrios biológicos de la naturaleza. Para ejemplificar lo anterior, citaré el siguiente esquema que el CEADU (centro de estudios, análisis y documentación de Uruguay) señala.



(Cuchman, 2017)

1.3. Los alimentos orgánicos y sus diferentes beneficios

Hoy en día los también llamados productos ecológicos o biológicos, tienen una alta demanda en el mercado, las razones son varias, la primera tiene relación a la salud ya que son alimentos con alto valor nutricional porque poseen altos valores de nutrientes, minerales y vitaminas.

Además de su alto valor nutricional, existen diferentes beneficios en la producción, comercialización y consumo de los mismos.

A continuación, un cuadro que muestra los diferentes beneficios de los alimentos o productos orgánicos en diferentes ámbitos; como el de la salud, el medio ambiente, la agricultura y la sociedad.

Protección de la salud

- La agricultura ecológica respeta los ritmos de la naturaleza, no utiliza agroquímicos, aditivos o semillas transgénicas, por tal motivo produce alimentos saludables, ricos en nutrientes y con más sabor.
- Protege la salud tanto de los consumidores (evitan la ingestión de tóxicos que provocan daños en el organismo) como de los agricultores, ya que no tienen que

manipular ni exponerse a las sustancias químicas que se emplean en la agricultura convencional o industrial.

Protección del medio ambiente

- Mantiene la materia orgánica de la tierra, por tanto, frena la desertificación.
- Favorece la retención del agua y no contamina los acuíferos, contribuyendo a la reducción de la contaminación ambiental y a la mejora de la calidad de los suelos.
- Fomenta la biodiversidad.
- No contribuye a la contaminación de aire, el agua, el suelo, la flora y la fauna, actualmente perjudicadas por la agricultura y la ganadería intensivas.
- Mantiene los hábitos de los animales silvestres, permitiendo y favoreciendo la vida de numerosas especies.

Favorece a una sociedad mas justa

- Preserva la vida rural y la cultura y tradición agrarias, ya que garantiza un trabajo y una remuneración y comercialización justa a quien la produce.
- Tiene una positiva incidencia social al generar puestos de trabajo en el campo (la agricultura ecológica necesita de más fuerza laboral que la industrial).
- La diferencia de precios entre la agricultura ecológica y la industrial o tradicional se debe, entre otras razones, a que éstas dos últimas no incorporan los costes ocultos de su actividad. La agricultura intensiva no paga los costes que provoca con su sistema de producción (contaminación del aire, el suelo y el agua, erosión del suelo, pérdida de biodiversidad, plagas resistentes, nuevas enfermedades en los seres humanos etc).

Protección de la agricultura

- Contribuye a mantener el patrimonio genético, ya que impulsa las variedades y razas autóctonas. Favorece una agricultura sostenible en el tiempo.

- Con la utilización del compost como fertilizante, el suelo transforma en un medio adecuado para albergar vida y alimentar a los organismos que habitan en él.

FUENTE: (José Luis Munuera Alemán, 2006)

Como se puede observar, son varios los beneficios que otorgan los alimentos orgánicos desde su producción hasta su consumo, es por eso que surgió de la necesidad de identificarlos mediante una certificación y así asegurar que efectivamente fueron producidos bajo un proceso certificado de agricultura orgánica. A continuación, se abordan a las instituciones que abordan esta importante distinción.

1.4. ¿Que son los organismos de certificación?

Los organismos de certificación son personas morales que tienen por objeto realizar tareas de certificación, esto es, evaluar que un producto, proceso, sistema o servicio se ajusta a las normas, lineamientos o reconocimientos de organismos dedicados a la normalización nacionales o internacionales. Son instituciones de tercera parte en cuya estructura técnica funcional participan los sectores: productor, distribuidor, comercializador, prestador de servicios, consumidor, colegios de profesionales, instituciones de educación superior y científicas. (ECONOMÍA, 2006-2012)

En el caso específico de un organismo de certificación orgánico, es importante añadir que la función básica del mismo es confirmar que los productos cumplen con determinadas normas orgánicas (por lo general las establecidas por el país importador o por el mismo organismo de certificación). Una vez certificados, los productos orgánicos se comercializan, llevando por lo general una etiqueta de certificación, que indica que los productos están certificados como orgánicos.

Esta etiqueta de certificación atestigua la conformidad con ciertas normas que avalan el proceso que dan pie a que un producto sea orgánico o no. Esta distinción o etiqueta orgánica en la mayoría de los países, se registra como una marca comercial para efectos de reconocimiento y diferenciación.

Además, a los productores que desean entrar en un determinado mercado de productos orgánicos les puede resultar útil ser certificados por un organismo de certificación con una etiqueta de certificación que sea bien conocida en ese mercado.

Los organismos de certificación en el mundo bio u orgánico juegan un rol esencial debido a que sin ellos, los productos aún siendo orgánicos no contarían con ninguna garantía, sino al contrario carecerían de credibilidad ante los consumidores.

En conclusión, las ventajas de la existencia de organismos de certificación benefician tanto a:

- Los consumidores que encuentran productos correspondientes a sus expectativas.
- Los productores y las empresas que tienen de este modo una ventaja comercial.
- El Estado que puede mantener actividades en todo el territorio nacional, incluso en las áreas desfavorecidas.

Actualmente, México cuenta con ciertos organismos de certificación, de acuerdo con la SENASICA (Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria), existe un padrón de organismos de certificación aprobados para la certificación orgánica, entre los que

se encuentran, en su mayoría, organismos nacionales, así como algunos de carácter internacional.

A continuación, algunos de estos organismos incluidos en el padrón antes citado:



Fuente: (SAGARPA, 2015)

Dichos organismos de certificación evalúan las operaciones de conformidad con diversas normas ecológicas y pueden tener el reconocimiento de más de una autoridad. Estos a su vez, emiten la etiqueta de determinado organismo por lo tanto, informa al consumidor del tipo de normas que se han cumplido durante la producción y elaboración, así como del tipo de reconocimiento que el organismo de certificación otorga. Muchos organismos de certificación funcionan en todo el mundo, la mayor parte son privados y son originarios de los países desarrollados.

1.5. ¿Qué es una certificación?

La certificación dentro del mundo orgánico, ecológico o bio, juega un papel de gran importancia, ya que como en diversos ámbitos, una certificación garantiza que un determinado producto, servicio, sistema o proceso cumple con las exigencias, autenticidad y calidad marcadas en diferentes normas o instituciones.

La certificación es un procedimiento mediante el cual un organismo da una garantía por escrito de que un producto, proceso o servicio, cumple los requisitos solicitados y la normatividad para ostentar el distintivo de dicha certificación. (SAGARPA, 2016)

Además de presentarse con la característica física de un sello, la certificación de un producto, permite; identificar y distinguir un producto de otro similar, dar confiabilidad al producto, crear valor agregado para la venta del producto, generar confianza en el consumidor, demostrar transparencia ante las autoridades.

De acuerdo a (NYCE, 2016) un Organismo gubernamental de normalización y certificación electrónica, contar con las certificaciones necesarias en los productos permite que los procesos de distribución y comercialización se desarrollen de forma ágil y transparente, brindando certeza tanto a las autoridades como a los consumidores finales.

1.6. La certificación orgánica.

La producción de cultivos orgánicos conlleva una gran responsabilidad para los productores, pues además de realizarse bajo estrictas normas de seguridad alimentaria también deben estar respaldados con una garantía que los avale.

La certificación de la agricultura orgánica es un sistema de control reglamentado, que obliga al respeto de la normatividad de agricultura orgánica vigente en el país de producción y en el país de destino de los productos. Es a la vez un control para los productores de alimentos orgánicos y otros productos agrícolas orgánicos que permite garantizar la calidad orgánica de un producto, verificando el cumplimiento de la norma de producción orgánica que corresponda, según el mercado destino de dicho producto. (FAO, 2016)

El propósito de dicha certificación responde a la creciente demanda mundial de alimentos orgánicos y su principal objetivo es asegurar la calidad, prevenir el fraude y promover el comercio. Es importante señalar que la etiqueta de calidad orgánica se aplica al proceso de producción, y garantiza que el producto se ha creado y elaborado en forma que no perjudique al medio ambiente. Desde el punto de vista legal, todo producto que dice ser orgánico debe cumplir con una certificación, un documento que avale dicha situación.

En resumen, las ventajas de la certificación son:

- Identificar y diferenciar el producto
- Dar credibilidad al trámite mediante la garantía de un organismo de certificación independiente de los intereses económicos en juego
- Crear valor agregado a todos los niveles de una cadena de producción determinada
- Ser mejor conocido y reconocido
- Ganar y/o conservar la confianza de los consumidores
- Eventualmente, beneficiarse de una promoción colectiva

1.6.1. Certificación participativa

Esta certificación involucra la participación de consumidores y productores. En lugar de un inspector profesional de una agencia de certificación, los productores y consumidores que averiguan si el espacio en donde se está produciendo realmente es manejada de forma orgánica. Una vez realizado esto, el grupo organizado (ya sea una asociación, una cooperativa o una fundación), decide si el espacio visitado cumple o no con las reglas de producción orgánica. Por lo tanto, si cumple le da la autorización de vender su producción como orgánica.

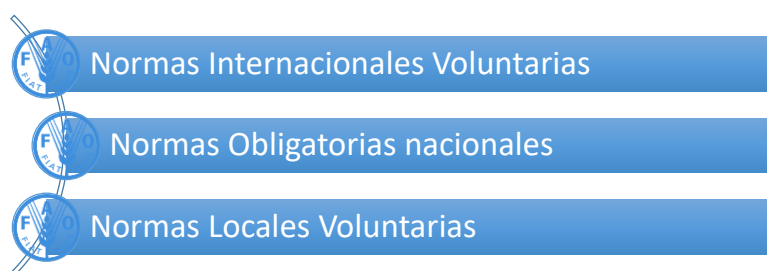
Es también importante mencionar que este tipo de certificación sirve solamente para mercados locales y ya es reconocida legalmente en varios países. Cabe señalar que el productor o productora que quiere certificarse con este tipo de certificación debe cumplir las normas de producción orgánica como si fuera certificado por una agencia oficial más algunas otras normas propias de cada organización.

Rescatar que las primeras agencias de certificación fueron asociaciones de productores y productoras que se unieron para definir que era orgánico y cuidar que todas las personas asociadas cumplieran las normas. Actualmente, cada país cuenta con los organismos o instituciones correspondientes de certificaciones orgánicas, los cuales están encargados de brindar los servicios para contribuir y facilitar el etiquetado orgánico que los productores le demanden.

1.7. ¿Qué son las normas orgánicas?

Una norma es aquella regla que se debe seguir o a que se deben ajustar las conductas, tareas y actividades. (DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA, 2017). Actualmente, en el ámbito orgánico como en cualquier otro, existen ciertas normas que deben seguirse ya sea para la producción, elaboración, etiquetado y comercialización de los alimentos, para esto y para fines de esta investigación me es necesario y útil, citar la clasificación que hace la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO)

A continuación, dicha clasificación seguida de una breve descripción que la misma organización menciona en su página oficial.



Normas internacionales voluntarias. En el ámbito internacional, la Comisión Del Codex Alimentarius (organismo intergubernamental que establece normas para todos los alimentos) de la FAO y la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha producido directrices internacionales para la producción, elaboración, etiquetado y comercialización de los alimentos producidos con métodos ecológicos, a fin de orientar al productor y proteger al consumidor contra el engaño y el fraude.

Todos los Países Miembros de la Comisión del Codex Alimentarius han suscrito estas directrices. El equivalente del sector privado a las directrices del Codex Alimentarius son las **Normas Internacionales Básicas para la Producción y Elaboración Orgánica**. creadas por la Federación Internacional de los Movimientos de Agricultura Orgánica IFOAM, estas se revisan con regularidad, en particular los criterios relativos a las sustancias permitidas y a los procedimientos correspondientes a la inspección y la certificación.

Normas obligatorias nacionales. Las directrices del Codex Alimentarius y la IFOAM son normas mínimas para regir la agricultura orgánica, cuyo propósito estriba en orientar a los gobiernos y a los organismos privados de certificación en el establecimiento de normas. Como tales, pueden considerarse como normas de las normas.

Los gobiernos pueden utilizar estos textos para elaborar programas nacionales de agricultura orgánica, que a menudo son mucho más detallados ya que responden a las necesidades específicas del país correspondiente. La mayor parte de las normas nacionales (por ejemplo, las de los países de la UE, o las de Japón, Argentina, la India, Túnez, o los Estados Unidos), se especifican en reglamentos jurídicamente vinculantes.

Normas locales voluntarias. En algunos países (como Alemania) algunos organismos de certificación pueden producir sus propias normas, más estrictas que la reglamentación en vigor, por lo general en respuesta a las demandas específicas de los consumidores. Aunque estas normas no tienen carácter obligatorio, los organismos privados de certificación pueden ser más exigentes que la legislación vigente.

1.8. Regiones en el ejercicio de producción agrícola orgánica

El mercado de alimentos y productos orgánicos se desarrolla y expande de manera muy acelerada. Ningún otro grupo de productos agropecuarios registra tasas de crecimiento de la producción por arriba de 20% anual y tiene, además, la particularidad de que todavía no puede satisfacer la demanda, como sucede con los de carácter orgánico en Europa, Japón y América del Norte. (Manuel Ángel Gómez Cruz, 2003)

A continuación, una gráfica (Tabla 2) que muestra el mundo en números de la agricultura orgánica y las regiones de la misma en 2015.

Tabla 2: El mundo en números de la agricultura orgánica y las regiones de la misma en 2015.

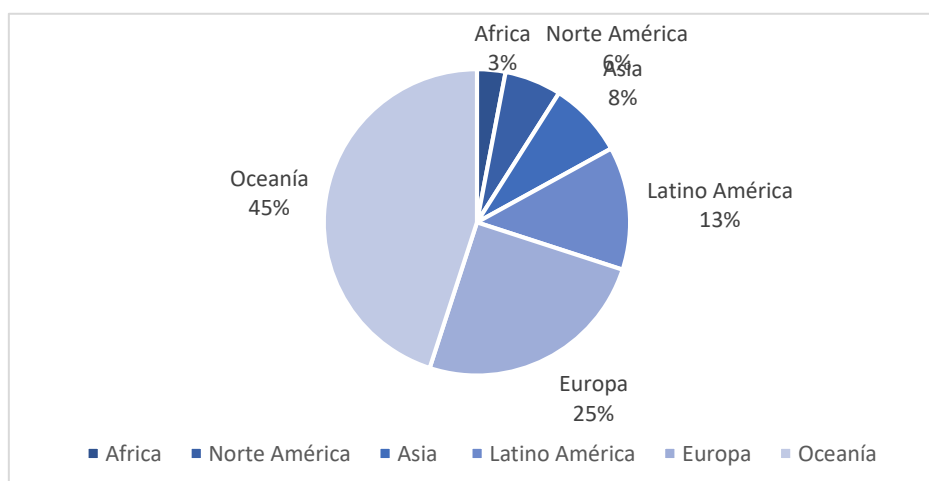
<i>Región</i>	<i>Superficie de agricultura orgánica (hectareas)</i>	<i>Regiones en porcentaje de agricultura orgánica</i>
<i>África</i>	1,683,482	3%
<i>Asia</i>	3,965,289	8%
<i>Europa</i>	12,716,969	25%
<i>Latino América</i>	6,744,722	13%
<i>Norte América</i>	2,973,886	6%
<i>Oceanía</i>	22,838,514	45%
Total	50,919,006	100%

FUENTE: (FIBL, 2017, pág. 40)

De acuerdo con bancomext, el creciente interés por consumir productos orgánicos es parte de una tendencia mundial de cambio de valores, de los materialistas (prioridad del crecimiento económico, consumo material y seguridad jurídica y militar) hacia los posmaterialistas, que se basan en una mayor preocupación por la calidad de vida, el medio ambiente y la sociedad, la autorrealización, la democracia, etcétera.

Esta tendencia es producto y expresión de sociedades que cuentan con altos niveles de ingresos y cuya población gasta cada vez menos en alimentos (en promedio menos de 10% del ingreso en los países desarrollados), por lo que están en posibilidad de satisfacer sus nuevas necesidades. A continuación, una gráfica (Gráfica 1) que muestra la distribución de la tierra agrícola orgánica por región en 2015, la cual indica que Oceanía es el continente con el mayor porcentaje de tierra agrícola orgánica en el mundo.

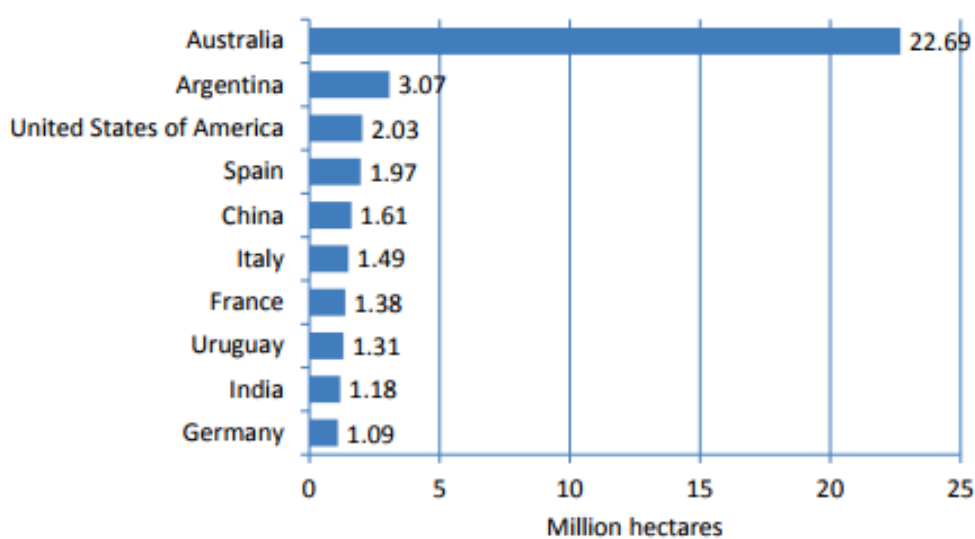
Gráfica 1 : Distribución de la tierra agrícola orgánica por región en 2015



FUENTE: (FIBL, 2017, pág. 41)

En cuanto a los países con las áreas más grandes de agricultura orgánica en el mundo, según datos del 2015, Australia encabeza la lista con 22.69 millones de hectáreas. La siguiente gráfica (Gráfica 2) nos muestra los primeros 10 países con las áreas más grandes de agricultura orgánica en el mundo en 2015.

Gráfica 2: Los 10 países con las áreas más grandes de agricultura orgánica en el mundo en 2015.



FUENTE: (FIBL, 2017, pág. 41)

CAPÍTULO II

EL MERCADO ORGÁNICO MEXICANO

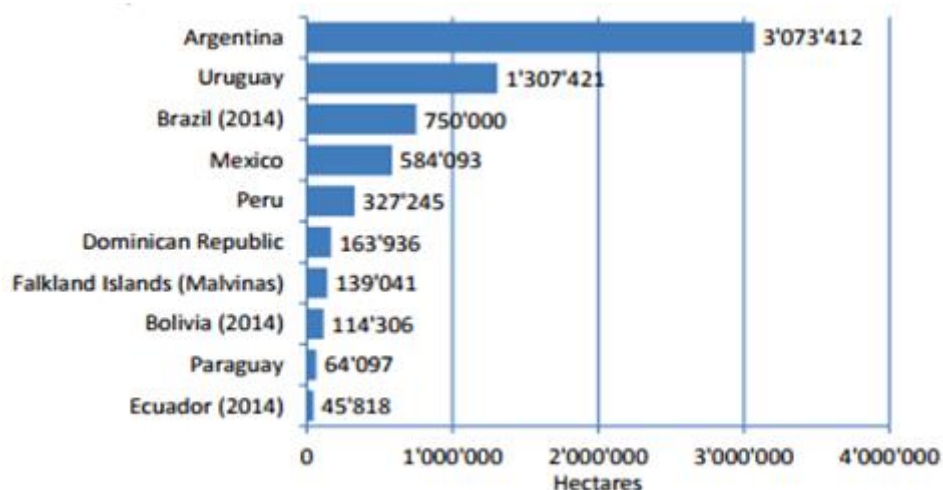
2.1. Perspectiva del mercado de la agricultura orgánica de México

A diferencia de otros sectores agropecuarios del país, el sector orgánico ha crecido en medio de la crisis económica, esto debido a que la superficie orgánica presenta un dinamismo acelerado. Según datos del reporte anual “The world of organic agriculture” statistics and emerging trends 2017, en el año 1999 existían 11 millones de hectáreas en el mundo de la agricultura orgánica, cifra que se modificó en el año 2015 con 50.9 millones de hectáreas. Siendo el país de Australia quien registró el mayor número de hectáreas con 22.7 millones, seguido de Argentina con 3.1 millones y los Estados Unidos con 2 millones.

Al igual que otros países alrededor del mundo, México se ha beneficiado del gran dinamismo de la agricultura orgánica, aprovechando a su vez, la demanda global de productos orgánicos y convirtiéndose en exportador de los mismos, ubicándose entre los 20 principales países exportadores y en el 4º lugar como productor de alimentos orgánicos; países como Japón, EEUU, y la Unión Europea reciben alimentos orgánicos mexicanos.

La siguiente gráfica (Gráfica 3) nos muestra los 10 países con la mayor área orgánica de América Latina y el Caribe en 2015:

Gráfica 3: Los 10 países con la mayor área orgánica de América Latina y el Caribe en 2015



Fuente: (FIBL, 2017, pág. 252)

Como se puede observar en la gráfica antes citada, México se posiciona como el 4to país con la mayor área orgánica, solamente superado por Argentina, Uruguay y Brasil. Además, se cultivan más de 45 productos orgánicos de los cuales, el café el producto top por superficie cultivada, en segundo lugar, están el maíz azul y blanco, en tercero el ajonjolí, y le siguen en importancia: hortalizas, agave, hierbas aromáticas, mango, naranja, frijol, manzana, papaya y el aguacate. Aunque en menor superficie, también se produce soya, plátano, cacao, vainilla, cacahuete, piña, jamaica, limón, coco, nuez, lichi, garbanzo, maracuyá y durazno.

Cabe mencionar que la producción orgánica en México es de gran importancia social, ya que es una actividad en la que participan los sectores más pobres del medio rural, grupos indígenas (poco más del 50% de los productores) y pequeños productores de escasos recursos.

Hoy en día la producción orgánica ha reaccionado y respondido al mercado, y aparte de su éxito está vinculado con la constante demanda externa y la posibilidad de obtener precios

Premium en el mercado internacional. De esta manera México se ha tornado más en productor-exportador orgánico que en consumidor. Un dato que muestra dicha situación claramente es el que actualmente México, exporta el 85% de la producción orgánica mientras que el restante 15% se queda para consumo en el país. Además, que la misma producción orgánica le permite generar casi 140 millones de dólares en divisas, con un crecimiento anual de 42%.

2.1.1. Surgimiento

Según el estudio “México como abastecedor de productos orgánicos” (Gómez Tovar,2006) se cita que a finales de la década de los ochenta, los países desarrollados comenzaron a demandar productos tropicales y de invierno producidos en forma orgánica, que en sus territorios no se pueden cultivar, estimulando de esta manera la práctica de la agricultura orgánica en México.

A continuación, una gráfica (Gráfica 4) que nos muestra mediante una línea del tiempo, la historia de la agricultura orgánica en México:

Gráfica 4: Historia de la agricultura orgánica en México



Fuente: Elaboración propia

A través de algunas comercializadoras, ONG y grupos religiosos (Teología de la Liberación) se fomentó en México la apropiación de esta nueva forma de producir, para poder complementar y diversificar una demanda ya creada en el exterior. En un inicio, agentes de países desarrollados se conectaron con diferentes actores en México, 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.

Posteriormente, compañías comercializadoras de los Estados Unidos influenciaron el cambio a la producción orgánica en la zona norte del país, ofreciendo a empresas y productores privados financiamiento y comercialización, a cambio de productos orgánicos. Esto permitió a las compañías abastecer mucho mejor la demanda de los productos solicitados en los tiempos y temporadas específicas requeridas, a la vez que obtuvieron mejores precios por ellos.

El desarrollo de la agricultura ecológica en México ha sido sorprendente; surgió desde la década de los años ochenta en solo algunos lugares y en pocos años se ha extendido a muchos otros multiplicando su superficie e incursionando cada vez más en nuevos productos,

constituyéndose en una opción económicamente viable para miles de productores campesinos e indígenas de escasos recursos. (Calderón, 2004)

Beltrán et al. (2009) mencionan que la práctica de la agricultura orgánica en Baja California Sur se inició a mediados de los años 80's y en sus sistemas de producción debían cumplir las normas del NOP de los Estados Unidos.

Es importante destacar que el mayor crecimiento y comercialización de la producción de la agricultura orgánica empieza a mediados de los 80's, con la exportación de diferentes productos incluyendo el café, de esta manera en 1984 comenzó el cultivo de plátano orgánico, por la empresa MEXIFRUT, que se localiza en Cihuatlan, Jal.

A finales de esa década, inicia la cooperatividad de los productos orgánicos en los cabos, con la producción de hortalizas orgánicas y para la década de los 90' inició de la producción orgánica en miel (agave), Jamaica, vainilla, aguacate y ajonjolí, entre otros.

2.2. Importancia económica

Como se observa en la tabla a continuación, la importancia económica de la agricultura orgánica en México ha ido en aumento conforme el paso de los años, tan solo en el periodo 1996 a 2002 las divisas generadas aumentaron de manera considerable, para 2005 había 307,692 hectáreas, las cuales generaban alrededor de 270 millones de dólares, el número de productores y la cantidad de empleos también aumentaron de manera considerable.

La siguiente tabla (Tabla 3) nos muestra la importancia económica de la agricultura orgánica en México en el periodo 1996-2002.

Tabla 3: Importancia Económica de la Agricultura Orgánica, 1996-2005

	1996	1998	2000	2002	2004/05
Superficie (ha)	23,265	54,457	102,802	215,843	307,692
Número de Productores	13,176	27,914	33,587	53,577	83,174
Empleo	3,722	8,713	16,448	34,534	40,747
Divisas generadas	34,293	72,000	139,404	215,000	270,503

Fuente: (Manuel Ángel Gómez Cruz L. G., 2006, pág. 135)

Según datos del estudio "La agricultura orgánica en México: un ejemplo de incorporación y resistencia a la globalización" En el año 2000, en México existían 262 zonas de producción orgánica, ubicadas en 28 estados de la República, entre los cuales destacan los de Chiapas, Oaxaca, Michoacán, Chihuahua y Guerrero, que concentran el 82.8% de la superficie orgánica total. Los estados de Chiapas y Oaxaca cubren el 70% del total.

Para el 2004, en resultados preliminares del proyecto de "Actualización del sistema de Seguimiento e información de la agricultura orgánica de México" desarrollado en el CIESTAAM (Universidad Autónoma Chapingo) se detectaron 668 zonas de producción orgánicas, es decir, 154% más que en el año 2000.

Además, la agricultura orgánica en México en cuanto a su evolución, ha mostrado un gran avance, beneficiándose así de una mayor superficie orgánica, mayor número de productores, empleos directos y divisas.

La tabla siguiente (Tabla 4) nos muestra la evolución de la agricultura orgánica en México durante el periodo 1996-2012.

Tabla 4: Evolución de la agricultura orgánica en México durante el periodo 1996-2012.

	1996	1998	2000	2004/05	2007/8	2012	TCMA
Superficie (ha)	21,265	54,457	102,802	307,692	378,693	512,246	22.00
Número de productores	13,176	27,914	33,587	83,174	128,862	169,570	17.31
Empleos directos	13,785	32,270	60,918	150,914	172,293	245,000	19.70
Divisas (US\$1,000)	34,293	72,000	139,404	270,503	349,149	600,000	19.59

(Schwentenius, 2016) TCMA: Tasa de crecimiento media anual.

2.3. Tipos de agricultura orgánica



De acuerdo al estudio “México como abastecedor de productor orgánicos” en México se distinguen tres formas de agricultura orgánica: la “purista”, la tipo IFOAM (International

Federation of Organic Agriculture Movements) y la empresarial-industrial.

PURISTA

La agricultura orgánica purista pone en práctica los principios filosóficos originales de esta forma de producción agrícola y está basada en tecnologías y recursos locales, la producción no se suele certificar y se destina en su mayoría al autoconsumo y en algunos casos se vende en los mercados local y regional.

Los productores respectivos cuentan con unidades de producción muy pequeñas, es decir menos de una hectárea, por lo general huertos familiares. Se trata de pequeños productores y profesionistas que han incursionado en la agricultura y que tienen una fuerte conciencia sobre los problemas ecológicos.

En el mismo estudio se cita que un cálculo preliminar permite indicar que esta clase de agricultura representa sólo el 1.1% del total de la superficie orgánica nacional, 2% de los productores y 6.7% del total de las unidades de producción del país.

IFOAM

Por otro lado, la agricultura orgánica tipo IFOAM se basa en estándares definidos (reglas de producción orgánica), procesos de certificación (controles obligatorios) y un sistema específico de etiquetado que la diferencian de los métodos no orgánicos. La instancia que más ha promovido este proceso es la propia Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica(IFOAM). En México predomina tanto en superficie como en número de productores y está representada por las organizaciones de productores indígenas y campesinos con escasos recursos económicos que producen café, cacao, vainilla, Jamaica, mango, frijol, manzana y miel, entre otros cultivos orgánicos.

EMPRESARIAL-INDUSTRIAL

Por último, la agricultura orgánica empresarial-industrial, la cual se comenzó a desarrollar en México en el segundo lustro del decenio de los noventa en cultivos de hortalizas, hierbas, mango, plátano, piña, agave y soya, y se caracterizan por ser una agricultura de sustitución de insumos naturales externos. Por ejemplo: insecticidas comerciales orgánicos, jabones, feromonas, trampas, sustancias foliares orgánicas, etc.

A su vez, dicha agricultura utiliza tecnología extranjera y tiene una clara orientación hacia el mercado, en particular el de exportación. En ella participan grandes productores individuales interesados en elaborar esta clase de bienes con una lógica empresarial y con una actividad que tiene grandes perspectivas de mercado, precios Premium y de ganancia económica.

(Manuel Ángel Gómez Cruz L. G., 2006, pág. 136)

2.4. Principales productos orgánicos

De acuerdo con la SAGARPA (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación) en México se cultivan más de 45 productos orgánicos, de los cuales el café es el rey por superficie cultivada, en segundo lugar, están el maíz azul y blanco, en tercero el ajonjolí, y le siguen en importancia: hortalizas, agave, hierbas aromáticas, mango, naranja, frijol, manzana, papaya y el aguacate. (Secretaría de Agricultura, SAGARPA, 2017).

Como se menciona en el párrafo anterior, el café es el producto orgánico mexicano con mayor longevidad y posicionamiento en los mercados internacionales, este café es demandado principalmente por los consumidores europeos, mientras que los granos orgánicos se expenden generalmente en tiendas naturistas de las principales ciudades del viejo continente.

En la siguiente gráfica (Gráfica 5) se presenta el progreso en hectáreas del café orgánico y justo en el periodo 2004-2014.

Gráfica 5: Hectáreas del café orgánico y justo en el periodo 2004-2014.



(Schwentenius, 2016)

Como se puede observar en la gráfica el café orgánico mexicano junto con el café justo mexicano, han incrementado en el número de hectáreas cultivadas en los últimos años, mostrando un crecimiento ascendente casi ininterrumpido a excepción del año 2008, en dónde se registró una ligera disminución en cuanto al cultivo del mismo se refiere.

Por otro lado, pero en menor superficie, también se produce soya, plátano, cacao, vainilla, cacahuate, piña, jamaica, limón, coco, nuez, lichi, garbanzo, maracuyá y durazno. En la actualidad México destina una superficie de 30 mil hectáreas a la producción de café orgánico y envía anualmente más de 28 mil toneladas a la Unión Europea, según información de la SAGARPA.

Además, en 2016 las exportaciones de café tostado, descafeinado y cascarilla de café mexicano a Dinamarca y Suecia sumaron 1.7 millones de dólares, mientras que estos dos países compraron más de 642 millones de dólares de este producto a nivel global, por lo que la oportunidad de crecer la presencia de compañías nacionales en la región es amplia. (PROMÉXICO, 2017)

A continuación, una tabla (tabla 5) que muestra los principales productos orgánicos en México junto con su superficie, producción y rendimiento.

Tabla 5: Principales productos orgánicos en México junto con su superficie, producción y rendimiento.

PRODUCTO	SUPERFICIE (HA) Estimación	PRODUCCIÓN (TON)	RENDIMIENTO
Café	70,838	47,461	0.67
Maíz azul y rojo	4,670	8,686	1.86
Ajonjolí	4,125	2,393	0.58
Hortalizas	3,831	55,281	14.43
Magüey	3,047	-----	ND
Hierbas culinarias y medicinales	2,510	-----	ND
Mango	2,075	26,332	12.69
Naranja	1,850	17,039	9.21
Frijol y garbanzo	1,597	1,597	1.00
Manzana	1,444	1,487	1.03
Papaya	1,171	20,551	17.55
Aguacate	911	8,600	9.44
Soya	865	-----	-----
Banano	826	36,740	44.48
Cacahuate	740	1,073	1.45
Cacao	656	394	0.6

Jamaica	540	140	0.26
Palma africana	400	8,000	20.00
Vainilla	331	7	0.02
Piña	329	4,201	12.77
Caña de azúcar	150	-----	ND
Nuez	25	-----	ND
Litchi	16	74	4.6
Otros productos	40,207	-----	-----
Suma	143,154	240,056	

Fuente: (FIRA, 2012)

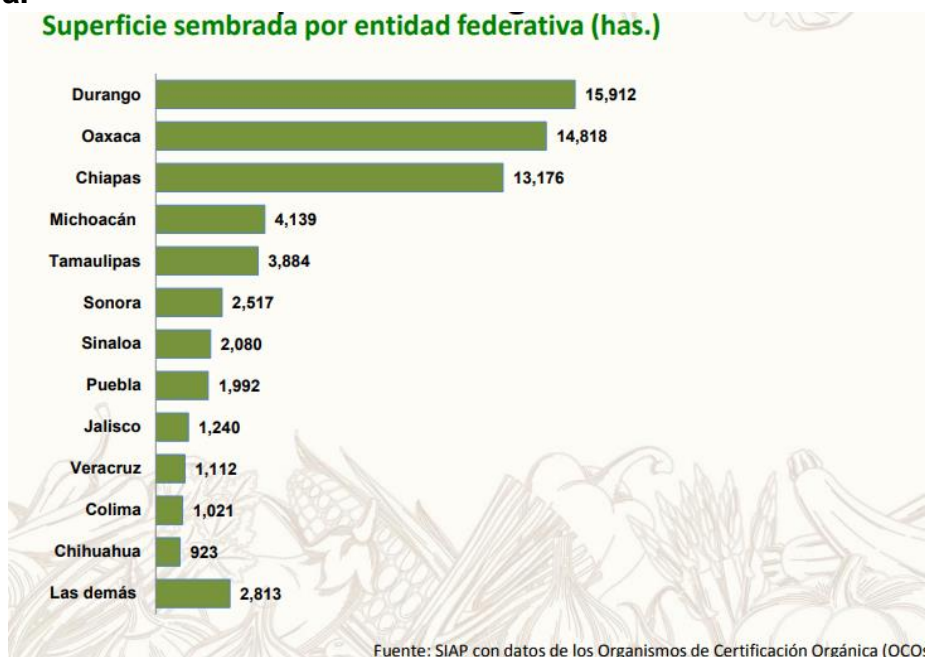
Cabe destacar que los productos que más han crecido son la papaya, el mango, maíz azul, plátano y café y que siguen siendo demandados en mercados internacionales por lo que son productos que cuentan con una línea creciente de exportación.

2.5. Principales regiones productoras

Según datos de la SAGARPA (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación) los principales estados productores de alimentos orgánicos en el país son Chiapas, Oaxaca, Chihuahua y Guerrero, que concentran 82 por ciento de la superficie orgánica total.

A continuación, una gráfica (Gráfica 6) que muestra la superficie sembrada de la producción orgánica por entidad federativa.

Gráfica 6: La superficie sembrada de la producción orgánica por entidad federativa.



Pudiéndose observar en la gráfica que las principales regiones productoras son los estados de Durango, Oaxaca, Chiapas y Michoacán siendo el café orgánico el producto con la mayor superficie sembrada con 29,135 hectáreas según datos de la SAGARPA.

En relación a la producción de café orgánico, actualmente, los estados de Chiapas, Oaxaca, Veracruz y Puebla, cuentan con un volumen de producción de 350 mil sacos de 60 kilos, lo que coloca a México como el segundo productor mundial. En cuanto a la exportación, México es el principal proveedor mundial, cada año envía más de 28 mil toneladas a países europeos. (SAGARPA).

2.6. Principales productos con mayor superficie sembrada (2015)

Antes de citar los principales productos con mayor superficie sembrada en territorio mexicano, es importante destacar que la superficie agrícola de cultivos orgánicos en México registró un acelerado incremento; en un período de apenas 12 años pasó de 21,265 hectáreas en 1996 a 378,693 hectáreas en 2008 y 512,246 hectáreas en 2012. (Orgánico, 2017)

Por su parte, el número de productores dedicados a estos cultivos aumentó casi 10 veces, al pasar de 13,176 a 128,862 productores en 2008 y a 169,570 en 2012. (Orgánico, 2017)

Dentro del territorio nacional se pueden encontrar una gran variedad de alimentos orgánicos como lo son los frescos: frutas, verduras, lácteos (leches, quesos), huevo, pollo, búfalo y procesados como: jugo, dulces, granos, harinas, vinos, licores, mieles, jarabes etc.

A continuación, un esquema que muestra los productos mexicanos con mayor superficie en número de hectáreas.



Mientras que el registro sistemático de la producción de orgánicos silvestres arroja lo siguiente:



(Ruiz, 2015)

En el primer esquema se puede observar, cómo ya se había constatado en párrafos anteriores, que el café orgánico mexicano funge como el producto líder de la producción orgánica mexicana y a su vez también como el principal producto orgánico exportado, seguido de productos como el aguacate, el agave, las hortalizas entre otros productos de importancia.

2.6.1 Distribución de la producción agrícola por estado

A escala nacional se mantiene una situación de concentración por regiones; por ejemplo, 91.5% de la producción orgánica en el estado de Chiapas sigue siendo el cultivo del café; en Oaxaca, ese porcentaje corresponde a 90.1%. (Ruiz, 2015)

En Tabasco, el 90.5% de la superficie orgánica es de cacao. El 50.7% de la superficie orgánica en Michoacán se concentra en aguacate y 46.5% en coco; en Sinaloa, el 80.4% corresponde a hortalizas; y, en Jalisco, 70.5% es de agave. La alta demanda de frutas tropicales (plátano, mango, piña, aguacate, papaya, etc.), de hortalizas de invierno, y de productos no tradicionales (frambuesa, zarzamora, vainilla, yuca, maracuyá, rambután y litchi), ha sido un motor importante para la conversión hacia la producción orgánica y para su diversificación.

A continuación, una tabla (tabla 6) que nos muestra los principales productos cultivados en los diferentes estados de México durante el periodo 2009 – 2016.

Tabla 6: Principales productos cultivados en los diferentes estados de México durante el periodo 2009 – 2016.

ESTADOS	PRODUCTOS
Aguascalientes	
Baja California	Ajo, Albahaca, Chícharo, Chile verde, Tomate rojo (jitomate) cherry, Tomate rojo (jitomate), Zanahoria, Calabacita, Cebolla, Pepino, Brócoli, Luchuga romana.
Baja California Sur	Ajo, Albahaca, Calabacita, Chile verde, Ejote, Menta, Pepino, Salvia, Tomate rojo (jitomate) cherry, Tomate rojo (jitomate) Berenjena.
Campeche	Arroz palay grueso filipino.

Coahuila	Brócoli, Calabacita, Lechuga, Zanahoria.
Colima	Café cereza
Chiapas	Café cereza, Cacao, Mango
Chihuahua	-
Ciudad de México / D.F.	-
Durango	-
Guanajuato	Apio, Brócoli, Col de Bruselas, Espinaca, Lechuga romana, Tomate verde
Guerrero	-
Hidalgo	-
Jalisco	Agave, Cártamo, Rábano, Zorzamora
México	
Michoacán	Aguacate, Arándano, Mango, Zorzamora
Morelos	-
Nayarit	Café cereza, Aguacate, Calabza, Chile verde, Limón, Litchi, Plátano.
Nuevo León	
Oaxaca	Café cereza, Moringa, Té limón
Puebla	Café cereza, Chicharo, Calabacita, Jamaica, Tomillo.
Querétaro	-
Quintana Roo	-
San Luis Potosí	Betabel, Tomillo
Sinaloa	Berenjena, Calabacita, Cártamo, Chile verde, Ejote, Mango, Tomate rojo (jitomate)
Sonora	Ajo, Ejote
Tabasco	Cacao
Tamaulipas	Soya, Limón
Tlaxcala	Tomate verde
Veracruz	-
Yucatán	-
Zacatecas	-

Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo con información extraída del Sistema de Información Agroalimentaria de consulta (SIACON)

La tabla anterior además de mostrar información actualizada sobre los principales productos cultivados en los diferentes estados, corrobora la afirmación del reporte citado en previos párrafos, en donde se menciona que a escala nacional se mantiene una situación de concentración por regiones, un ejemplo de ello es el estado de Chiapas en donde el principal producto cultivado sigue siendo el café, en idéntica situación se encuentra el estado de Oaxaca que se especializa en la cultivo y producción de café cereza como se puede observar en la tabla.

Cabe mencionar que el cultivo y la producción de diversos productos orgánicos han sufrido una tendencia ascendente con el paso de los años. De acuerdo con el SIACON (Sistema de información Agroalimentaria de consulta) en el estado de Chiapas el valor de la producción en el año del 2009 fue de 10,324,40 (miles de pesos) mientras que la cifra en el 2015 ascendió a 18,230,38 (miles de pesos).

Por otro lado, Michoacán es y ha sido un productor importante de aguacate orgánico en el país, pasando de 2,208,20 (ha) en 2015 a 7,133,70 (ha) en 2016, obteniendo un valor de producción de 549,491,05 (miles de pesos) en el año del 2015, mientras que los incrementos

en sus ganancias ascendieron de una manera considerable para el 2016, dando un valor de producción de 2,191,654.67 (miles de pesos) según datos del SIACON.

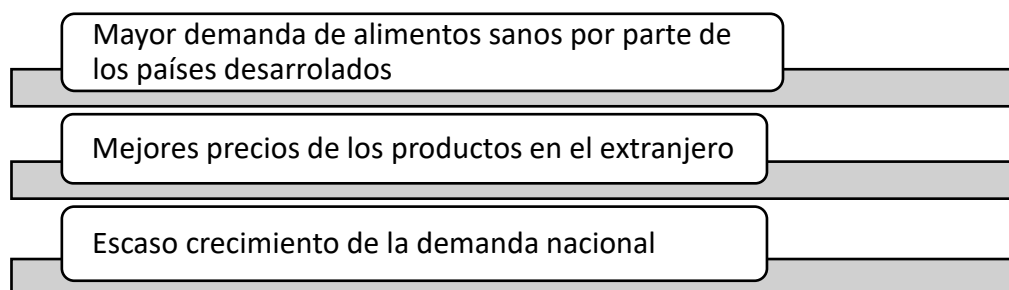
2.7. Destino de la producción para el abastecimiento nacional y extranjero

En México, como en otros países del mundo, la agricultura orgánica se encuentra en una fase de crecimiento muy dinámico al igual que la tendencia internacional. De acuerdo con el Servicio de Información Estadística Agroalimentaria y Pesquera, México ha experimentado un crecimiento anual de 45%, teniendo como resultado una derrama económica en cuánto a remesas se refiere, ya que gran cantidad de la producción se destina a la exportación.

Según datos de la Sagarpa, en los años noventa los orgánicos generaban divisas por 34.2 millones de dólares, hoy ingresan al país 600 millones de dólares anuales por la exportación de estos productos. Además, de 1996 a la fecha la superficie sembrada de productos orgánicos pasó de 21,265 hectáreas a 512,246. En años anteriores se dedicaban a esta actividad 113, 176 productores, actualmente son 169, 570; se generaban 13 mil 785 empleos y, en el año de 2015, 245,000 personas vivían de la producción de alimentos orgánicos.

Por su parte, el director en jefe de la Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios (ASERCA), Alejandro Vázquez Salido, señaló durante la sexta sesión del Consejo Nacional de Producción Orgánica (CNPO) que el consumo de productos orgánicos se ha incrementado considerablemente, debido a que comprar alimentos con visión orientada a la salud es una tendencia mundial, por lo cual 86 por ciento de la producción orgánica nacional se va al mercado de exportación. Mientras que el 14 % restante de la producción se queda en territorio nacional.

La razón por la cual exporta gran parte de su producción, se debe a diferentes factores, tales como:



Como se menciona párrafos anteriores, de la producción orgánica en México, el 86 por ciento se destina a la exportación, dicha exportación va dirigida principalmente a: Estados Unidos, Alemania, Países Bajos, El Reino Unido y Suecia.

A continuación, una tabla (tabla 7) que muestra el destino de productos orgánicos mexicanos para el mercado de exportación.

Tabla 7: Destino de productos orgánicos mexicanos para el mercado de exportación.

Producto	Destino de la exportación
Café	Alemania, Holanda, Suiza, Inglaterra, Estados Unidos, Suecia, Austria, Italia, Japón, Francia, Dinamarca, Noruega, Bélgica y Canadá.

Hortalizas	Alemania, Italia, Estados Unidos, Canadá, Japón e Inglaterra.
Miel	Alemania, Inglaterra, Estados Unidos e Italia.
Ajonjolí	Europa y Estados Unidos
Plátano	Estados Unidos y Japón
Jamaica	Alemania
Vainilla	Estados Unidos y Japón, Canadá, Inglaterra y Alemania.
Mango	Estados Unidos, Japón, Canadá, Inglaterra y Alemania.
Aguacate	Suiza, Inglaterra, Japón, Canadá y Estados Unidos.
Litchi	Estados Unidos
Manzana	Estados Unidos
Piña	Estados Unidos
Cacao	Alemania y Estados Unidos
Maíz azul	Estados Unidos
Cardamomo	Alemania

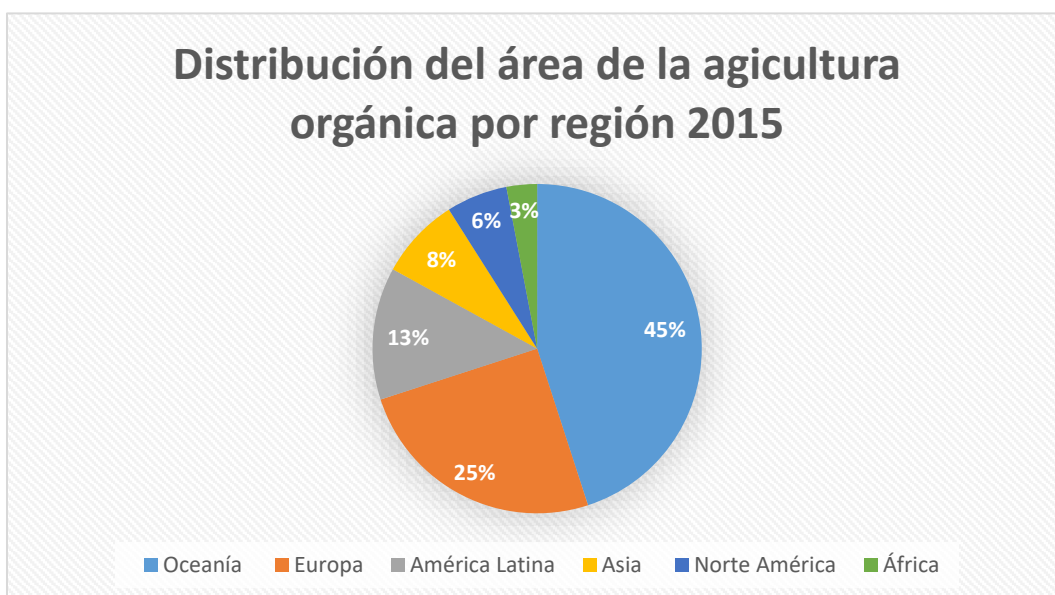
Fuente: (Manuel Ángel Gómez Cruz L. G., 2006)

2.8. Presencia del mercado orgánico mexicano en el mundo en gráficas

Para el año del 2015 se registraron un total de 50.9 millones de hectáreas destinadas a la agricultura orgánica mundial. Para esto, es importante ubicar al mercado orgánico mexicano respecto al escenario mundial; es decir, frente a países y regiones líderes en superficies destinadas a la producción, desarrollo, comercialización, ventas, y demás variables.

A continuación, una gráfica (Gráfica 7) las regiones con las mayores áreas de agricultura orgánica.

Gráfica 7: Las regiones con las mayores áreas de agricultura orgánica.

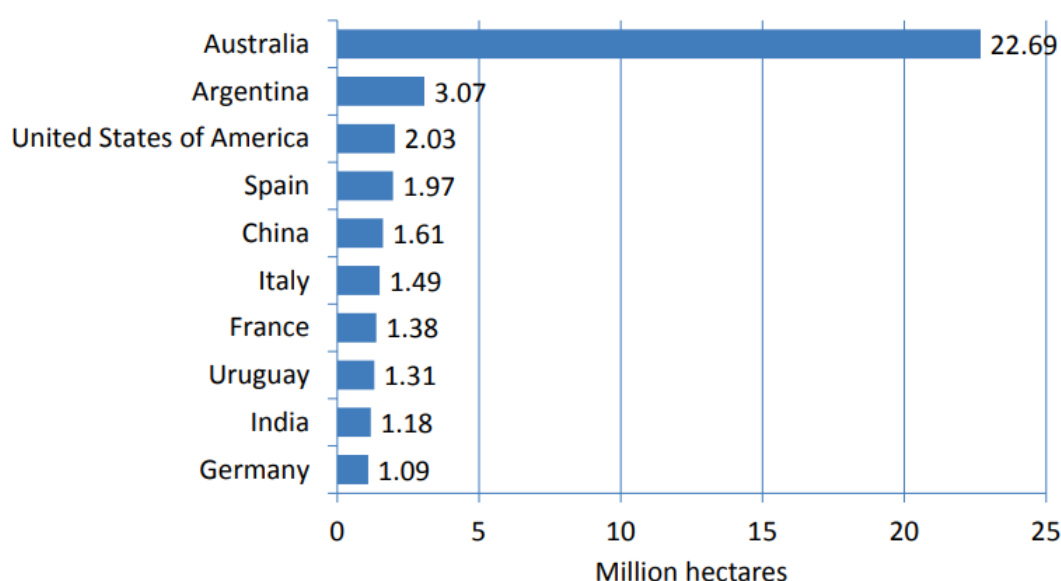


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de (FIBL, 2017)

En la gráfica anterior se muestra el porcentaje correspondiente a cada región del total de los 50.9 millones de hectáreas de agricultura orgánica que se cultivaron en el año del 2015. Oceanía registró un total de 22.8 millones de hectáreas que equivalen al 45%, seguida de Europa con 12.7 millones de hectáreas (25 %), América Latina con 6.7 millones de hectáreas (13%), Asia con 4 millones (8%), Norte América con 3 millones (6%) y por último África con 1.7 millones de hectáreas (3%).

Mientras que los países que cuentan con la mayor área de agricultura orgánica son: Australia con 22.7 millones de hectáreas, Argentina con 3.1 millones de hectáreas y los Estados Unidos con 2 millones de hectáreas, seguidos de los países que se muestran a continuación en la gráfica.

Gráfica 8: Países con la mayor área de agricultura orgánica 2015.



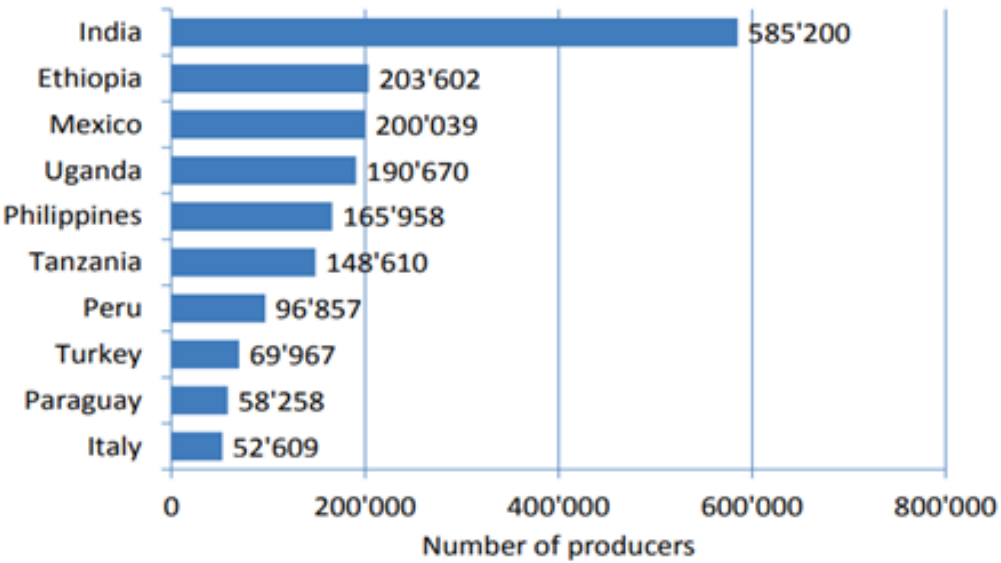
(FIBL, 2017)

México no se encuentra dentro de la lista top 10 de países con mayor área de agricultura orgánica, pero si ocupa un lugar importante, ocupando el 13avo lugar con 584,093 hectáreas de agricultura orgánica, teniendo únicamente a Brasil con 750,00 hectáreas y a Canadá con 944,558 hectáreas por delante de él.

En los últimos años, la tendencia mundial de producir y consumir productos orgánicos ha tenido un incremento gradual, por lo que varios países han recurrido a este tipo de producción como una oportunidad de negocio y de transformación en la producción de alimentos orgánicos. En México muchos productores ya están dedicados a dicha producción, tan es así que México es uno de los países con mayor número de productores orgánicos.

A continuación, la lista (Gráfica 9) de los 10 países con el mayor número de productores orgánicos en el año del 2015.

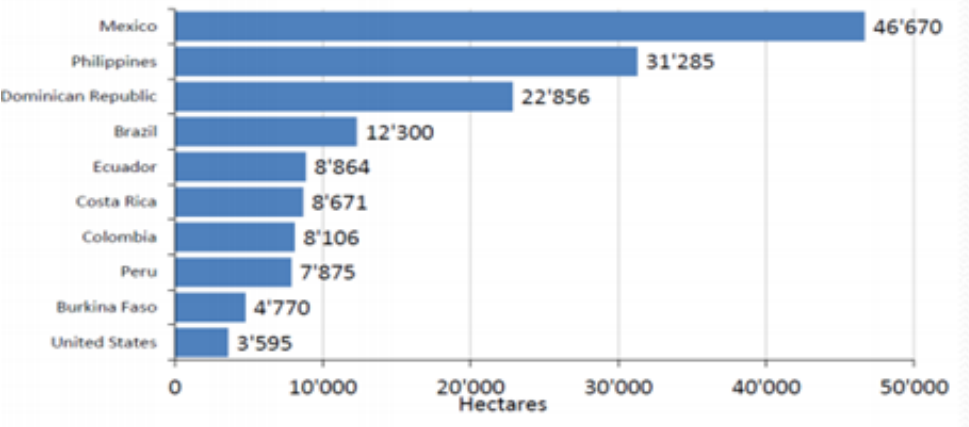
Gráfica 9: Los 10 países con el mayor número de productores orgánicos en el año del 2015.



(FIBL, 2017)

Por otro lado, en cuanto a la producción de frutas orgánicas tropicales y subtropicales México registró ser en 2010 el país con mayor superficie dedicada a dicha producción. A continuación, la lista de los 10 países con mayor superficie dedicada a la producción de frutas orgánicas tropicales y subtropicales en 2010.

Gráfica 10: Los 10 países con las más grandes áreas en la producción de frutas orgánicas tropicales y subtropicales en 2010.



FUENTE: (FIBL, 2017)

Además, para el año del 2015 los países con mayor crecimiento en cuanto a la superficie dedicada a la producción de frutas orgánicas tropicales y subtropicales de los que se obtuvo información fueron Kenia con 88,516 hectáreas seguido de México con casi 57,000 hectáreas, Madagascar con casi 47,000 hectáreas y por último República Dominicana con 30,000 hectáreas. En el caso de Kenia este crecimiento se debe principalmente a la alta cantidad de aguacates con los que cuenta su producción, en el caso de República Dominicana a los plátanos y en el caso de México, a la cantidad de aguacates y mangos en su producción.

México también es de los primeros productores de hortalizas lo que representa una oportunidad de desarrollo tecnológico y comercial derivado de la situación de las preferencias de consumo mundial hacia productos agrícolas más sanos, así como de las ventajas económicas y ambientales mencionadas anteriormente.

En la tabla siguiente (tabla 8) se puede observar la lista de los primeros 10 países con la mayor área de hortalizas orgánicas en 2015.

Tabla 8: Los primeros 10 países con la mayor área de hortalizas orgánicas en 2015.

País	Área en número de hectáreas
Estados Unidos	101,462
China	45,324
Polonia	40,564
Italia	29,363
Francia	16,820
Canadá	14,488
España	13,423
México	11,849
Alemania	10,914
Holanda	8,105

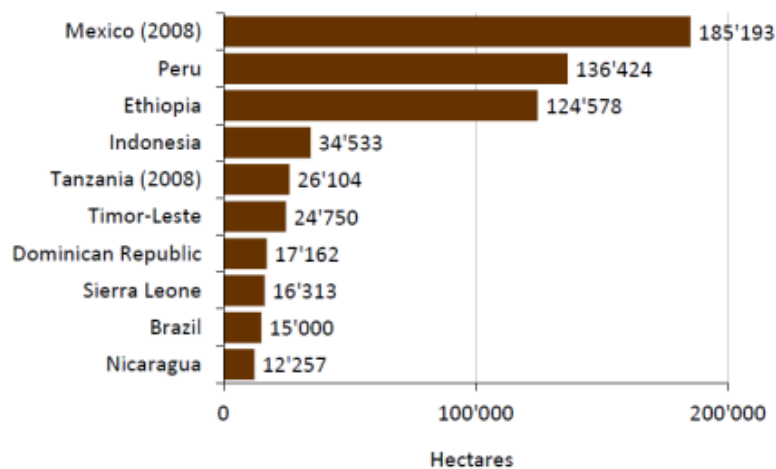
Fuente: Elaboración propia con información obtenida de (FIBL I. , 2017)

En cuanto a la producción y exportación de café se refiere, México ha destacado desde el inicio del movimiento orgánico, registrando en 2010 el primer lugar dentro de la lista de los 10 países con mayor área de café orgánico con 185,193 hectáreas.

A continuación, la lista (Gráfica 11) de los primeros 10 países con la mayor área de café orgánico en 2010.

Gráfica 11: Los 10 países con la mayor área de café orgánico

Organic coffee area 2010: The ten countries with the largest areas



FIBL-IFOAM Survey 2012, based on national data

(FIBL, 2012)

Para el año del 2015 más de 905,000 hectáreas de café orgánico fueron cultivadas. Esto constituye el 8.9% del área cosechada de 10.2 millones de hectáreas en 2013 de acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura por sus siglas en inglés FAOSTAT.

Los líderes mundiales de producción de café son Brasil (2.1 millones de hectáreas), Indonesia (1.2 millones de hectáreas), Colombia (0.8 millones de hectáreas), México (0.7 millones de hectáreas) y Vietnam (0.6 millones de hectáreas). Más del 50% del área de café orgánico en el mundo se encuentra en América Latina y casi el 34% en África.

En cuanto al cultivo de café orgánico se refiere, los países con las más grandes áreas fueron México (281,000 hectáreas), Etiopía (161,000 hectáreas) y Perú (110,000 hectáreas) por lo que México sigue siendo una potencia en la producción de café orgánico.

Según la SAGARPA, actualmente los estados de Chiapas, Oaxaca, Veracruz y Puebla, cuentan con un volumen de producción de 350 mil sacos de 60 kilos. En cuanto a la exportación, México es el principal proveedor mundial ya que cada año envía más de 28 mil toneladas a países europeos.

2.9. Programas de apoyo o promoción para productores orgánicos en México

En el tema específico de agricultura en el país existe una dependencia del Poder Ejecutivo Federal llamada SAGARPA (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación) la cual tiene entre sus objetivos propiciar el ejercicio de una política de apoyo que permita producir mejor, aprovechar mejor las ventajas comparativas de nuestro sector agropecuario, integrar las actividades del medio rural a las cadenas productivas del resto de la economía, y estimular la colaboración de las organizaciones de productores con programas y proyectos propios, así como con las metas y objetivos propuestos, para el sector agropecuario, en el Plan Nacional de Desarrollo.

Actualmente la SAGARPA brinda a los productores mexicanos programas de apoyo, los cuales tienen como principales objetivos, el abastecer el mercado interno con alimentos de calidad, sanos y accesibles provenientes de los campos y mares, el mejorar los ingresos de los productores incrementando la presencia en los mercados globales, promoviendo los procesos de agregación de valor y la producción de energéticos, entre otros.

El esquema siguiente muestra los diferentes programas de apoyo que para el año del 2017 fueron publicados en la página oficial de la Secretaría.



Como se puede observar en el esquema, a pesar de existir una oferta variada de dichos programas, se puede identificar que actualmente existe una disparidad notable entre los programas destinados a la producción convencional comparada con la producción de alimentos orgánicos en el país.

En la oportunidad que tuve de entrevistar al encargado de la Sagarpa en el municipio de Pénjamo, Gto. El ingeniero Pedro Ayala señalaba que actualmente no existían como tales, programas específicamente destinados a aquellos productores mexicanos interesados en la producción de alimentos orgánicos, de la misma manera mencionaba que aún falta dar ese paso que impulse el desarrollo de manera significativa en el rubro de alimentos orgánicos.

Sin embargo, dentro del programa de Productividad y Competitividad Agroalimentaria existe un componente llamado “Certificación y Normalización Agroalimentaria” cuyo objetivo específico es el de incentivar a los productores de las “UER” para que se conviertan de productores tradicionales a productores orgánicos y certifiquen sus procesos.

A continuación, un esquema que muestra los diferentes incentivos con los que cuenta el componente de “Certificación y Normalización Agroalimentaria”.

Tabla 9: Diferentes incentivos con los que cuenta el componente de “Certificación y Normalización Agroalimentaria”.

CONCEPTO	MONTO MÁXIMO
----------	--------------

Capacitación e Implantación de Acciones para la Conversión Orgánica	90% del costo total de la capacitación sin rebasar \$40,000.00 (Cuarenta mil pesos 00/100 M.N.) por solicitud. Para la Población Objetivo Prioritaria el 100% o hasta \$40,000.00 (Cuarenta mil pesos 00/100 M.N.) del costo total de la solicitud.
Formulación del Plan Orgánico y Diseño e Implementación de Sistemas de Control Interno	90% del costo total de la asistencia técnica sin rebasar \$30,000.00 (Treinta mil pesos 00/100 M.N.) por solicitud. Para la Población Objetivo Prioritaria el 100% o hasta \$30,000.00 (Treinta mil pesos 00/100 M.N.) del costo total de la solicitud.
Insumos Orgánicos	\$ 6,000.00 (Seis mil pesos 00/100 M.N.) por hectárea, hasta un máximo de 10 (diez) hectáreas, por solicitud.
Certificación Orgánica	70% del costo total de la certificación sin rebasar \$30,000.00 (Treinta mil pesos 00/100 M.N.) por solicitud. Para la Población Objetivo Prioritaria el 90% sin rebasar \$30,000.00 (Treinta mil pesos 00/100 M.N.) del costo total de la solicitud.
Evaluación de la conformidad	50% del costo total de la acreditación o hasta \$125,000.00 (ciento veinticinco mil pesos 00/100 M.N.) para Agentes Evaluadores de la Conformidad.
Impresión y Etiquetado del Distintivo Nacional de los Productos Orgánicos	70% del costo total de Impresión y/o Etiquetado sin rebasar \$100,000.00 (Cien mil pesos 00/100 M.N.) del costo total de la solicitud.
Investigaciones y Sistemas de Información para la Producción Orgánica.	70% del costo total del proyecto de Investigación o Sistema de Información o hasta \$1,500,000.00 (Un millón quinientos mil pesos 00/100 M.N.) por solicitud. Para Población Objetivo Prioritaria el 90% sin rebasar \$1,500,000.00 (Un millón quinientos mil pesos 00/100 M.N.) por solicitud.

Fuente: Elaboración propia con datos del Programa de Productividad y Competitividad Agroalimentaria 2017

CAPÍTULO III

EL MERCADO ORGÁNICO ALEMÁN

3.1. El boom orgánico en Alemania; actualidad y tendencia

Si bien es cierto que el interés por consumir productos orgánicos es parte de una tendencia mundial de cambio de valores que refleja una mayor preocupación por la calidad de vida, por el medio ambiente, la salud y la sociedad, también es cierto que, si hay una cultura que ha puesto en práctica estos valores desde hace ya más de 10 años, es la cultura alemana.

Hoy en día, aún más alemanes compran alimentos orgánicos. La agricultura ecológica o también conocida como agricultura orgánica dejó de ser solo un nicho de mercado para pasar a ser un segmento de mercado importante y creciente. Los alemanes se interesan cada vez más en adquirir productos bio, debido principalmente a una alta conciencia medioambiental y de salud.

Según un estudio del Ministerio Federal de Alimentación y Agricultura de Alemania, por sus siglas en alemán "BMEL", casi la mitad de los consumidores alemanes aprecian características de los productos como la producción orgánica o la sostenibilidad. Alemania es el segundo mercado orgánico más grande en el mundo después de los Estados Unidos y tiene una potencialidad que no muestra ninguna señal de agotamiento. Las ventas de los productos orgánicos aumentaron aproximadamente cinco por ciento a 7.91 mil millones de euros en 2014. (Braun, 2015)

A continuación, una gráfica (Gráfico 12) que muestra claramente la tendencia creciente y positiva que han tenido las ventas de los productos orgánicos en Alemania.

Gráfica 12: Ventas de los productos orgánicos en Alemania entre el año 2000 y 2014.



(Braun, 2015)

Es un hecho que las ventas de estos productos en territorio alemán no solo se han mantenido, sino que de forma anual han ido en aumento. Según los cálculos del grupo de trabajo Biomarkt, los alemanes compraron el año pasado alimentos y bebidas ecológicas por valor de 9.480 millones de euros (más de 11.172 millones de dólares). Esto representa un aumento de alrededor del 10 por ciento en comparación con el año anterior.

En Alemania, los tiempos en los que los consumidores concienciados con el medio ambiente tenían que buscar productos orgánicos únicamente en tiendas de alimentos naturales han desaparecido.

Casi dos tercios de las ventas de productos orgánicos se hacen ahora en supermercados de todo rango de precios y su presencia aumenta. Para los supermercados alemanes Edeka, Rewe, Aldi, Lidl y demás el sector bio es muy atractivo por varias razones. Por un lado y según los cálculos de la GfK, los productos orgánicos son, en promedio, un 64 por ciento más caros que los productos convencionales. Por otro lado, debido al público destinatario que se alcanza con los productos ecológicos: Se puede dirigir especialmente a las personas más jóvenes y familias con niños, pero también a los grupos de mayores ingresos. (Reimann, 2017)

Tan solo un dato de uno de los supermercados alemanes más famosos y posicionados de Alemania "REWE" nos permite dimensionar que tan grande está siendo la demanda y comercialización alemana de estos productos al sumar alrededor de 1,000 millones de euros (algo más de 1,178 millones de dólares) de facturación con la venta de solo productos bio en el 2016.

Es pues el mercado de productos orgánicos el sector más dinámico del mercado agrícola y de alimentos en Alemania. Actualmente, aproximadamente el 10 % de los hogares alemanes se define como consumidor habitual de alimentos orgánicos. Y

Si bien la diferencia de precios respecto a los productos convencionales había sido, en el pasado, un obstáculo para su crecimiento, los numerosos escándalos relacionados con alimentos de los últimos años han contribuido a reorientar la compra hacia productos percibidos como sanos y que cuenten con algún tipo de garantía "especial", una certificación extendida por organismos reconocidas, es decir la certificación de productos orgánicos, en el caso alemán "Bio-Siegel" la certificación alemana más conocida.

Los hogares germanos gastaron cerca de 8.000 millones de euros en bebidas y alimentos orgánicos, cifra que representa, aproximadamente, un incremento del 4,8% en relación al año anterior. (PRESSE, 2015). En relación a las cifras publicadas por uno de los periódicos más importantes en Alemania, es una realidad que el boom orgánico en Alemania está en auge y que la tendencia es y seguirá siendo el adquirir estos productos sin que impacte al consumidor esta diferencia de precios.

3.2. Ubicación general del mercado orgánico alemán en el mundo

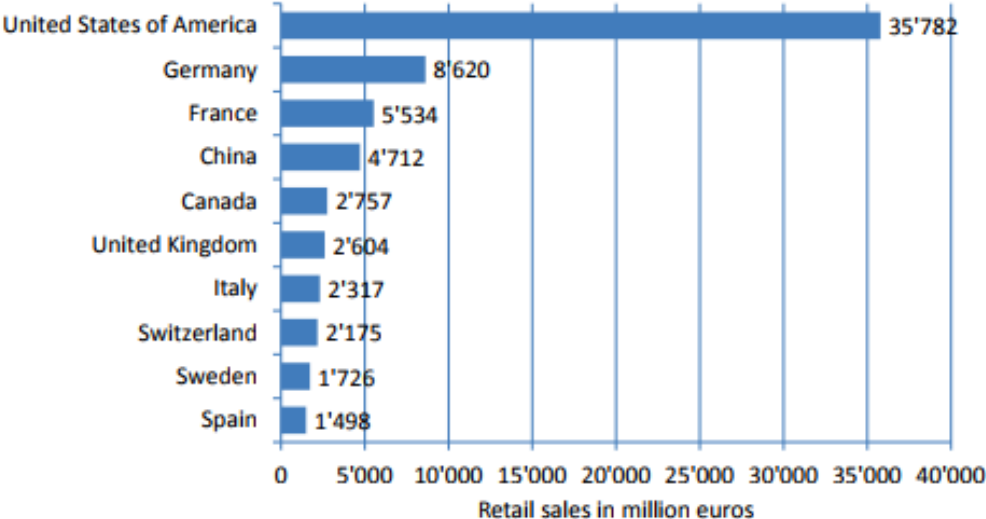
Como bien se citó en capítulos anteriores hubo un registro de 50.9 millones de hectáreas de agricultura orgánica incluyendo áreas en conversión en el año del 2015, al igual se mencionó que las regiones con las más grandes áreas de agricultura orgánica son Oceanía (22.8 millones de hectáreas, que es casi el 45 por ciento del total del área de agricultura orgánica en el mundo) y Europa (12.7 millones de hectáreas, 25%).

Para fines de ubicar al mercado orgánico alemán, es importante tener en cuenta que Europa (continente al cual pertenece el país alemán) cuenta con el 25% del total de hectáreas cultivadas de agricultura orgánica en el año del 2015.

Por otro lado, hablando específicamente a las ventas de este prometedor mercado, las regiones de América del Norte y Europa generaron para el 2015 las mayores ventas de alimentos y bebidas orgánicas con un 90 % del total de las mismas. Además, en el mismo, los países con los más grandes mercados globales de ventas fueron los Estados Unidos (35.8 billones de euros), Alemania (8.6 billones de euros) y Francia (5.5 billones de euros). (FIBL I., 2017).

La gráfica a continuación (Gráfica 13) muestra al top ten de los países con los más grandes mercados de alimentos orgánicos en el 2015.

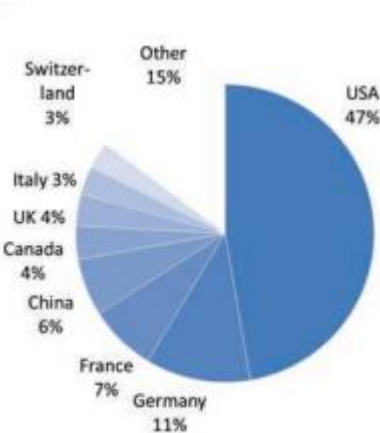
Gráfica 13: 10 principales países con los más grandes mercados de alimentos orgánicos en el 2015.



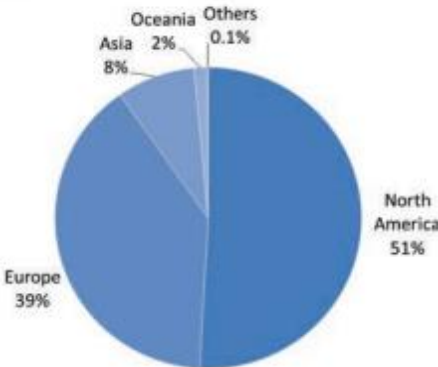
(FIBL I. , 2017, pág. 71)

En el gráfico anterior se puede observar la cantidad en millones de euros de las ventas al por menor o ventas minoristas que tuvo cada país, registrando Alemania un total de 8.6 billones de euros en el 2015, sólo por detrás de los Estados Unidos. En los gráficos a continuación (Gráfica 14 y 15) se muestra el porcentaje correspondiente a dicho valor de ventas y de la misma manera el porcentaje por región y/o por continente.

Gráfica 14: Mercado Global: Distribución del valor de ventas al por menor por país en el 2015.



Gráfica 15: Mercado Global: Distribución del valor de ventas al por menor por región en el 2015.

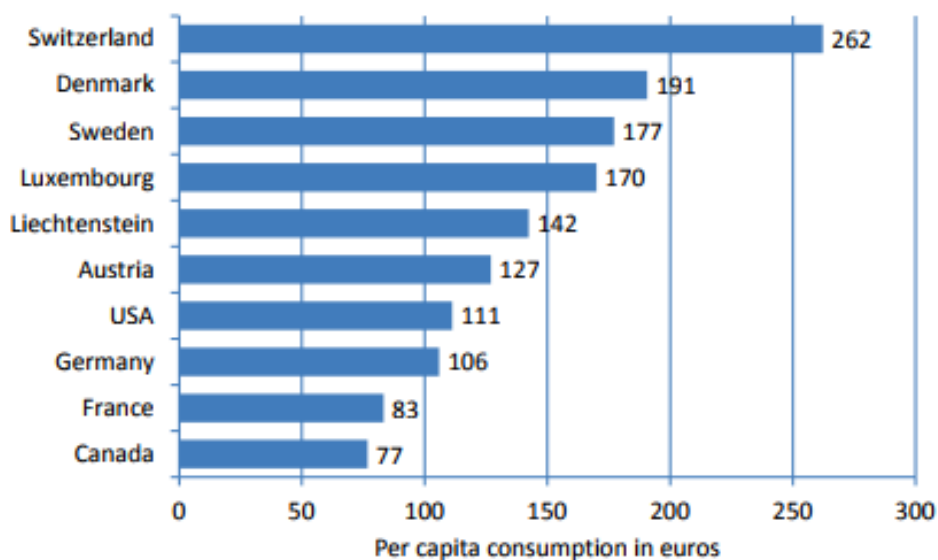


(FIBL I. , 2017)

Alemania pues, además de formar parte del continente o la región con el segundo valor más alto de sus ventas al por menor de alimentos orgánicos, es el mercado más grande dentro del mismo con el 11% de las ventas. Por otro lado, es de vital importancia evaluar y analizar al país alemán en el rubro del consumo per cápita, un indicador esencial en el que Alemania se posiciona dentro de los 10 primeros países con el mayor consumo per cápita de alimentos y bebidas orgánicas.

La gráfica siguiente (Gráfica 16) muestra a los 10 principales países con el mayor consumo per cápita de alimentos orgánicos en el 2015.

Gráfica 16: Los 10 principales países con el mayor consumo per cápita de alimentos orgánicos en el 2015.



En Alemania se destinan en promedio 111 euros por persona al consumo anual de alimentos y bebidas orgánicas, y es un hecho que, de los 10 principales países mostrados en la gráfica anterior, la mayoría pertenecen al continente europeo, esto claramente se debe a que una sólida base de consumidores tiene una consciencia ambiental cada vez más marcada, además de que al momento de destinar el gasto en la compra de alguna bebida o alimento su principal preocupación no es el precio de estos sino el cuidado de su salud como actualmente sucede con los consumidores orgánicos franceses.

El comportamiento del consumidor varía de entre regiones, así como entre países. En la mayoría de los países, la salud personal (preocupaciones acerca de la salud) es la razón más importante en las decisiones de compra. Por ejemplo, el 63% de los consumidores franceses compran o adquieren alimentos orgánicos por razones de salud personal, mientras que los consumidores alemanes lo hacen por cuestiones medioambientales, al consumir productos orgánicos contribuyen a disminuir la contaminación ambiental (preocupaciones acerca del medio ambiente). (FIBL I. , 2017)

Además, otro factor en el que los consumidores basan sus decisiones de compra es la certificación orgánica alemana, el "Bio-Siegel". Desde su introducción en 2001, la certificación ha cambiado el mercado orgánico radicalmente. Los consumidores pueden reconocer a simple vista (identificando dicha certificación por medio de un sello) si el producto ha sido producido y controlado según la legislación de la Unión Europea (UE) sobre la agricultura ecológica.

La certificación confirma, que por lo menos 95% de los ingredientes provienen de la agricultura orgánica. 72% de los consumidores alemanes reconocen el sello alemán, el "Bio-Siegel", según un estudio realizado en 2012 por la Universidad de Gotinga, el cual cubrió las siguientes certificaciones: el sello alemán de "Bio-Siegel", la certificación ecológica de la Unión Europea, Fairtrade, Neuland, Marine Stewardship Council (MSC) y tres certificaciones falsas no existentes. (Braun, 2015).

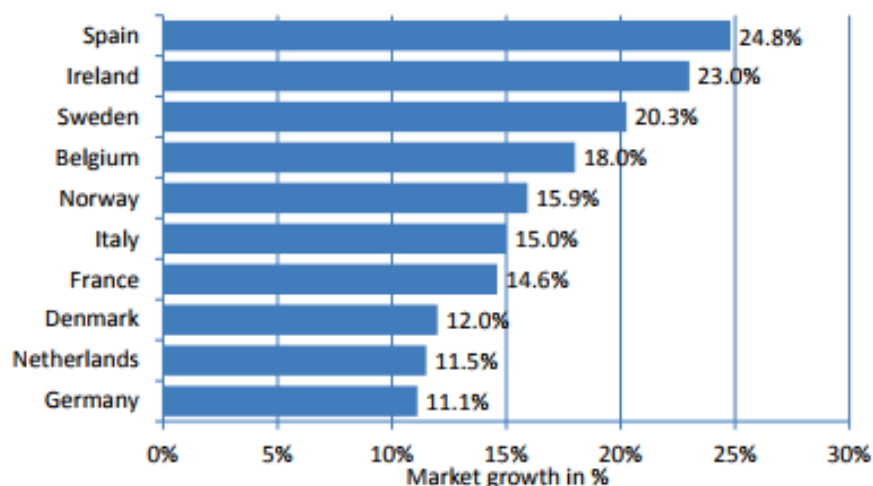
La certificación orgánica alemana es un tema que se tocará más adelante en la investigación por el carácter de trascendencia e importancia dentro del mercado orgánico alemán, ya que como se puede observar en la cita anterior, juega un papel fundamental en el poder de compra del consumidor orgánico alemán, así como también para el sector meramente comercial en el momento de querer exportar productos orgánicos al país alemán.

Se puede aseverar que el mercado orgánico alemán está viviendo un gran auge, reafirmando esto en el carácter internacional, es decir; posicionándose dentro de los principales países que producen y generan las mayores ventas de alimentos y bebidas orgánicas, que practican desde hace años la agricultura orgánica, y que experimenta una de las más grandes demandas del continente europeo.

En este sentido, Alemania que representa el mercado de alimentos orgánicos más grande en Europa, tuvo un crecimiento del 11 % en el 2015 denotando aún más que el país alemán está lejos de experimentar un estancamiento en el rubro, por un lado, los consumidores son cada vez más conscientes acerca del qué y porqué de lo que compran y por otro lado, cadenas de supermercados están cada vez más enfocados en ofrecer una variedad importante de productos orgánicos.

Para ejemplificar y comparar este importante crecimiento del 11% que tuvo Alemania en el año el 2015, se muestra la gráfica a continuación (Gráfica 17) la cual ilustra a los 10 países con el mayor crecimiento del mercado orgánico en el periodo 2014-2015.

Gráfica 17: Los 10 países con el mayor crecimiento del mercado orgánico en el periodo 2014-2015.



A pesar de que Alemania aparece detrás de estos 9 países mostrados en la gráfica, el 11% de crecimiento que registró el país es una cifra significativa, ya que para el 2016 registró también un crecimiento de aproximadamente 9.9% de lo que se puede concluir que no hay indicios de retrocesos o de alguna tendencia a la baja, al contrario Alemania está ubicada como

una potencia sin lugar a dudas en el ámbito internacional de productos orgánicos, una potencia que además, de manera anual experimenta avances y crecimientos en el rubro y que posee la más grande demanda de alimentos orgánicos en la Unión Europea y es el segundo, solo detrás de los Estados Unidos a nivel global.

3.3. La agricultura orgánica alemana

Alemania es la cuna de la agricultura orgánica o ecológica. En este país comenzó lo que fuese su antecesora más inmediata, la agricultura biodinámica, iniciado por Rudolf Steiner, en 1924. Hacia fines de la década de los 60' la agricultura orgánica constituyó una respuesta al impacto negativo de la industrialización agrícola sobre el medio ambiente. (Embajada, 2009).

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) el país alemán es el que cuenta con la tradición más larga de agricultura orgánica y comercialización de productos dietéticos. Los primeros negocios de la reforma (Reformhäuser) se inauguraron hace más de 100 años como parte de un movimiento de reforma alimentaria.

Hace alrededor de 25-30 años se fundaron los primeros almacenes de alimentos naturales, dedicándose principalmente a la venta de productos orgánicos, estos manifestaban una actitud crítica ante la sociedad industrial y ofrecían una alternativa al comercio de productos alimenticios convencionales. Al aumentar la producción agrícola orgánica experimentaron importantes tasas de crecimiento. Después de muchos años (a principios del decenio del noventa) los supermercados comenzaron a interesarse por el sector orgánico. (FAO)

Un hecho por demás interesante, es que el número de las granjas convencionales en Alemania sufrió una disminución entre el periodo de 1990 – 1999 de 648,803 a 429,000, lo que representa una disminución del 34%. (FAO). Esto debido principalmente a que la agricultura orgánica se fue difundiendo muy rápidamente en los últimos años, además de que la conciencia medioambiental fue tomando fuerza dentro de la cultura alemana.

En el año del 2015, se registraron 24,736 granjas alemanas en posesión de producción orgánica, en las cuales se cultivaron 1,088,838 hectáreas de tierra orgánica de acuerdo a la legislación de la UE que legisla a la agricultura ecológica en Europa. Estas representan el 8.7% del total de las granjas dedicadas a dicha producción, que cultivaron en porcentaje el 6.5% del área agrícola total.

Para un mejor análisis de los datos citados con anterioridad y para dimensionar que tan i en las tablas a continuación se puede observar tanto el desarrollo que ha tenido Alemania en el número de hectáreas orgánicas cultivadas y en el número de granjas destinadas a dicha producción orgánica.

Tabla 10: Desarrollo en tierras cultivadas de manera orgánica y su porcentaje correspondiente al total del área agrícola desde 1996.

Año	Área (hectáreas)	Porcentaje total de área agrícola
1996	354,171	2.1
1997	389,693	2.3
1998	416,518	2.4
1999	452,327	2.6
2000	546,023	3.2
2001	634,998	3.7

2002	696,978	4.1
2003	734,027	4.3
2004	767,891	4.5
2005	807,406	4.7
2006	825,538	4.9
2007	865,336	5.1
2008	907,786	5.4
2009	947,115	5.6
2010	990,702	5.9
2011	1,015,626	6.1
2012	1,034,355	6.2
2013	1,044,955	6.3
2014	1,047,633	6.3
2015	1,088,838	6.5

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en (Agriculture, 2017, pág. 11)

Tabla 11: Desarrollo en el número de granjas orgánicas y su porcentaje del número total de granjas desde 1996.

Año	Número de granjas	Porcentaje del total de granjas
1996	7,353	1.3
1997	8,184	1.5
1998	9,213	1.7
1999	10,425	2.2
2000	12,740	2.8
2001	14,702	3.3
2002	15,626	3.6
2003	16,476	3.9
2004	16,603	4.1
2005	17,020	4.2
2006	17,557	4.6
2007	18,703	5.0
2008	19,813	5.3
2009	21,047	5.7
2010	21,942	7.3
2011	22,506	7.5
2012	23,032	7.7
2013	23,271	8.2
2014	23,398	8.2
2015	24,736	8.7

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en (Agriculture, 2017, pág. 11)

Cabe mencionar que los gráficos citados, son excepcionales, ya que representan una base sólida en la que se puede afirmar que la agricultura orgánica alemana, junto con todo lo que

envuelve este rubro, muestra no solo una estabilidad a lo largo de los años, sino que un incremento significativo en el paso de los mismos.

Hay un hecho que no se puede dejar de lado y es que la mayoría de los campos o granjas como usualmente se le conocen en Alemania, están unidas a asociaciones, un factor clave para el éxito orgánico alemán, debido a que en dichas asociaciones se lidera, apoya, promociona y une al movimiento orgánico del país, además de que cuentan con el apoyo gubernamental, así como el de la Unión Europea, logrando así el desarrollo y crecimiento notable que se puede observar en las gráficas anteriores.

Además de las asociaciones de Bioland y Demeter (las asociaciones orgánicas más grandes y antiguas), también existen otras asociaciones como lo son Naturland, Biokreis, Bundesverband, Ökologischer Weinbau (Federación para la viticultura orgánica, ECOVIN), Gäa, Ecoland, Biopark, y el Verbund Ökohöfe, todas las antes citadas alemanas.

Por otro lado, representantes de asociaciones de agricultores orgánicos, procesadores de alimentos orgánicos y comercio orgánico fundaron el "Bund Ökologischer Lebensmittelwirtschaft" (BÖLW, Federación de la Industria de Alimentos Orgánicos) en 2002 como la organización madre de todo el sector orgánico.

La conjunción de estos factores representan de manera anual en Alemania un gran desarrollo en el área, por citar una muestra de ello, en el año del 2015 las tierras cultivables orgánicas representaron el 41% del área orgánica total, dicha expansión del área se debió principalmente a más pastizales orgánicos, que aumentaron en 35,000 ha a 600,000 ha, estas representaron el 55% del área orgánica total, en comparación, la agricultura convencional y su porción de pastizales fue de solo 28%, por lo que la agricultura orgánica continuará siendo una fuente importante de almacenamiento de pastizales. (BOWL, 2017)

3.4. Políticas de gobierno y sistemas de apoyo a la agricultura orgánica

Las políticas de gobierno y los sistemas de apoyo a la agricultura orgánica tienen sin duda una implicancia directa en el reciente "boom orgánico alemán". Para esto es importante visualizar los motivos por los cuales existe tal apoyo a aquellos productores dedicados al cultivo de alimentos orgánicos, incluso para aquellos que se encuentran aún dedicados a la agricultura convencional.

Algunos de los motivos de apoyo están encausados a promover la producción de productos orgánicos ya que dicha producción es muy ecológica y conserva los recursos de manera sostenible, es decir, la agricultura orgánica hace una contribución significativa al cambio climático, así como a la conservación y mejora de la biodiversidad, además de que conserva y genera empleos en áreas rurales.

Lo anterior está directamente relacionada debido a que la práctica de la agricultura orgánica requiere un mayor esfuerzo de gestión y una mayor intensidad de mano de obra para fines de procesamiento, es por eso que los productos orgánicos son más caros que los alimentos convencionales. Dentro de otro motivo al apoyo de la agricultura orgánica está la dificultad que representa para las granjas convencionales hacer la transición a la agricultura orgánica, ya que pueden no comercializar los productos como productos bio hasta un periodo de conversión. Además, las granjas orgánicas nuevas, frecuentemente tienen que encontrar nuevos canales de comercialización para sus productos.

Por lo tanto, Alemania ha promovido la introducción de la agricultura orgánica con fondos públicos desde 1989. Hasta el 1992, la agricultura orgánica había sido promovida por una variante de esquema de intensificación de la Unión Europea, la cual prohibía el uso de

fertilizantes y pesticidas químicos producidos sintéticamente en toda la granja. Además, la cría de animales debía cumplir con las reglas básicas de la agricultura orgánica.

Desde 1994, la introducción y el mantenimiento de la agricultura ecológica se han apoyado en los programas “Länder” (estado en alemán) para el desarrollo rural (PDR). Esta ayuda se basa actualmente en el Reglamento de la Unión Europea No 1205/2013 del Parlamento Europeo y el consejo del 17 de diciembre sobre apoyo al desarrollo rural por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER).

Cabe también mencionar que las asociaciones alemanas de agricultura ecológica son más estrictas que las establecidas en la legislación de la UE gobernando la agricultura orgánica. Por ejemplo, de conformidad con la legislación de la UE que rige la agricultura ecológica, un área puede en determinadas circunstancias convertirse parcialmente a la agricultura orgánica, mientras que las asociaciones de agricultura orgánica siempre prescriben la total conversión de un área. En Alemania, la conversión de toda el área es un requisito previo para el apoyo de fondos públicos. (Agriculture, 2017)

Por lo tanto, los fondos nacionales son cofinanciados a una tasa de 60 :40 por el Gobierno Federal y los Länder. El monto máximo de cotización de la Unión Europea es del 75% del gasto público subvencionable (el 85% en las regiones menos desarrolladas y en las regiones ultra periféricas). (Agriculture, 2017). La cita anterior es clara y evidencia que existe un presupuesto que involucra tanto a la Unión Europea como al Gobierno Federal y a los estados. Por lo tanto, la introducción y el mantenimiento de la agricultura orgánica se financia con fondos públicos de estos 3 entes.

El apoyo bajo las pautas de promociones mencionadas anteriormente está estructurado de la siguiente manera:

Tabla 12 : Promoción de métodos de agricultura orgánica en comparación 2013-2015

Tipo de cultivo	Introducción Pagos por ha 2013	Introducción Pagos por ha 2015	Mantenimiento Pagos por ha 2013	Mantenimiento Pagos por ha 2015
Vegetales en crecimiento	480 Euros	590 Euros (+23%)	300 Euros	360 Euros (+20%)
Tierra cultivable	210 Euros	250 Euros (+19%)	170 Euros	210 Euros (+24%)
Pastizales	210 Euros	250 Euros (+19%)	170 Euros	210 Euros (+24%)
Tierras permanente cultivo	900 Euros	950 Euros (+6%)	720 Euros	750 Euros (+4%)

Fuente: (Agriculture, 2017)

Es importante señalar que, conforme a la legislación de la UE, los pagos se otorgan para compensar a los agricultores por la totalidad o parte de los costos adicionales y los ingresos perdidos relacionados con requisitos especiales de gestión, permitiendo así a los agricultores sopesar los costos que representa la introducción de la agricultura orgánica en sus granjas o la conversión de las mismas.

Además, a partir de 2015, las tasas de ayuda, como bien se puede identificar en la tabla, ascienden a 250 € por hectárea de tierra cultivable y pastizales para granjas dedicadas a la agricultura ecológica y 210 € por hectárea para granjas que mantienen la agricultura ecológica.

Esto corresponde a un aumento del 19% (introducción) y del 24% (mantenimiento) en comparación con 2013. Las granjas que participan en el procedimiento de control en virtud de la legislación comunitaria sobre agricultura ecológica pueden recibir 50 euros adicionales por hectárea, hasta un máximo de 600 € por granja. Los Länder pueden aumentar o reducir las cantidades hasta en un 30%. (Agriculture, 2017)

Por último, recalcar la importancia de la GAK (Ley de Tarea Conjunta para la Mejora de la Estructura Agrícola y la Protección Costera) que además de otorgar dichos apoyos para la introducción y mantenimiento de la agricultura orgánica, también promueve la mejora del procesamiento y la comercialización de productos de calidad, incluidos los productos agrícolas producidos orgánicamente. El apoyo cubre las siguientes medidas: fundamentación y medidas adoptadas por grupos de productores, inversiones para el procesamiento y comercialización de productos agrícolas.

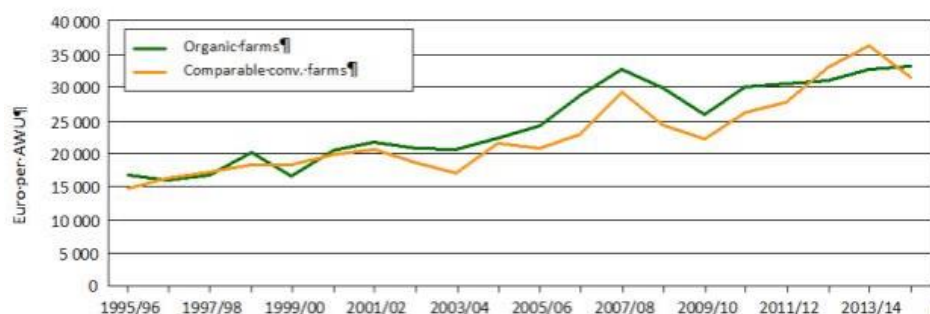
3.5. Principales regiones productoras

Es un hecho que la agricultura orgánica en Europa y específicamente en Alemania está en auge. Desde el 2015 el consumo orgánico europeo se estima en 28,300 millones de euros de los cuales el 70% se concentra en Alemania, Francia, Italia y Reino Unido. Además de que el mercado orgánico alemán se ha cuadruplicado en 15 años, alcanzando 8.62 mil millones de euros en ventas en 2015, es decir, el 5 % de todos los alimentos consumidos en el país. (LETIS, 2017)

Pese a esto, el consumo orgánico está creciendo más rápido que la producción, por lo que el campo orgánico alemán tiene una tarea por demás complicada para el abastecimiento de la población. En el año del 2015 se registró un total de 24,736 granjas dedicadas a la agricultura orgánica y de acuerdo con estadísticas del Thünen Institute (Instituto de investigación alemán) las granjas dedicadas a la producción orgánica obtuvieron en promedio, ganancias de €33,222 más los costos laborales por unidad de trabajo por hombre (MWU) en la campaña de comercialización 2014/15 en comparación con el año anterior, esto corresponde a un aumento del 2%.

Mientras que las granjas convencionales obtuvieron, en promedio, ganancias de €31.533 más los costos laborales por unidad de trabajo por hombre MWU en la misma campaña de comercialización. Por lo tanto, el ingreso promedio de las granjas de prueba orgánica excedió el ingreso de las granjas convencionales en alrededor de EUR 1,700 o 5%. A continuación, la gráfica (Gráfica 18) que muestra las ganancias comparadas entre granjas dedicadas a la producción orgánica y granjas dedicadas a la producción convencional.

Gráfica 18: Desarrollo de ganancias más costos de mano de obra por MWU en granjas orgánicas y en granjas convencionales comparables en Alemania.



Después de la reunificación de Alemania en 1990, la agricultura orgánica también se propagó rápidamente en la ex República Democrática Alemana (RDA) en la que antes estaba prohibida. A pesar de esto, un número muy pequeño de granjas había practicado métodos de

agricultura orgánica, y actualmente los agricultores están pasando a dicha modalidad especialmente en las regiones agrícolas con suelos deficientes (clasificados como zonas desfavorecidas).

Aproximadamente el 80 por ciento de todas las granjas orgánicas de Alemania son miembros de una de las nueve organizaciones alemanas de productores orgánicos. AGÖL (Arbeitsgemeinschaft Ökologischer Landbau) es la organización que agrupa algunas de las asociaciones de productores. La mayoría de las granjas orgánicas están ubicadas en los estados federales ((Länder) de Baden-Württemberg y Baviera en el sur de Alemania, según la tendencia que se desarrolló después de la segunda guerra mundial.

Es decir, las principales regiones productoras de Alemania están ubicadas al sur del país. A continuación, un cuadro con el desglose de los Estados Federados de Alemania que se encuentran en la práctica de agricultura orgánica.

Tabla 13: Principales regiones productoras desglosadas por Estados Federados.

Estados Federados	Superficies Cultivada en Ha	Porcentaje de cultivo ecológico	Número de establecimientos.
Baden Württemberg	89,012	6.2	5,042
Baviera	148,850	4.6	5,042
Berlín	158	-	10
Brandenburgo	127,957	9.6	618
Bremen	319	-	9
Hamburgo	925	-	28
Hesse	59,146	7.6	1,457
Mecklenburgo Pomerania Occidental	116,506	8.5	662
Baja Sajonia	66,597	2.5	1,169
Renania del Norte Westfalia	54,515	3.6	1,530
RenaniaPalatinado	21,290	3.0	593
Sarre	7,294	9.5	99
Sajonia	25,053	2.8	293
Sajonia-Anhalt	44,295	3.8	288
SchleswigHolstein	32,003	3..2	467
Turingia	31,618	4.0	250

Fuente: (Main, 2008)

Cómo se observa, los estados con el mayor número de establecimientos orgánicos se ubican al sur de Alemania, siendo Baviera, Baden Württemberg y Hesse los estados federados con mayor importancia en cuanto al número de establecimientos orgánicos en el país.

3.6. Productos principales

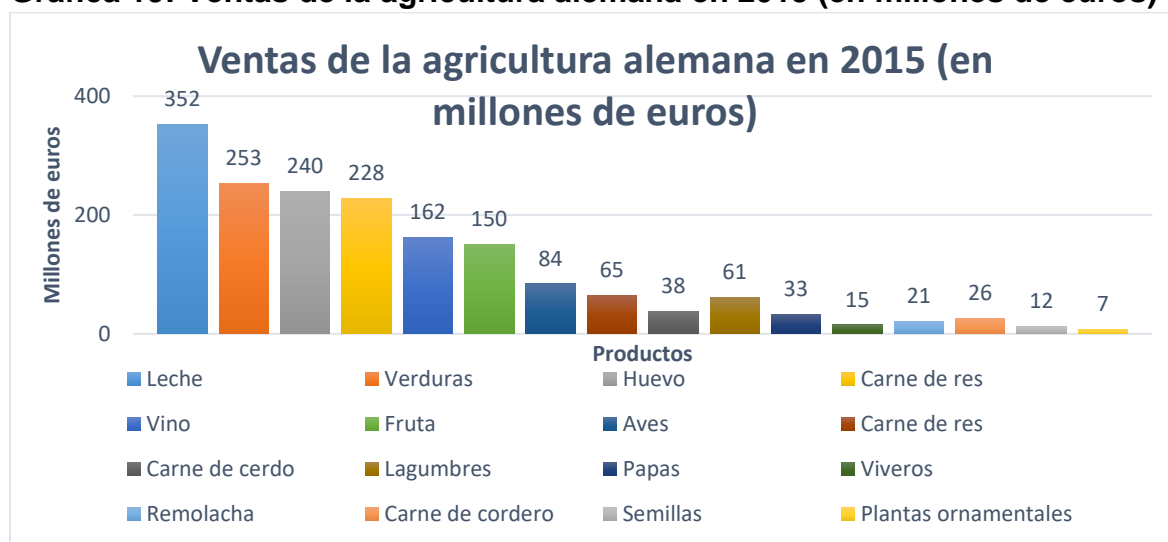
De acuerdo con la Federación de la Industria de Comida Orgánica Alemana (BOELW) en 2015, los agricultores orgánicos alemanes volvieron a tener un poco más de tierras de cultivo, pero sobre todo más pastizales en producción. Por ejemplo, el área de grano se expandió casi

un 13% después de un ligero descenso en el año anterior, mientras que las áreas de leguminosas orgánicas crecieron, la producción de carne orgánica se expandió en un 12% y los biocerdos domésticos fueron muy escasos.

Por otro lado, el número de gallinas orgánicas se incrementó nuevamente en 2015, con un total de 4.4 millones de gallinas de huevos orgánicos en Alemania. Por lo tanto, alrededor del 10% de los huevos producidos en Alemania provienen de gallinas orgánicas. Otro sector cuya producción podría ir en aumento es el de la carne de aves debido a las existencias más pequeñas de pavo orgánico, pero no tan fuerte como el año anterior, según el reporte la Federación de la Industria de Comida Orgánica Alemana (BOWL, 2017).

Es importante tener en cuenta hacia dónde está yendo la producción orgánica en Alemania, para entonces entender después el comportamiento de las ventas y así deducir cuáles están siendo los principales productos tanto en producción como en preferencia de los consumidores. Por ejemplo, en 2016, las ventas de los agricultores orgánicos aumentaron en casi un 10% a 1.810 millones de euros, y esto no precisamente se debió a un aumento en el consumo, sino al aumento en el precio de los vegetales y a que el cultivo de hortalizas orgánicas ha sufrido un constante desarrollo, un ejemplo de ello es que en el 2015 creció un 9.4%. A continuación, una gráfica (Gráfica 19) que muestra las ventas de la agricultura orgánica alemana en 2015 en millones de euros y que permite analizar cuáles fueron los principales productos durante el año citado.

Gráfica 19: Ventas de la agricultura alemana en 2015 (en millones de euros)



Fuente: (BOWL, 2017).

Como se puede observar en la gráfica anterior, la leche orgánica es el producto que más generó ventas en el año del 2015 con 352 millones de euros, seguido de las verduras orgánicas con 253 millones de euros, el huevo, la carne de res, el vino y las frutas orgánicas registraron también la preferencia de los consumidores orgánicos alemanes. Es esencial distinguir cuales son las verduras y frutas más vendidas e importantes en Alemania, según el estudio de Mercado “Horti-Fruticultura Orgánica en Alemania” cita como las verduras básicas más vendidas a las papas, cebollas, zanahorias y coles, a su vez los tomates, el zucchini, pepinos, coliflor, brócoli y lechuga como las verduras de especialidad más importantes.

Mientras que las frutas vendidas más importantes son: las manzanas, el kiwi, el aguacate, el plátano y los limones cuyo surtido comprende la duración de todo el año debido que su procedencia es de diferentes regiones productoras de todo el mundo. Por otro lado, están las estacionales, que son las naranjas, peras, duraznos, pasas, fresas, cerezas y ciruelas. Los

plátanos y los cocos representan las frutas tropicales más importantes junto con los mangos y las piñas en su carácter de estacionales.

Además, las manzanas y los plátanos son las frutas de mayor consumo (en el sector convencional y orgánico), seguidos por las naranjas. El mercado total de bananas orgánicas en Alemania puede estimarse en torno a las 10.000 toneladas por año. Se estima que el consumo de manzanas orgánicas es de alrededor de 13.000 toneladas, de las cuales se importan 3.000 toneladas. Las verduras más importantes son las papas, seguidas por las zanahorias, la remolacha colorada y las cebollas (por cantidad). (Main, 2008)

A continuación, una tabla (tabla 14) que muestra algunas de las principales verduras junto con la cantidad en toneladas de cada una de ellas.

Tabla 14: Cantidad vendida de verduras principales en toneladas.

Verdura	Toneladas
Papas	Alrededor de 75,000 toneladas
Zanahorias	Alrededor de 35,000 toneladas
Remolachas	Alrededor de 18,000 toneladas
Cebollas	Alrededor de 10,000 toneladas
Repollos	Alrededor de 10,000 toneladas

(Main, 2008)

Sin dejar de lado que las frutas comercializadas más importantes en Alemania son los plátanos, con un volumen de mercado de aproximadamente 10.000 toneladas. Los mangos, las piñas y las papayas representan cada uno aproximadamente una décima parte de esta cantidad. (Main, 2008)

3.7. Puntos de venta de frutas y verduras orgánicas

En Alemania, en comparación con otros países en vías de desarrollo del mercado de alimentos orgánicos, los consumidores orgánicos tienen cada vez más establecimientos en dónde puede satisfacer sus necesidades de compra. Cada vez más las cadenas mayoristas y minoristas se interesan en adquirir este tipo de productos debido a la alta demanda que está experimentando el país.

La venta de frutas y verduras orgánicas se venden principalmente a través de los siguientes canales, enumerados a continuación por orden de importancia.

Tabla 15: Puntos de venta de frutas y verduras orgánicas

Puntos de venta	Porcentaje
Negocios de alimentos naturales	35% del mercado orgánico total
Supermercados	24% del mercado orgánico total
Ventas en granjas, puestos de mercado y envíos a domicilio	20% del mercado orgánico total

(ALIMENTARIUS, FAO, 2005)

Estos tres puntos de ventas citados en la tabla anterior, acumulan el 79% del total de las ventas de los productos orgánicos en dichos establecimientos, mientras que el 21% restante del mercado orgánico total se comercializa a través de otros puntos de venta como las panaderías, carnicerías, etc. Hay que destacar que las ventas de frutas y verduras orgánicas en negocios de alimentos naturales y supermercados constituyen alrededor del 18 por ciento de todos los productos orgánicos, siendo estas una de las principales fuentes de ingreso en negocios de alimentos naturales y supermercados.

El mismo comportamiento se suscita en las granjas, en los puestos del mercado y a domicilio ya que principalmente la venta de frutas y verduras orgánicas es la que presenta mayor dinamismo. Por otro lado, a pesar de que en Alemania conviven mercados mayoristas y grandes cadenas de supermercados (como Metro, Edeka y Rewe), estas últimas son las que se llevan el mayor peso de la distribución. No obstante, los mercados mayoristas siguen teniendo una importancia relativa en el país y han logrado estabilizarse tras algunos años en que los volúmenes de ventas descendieron según (Main, 2008). Pero los supermercados de descuento son, sin lugar a dudas, los de más conveniencia para los consumidores alemanes, sobre todo, es Aldi quien marca los precios de frutas y hortalizas a principios de semana, por lo que las otras cadenas pactan su precio dependiendo del líder de mercado de descuento, Aldi.

Normalmente las prácticas comerciales de estos supermercados de descuento hacen que algunos productos sean más económicos y es que precisamente el "hard discount" o descuento duro en español, es una política constante de precios bajos de la que mercados mayoristas forman parte en su gran mayoría, sin embargo, esto no significa necesariamente que estos productos sean de menor calidad, al contrario Alemania se caracteriza por ofrecer productos de muy alta calidad independientemente de su precio. La oferta está concentrada en ocho grupos principales dedicados en conjunto tanto al comercio mayorista como minorista.



Fuente: Elaboración propia en base a información obtenida de (Main, 2008)

Uno más es Tengelmann, conformado por las empresas Kaiser's y Tengelmann y el supermercado de descuento Plus. Para esto, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura hace una descripción del sistema de distribución de las frutas y verduras orgánica, el cual se cita a continuación.

3.7.1. Los negocios de alimentos naturales

En Alemania, hay alrededor de 2 000 negocios de alimentos naturales que presentan una amplia gama de productos orgánicos certificados. Normalmente, son los que ofrecen el surtido mayor de frutas y verduras orgánicas en el comercio. La mayoría de los productos alemanes se entrega a los negocios en cajas recuperables y se venden sueltos. Muchos de los negocios de alimentos naturales todavía no poseen vitrinas para la exposición de productos congelados, de tal manera que muchas veces las verduras no parecen tan frescas como tal vez lo sean. Pero esta situación está mejorando constantemente. Las ventas totales en los negocios de alimentos naturales están aumentando alrededor de un 10 por ciento anual.

3.7.2. Los supermercados

La mayoría de las cadenas de supermercados venden productos alimenticios orgánicos. Con respecto a las verduras y frutas, suelen concentrarse en los productos básicos, como las papas, zanahorias, cebollas, manzanas, bananos y kiwi. Con objeto de distinguir los productos orgánicos de los convencionales, suelen venderse preenvasados o etiquetados con la etiqueta orgánica propia del supermercado. Se considera que los supermercados tienen un gran potencial para los productos orgánicos, especialmente si amplían su surtido y asignan a las frutas y verduras un espacio mayor.

Hay algunas cadenas de supermercados que venden frutas y verduras orgánicas, como Rewe, Edeka, Tengelmann y Tegut. Rewe es el distribuidor de productos orgánicos más importante de Alemania con un volumen de ventas, según las fuentes comerciales, de 3 millones de marcos alemanes, y se considera que es el mayor minorista de frutas y verduras orgánicas frescas. Rewe vende 200 productos orgánicos diferentes. Sus principales productos frescos son papas, cebollas, limones y zanahorias. En el surtido tiene bananos de la República Dominicana. Las verduras más vendidas por Edeka son las papas y las zanahorias.

Tegut es una cadena de supermercados más pequeña con base en Fulda. En general, posee el surtido de productos orgánicos más grande (alrededor de mil), más fresco y mejor presentado. Vende hasta 70 frutas y verduras. En algunos puntos de venta los productos orgánicos representan el 15-30 por ciento de las ventas totales de frutas y verduras.

3.7.3. Negocios en las granjas, puestos de mercado y a domicilio

A los consumidores les gusta visitar los negocios de las granjas ya que quieren comprar directamente del productor y tener así un grado mayor de seguridad sobre el origen orgánico del producto (aunque pareciera que la mayor parte de los productos vendidos en los negocios de las granjas son comprados a los mayoristas y no son de producción propia). El surtido comprende principalmente productos frescos, es decir frutas, verduras, productos lácteos, cereales, pan y productos de panadería. Muy frecuentemente son los principales clientes de los mayoristas, en lo que concierne a las verduras y frutas.

Con mucha frecuencia los negocios agrícolas tienen también puestos en los mercados locales. Algunos de ellos han comenzado a trabajar con el sistema de suscripciones, lo que significa que los consumidores reciben a domicilio cajas de verduras mezcladas y frutas de estación o cajas con un surtido completo. Esto resulta práctico para las personas que no tienen tiempo para hacer las compras o para comprar directamente al agricultor orgánico que suele estar muy distante. Se considera que también las ventas a domicilio tienen un gran potencial en Alemania, con un coeficiente de crecimiento considerable (30-40 por ciento por año), según fuentes comerciales.

Además de los anteriores, existen otros sistemas de distribución de frutas y verduras orgánicas, con menos presencia, pero no por eso de menos importancia como lo es el servicio de comidas (catering) en donde se venden también frutas y verduras frescas a las empresas de servicio de comidas. Todavía no es algo muy común, pero está aumentando. Otro sistema es por medio de internet, algunas empresas como UnitednatureX (actualmente la más grande en este sector) han comenzado a comercializar productos orgánicos a través de internet, venden también productos frescos. Los productos encargados se entregan a domicilio, como en los sistemas de suscripción. Tratándose de un comercio nuevo y en crecimiento.

3.8. Comportamiento de las ventas

El comportamiento de las ventas orgánicas en Alemania ha presentado un dinamismo importante en los últimos años, el año del 2016 no fue la excepción. El mercado orgánico alemán creció casi un 10%, en el mismo año los alemanes compraron alimentos y bebidas ecológicas por 9.480 millones de euros, lo que arrojó un 9,9% más de ganancia de productos orgánicos comparado con el 2015. En particular, los minoristas de productos alimenticios por sus siglas en alemán (LEH) impulsaron las ventas con mayores rangos. El comercio de alimentos orgánicos creció con fuerza, aunque más moderado que en años anteriores. (BOWL, 2017)

Según el reporte alemán “Die Bio Branche 2017” publicado cada año por la Asociación más importante de productores, procesadores y comerciantes de alimentos orgánicos en Alemania Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft por sus siglas en Alemán (BOLW), el comercio minorista logró ventas orgánicas totales de 5,45 mil millones de euros un porcentaje del 14.6% a su vez, la participación de estos últimos, alcanzó el 58% del mercado orgánico total, mientras que la facturación de alimentos en el comercio de alimentos orgánicos creció en un importante 5% a 2,850 millones de euros y alcanzó una cuota de mercado del 30%.

Para ejemplificar el volumen de negocios y ventas de alimentos orgánicos en Alemania, se muestra a continuación una tabla que comprende el periodo 2014-2016.

Tabla 16: Volumen de negocios y ventas de alimentos orgánicos en Alemania 2014-2016

	2014			2015			2016		
	Ingresos (millones de euros)	%	Crecimiento	Ingresos (millones de euros)	%	Crecimiento	Ingresos (millones de euros)	%	Crecimiento
Tiendas de alimentos orgánicos	2.47	32	9.0%	2.71	31%	10%	2.85	30%	5.0%
Comercios minoristas	4.21	54%	3.6%	4.76	55%	13.2%	5.45	58%	14.6%
Otros	1.09	14%	-0,06	1.15	13%	5.6%	1,18	12%	2.2%
Total	7.76		4.6%	8.62		11.1%	9.48		9.9%

Fuente: (BOWL, 2017)

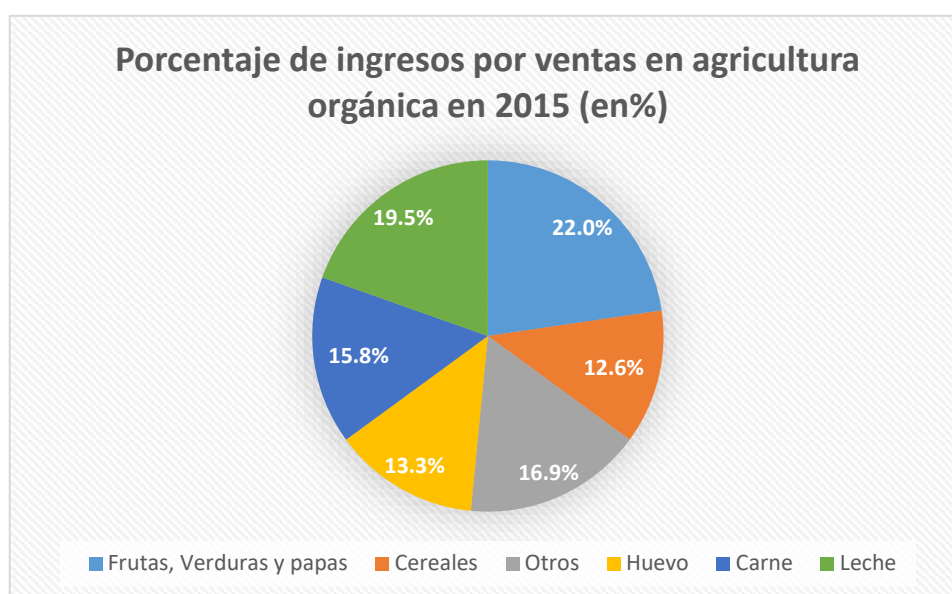
Señalar que las tiendas de alimentos orgánicos incluyen las granjas que compran productos con un valor mínimo de 50,000 euros incluidos los mayoristas. Mientras que los comercios

minoristas incluyen las farmacias y “otros” incluye panaderías, carnicerías, fruterías, mercados semanales y pedidos por correo.

La tabla arroja un crecimiento impresionante y contundente de los comercios minoristas en cuanto al volumen de negocios y las ventas de alimentos orgánicos en sus establecimientos por lo que pasaron de tener un 3.6% en 2014 a 14.6% en 2016, es decir, cuadruplicaron su crecimiento en tan solo dos años, aunado a esto, los ingresos en sus ventas registraron un aumento tanto en 2015 como en 2016 respectivamente, por lo que los comercios minoristas desplazan a las tiendas de alimentos orgánicos, especialistas en la venta específica de alimentos bio, no obstante, estas últimas representan más que solo un volumen de negocios y ventas de alimentos orgánicos, representan una necesidad en cuánto a la demanda así como una cultura al consumo de productos ecológicos entre la población alemana.

En el gráfico a continuación (Gráfica 20), se muestra el porcentaje en ventas de la agricultura orgánica que se registró en el año del 2015

Gráfica 20: Porcentaje de ingresos por ventas en agricultura orgánica 2015



Fuente: (BOWL, 2017)

En relación al gráfico, las ventas de las frutas, verduras y papas orgánicas se registró un beneficio en la venta de las mismas debido a el compromiso de muchas cadenas minoristas, las cuales ampliaron su gama de productos, por otro lado, esto se debió a un suministro débil relacionado con el clima, lo que provocó la alza en los precios y por lo tanto un aumento en las ventas. (BOWL, 2017)

3.9. Problemática de abastecimiento; oportunidad de negocio

El boom orgánico en Alemania es una realidad que, incluso rebaza y a la vez sorprende en los niveles de crecimiento que experimenta de manera anual como se pudo observar en capítulos anteriores. Cada vez más alemanes compran alimentos orgánicos, cada vez más los comercios minoristas, así como los mayoristas buscan ampliar la gama de productos orgánicos en su oferta, cada vez más aumenta el país en índices de producción agrícola orgánica, sector que registra números importantes en cuanto a su crecimiento.

Un dato que nos ayuda a dimensionar que tan importante se ha convertido el sector bio en este país, es que Alemania cuenta con la mayor demanda de productos orgánicos en Europa, sin embargo, la misma demanda de productos orgánicos representa ya un problema de abastecimiento debido a que sigue creciendo más rápido que la oferta. Aunque el número de las empresas orgánicas y de las superficies también crece, la oferta nacional no es suficiente para el abastecimiento del mercado. Por eso Alemania, como muchos otros países europeos, depende de las importaciones.

De hecho, aproximadamente 10% de los huevos orgánicos y la mitad de las manzanas provienen del extranjero, según los datos de la Compañía de Información del Mercado Agrícola (AMI). Por lo tanto, los agricultores orgánicos alemanes tienen que luchar contra esto o cambiar sus estrategias para sobrevivir las importaciones masivas. Otro problema relacionado con las importaciones orgánicas son los sistemas de control divergentes de los países exportadores. Por ejemplo, en Alemania existe una obligación más estricta en cuanto a la documentación y el seguimiento que en otros países.

En Alemania pues, la demanda de productos orgánicos es mucho mayor que su producción nacional, según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (FAO) la proporción mayor de las importaciones en comparación con el mercado interno corresponde a las frutas, estimadas en un 56 por ciento, seguidas de las semillas oleaginosas (50 por ciento), las verduras y el vino (36 por ciento), la carne de ave (20 por ciento) y los cereales (10 por ciento). Por otro lado, se importan pocos productos cárnicos y lácteos, en el caso de los cereales, los huevos, la carne de ave y muchas verduras, Alemania compra principalmente a sus países vecinos.

Y es que, dicha problemática se debe no solo a un factor, sino a una serie de ellos, hay que destacar que los costos que representa el paso a la agricultura orgánica, además del volumen de trabajo que implica, no compensan totalmente con las apoyos a los agricultores por parte del gobierno alemán y/o de la Unión Europea y que las granjas convencionales especialmente intensivas, cuyos costos de transformación son más altos, muchas veces no se sienten atraídas por los programas.

Por otro lado, el número de las empresas orgánicas creció un 2.9% a 23,950 en 2015, lo que corresponde a una cuota de 8,4% de la agricultura total. Sin embargo, ni el desarrollo de las empresas ni las superficies siguen al ritmo del aumento de la demanda por lo que la oferta nacional ya no es suficiente para el abastecimiento del mercado. Así los agricultores extranjeros se benefician del boom orgánico alemán y al mismo tiempo muchos agricultores alemanes quiebran ya que los costos de producción orgánica aumentan más que los costos de la producción normal. Por ejemplo, las instalaciones del biogás generan ingresos más elevados debido a la ayuda estatal para el cultivo de plantas energéticas. Como resultado, cada año, aproximadamente, 600 agricultores orgánicos abandonan su negocio o se cambian a la agricultura convencional. (Braun, 2015)

En el mismo tenor, otro factor clave e influyente es sin duda el factor climático para los agricultores alemanes, actualmente no hay ningún producto nacional que pueda ofrecerse durante todo el año, incluso las manzanas tienen que importarse en pequeñas cantidades en el otoño para cubrir la inmensa demanda de esa fruta por lo que Alemania se ve obligado a importar para entonces satisfacer la demanda de los consumidores, por ejemplo el 45% por ciento de todas las frutas y verduras vendidas en Alemania se importa y es que las condiciones climáticas con las que cuenta el campo alemán no son las ideales para producir durante todo el año y a su vez cubrir con la demanda que cada vez es más amplia y exigente.

Si bien es cierto que los principales socios comerciales en cuanto a exportación de frutas y verduras orgánicas en Alemania son países miembros de la Unión Europea, también es cierto que países como Argentina, Brasil y México cada vez tienen más implicancia en los números

de las importaciones por parte del país alemán. El fuerte movimiento orgánico que vive el país, aunado con su alta demanda y la problemática de abastecer al mercado local representa una oportunidad de negocio para todos aquellos agricultores extranjeros que busquen posicionar su cultivo en el país con la más alta demanda de alimentos orgánicos en territorio europeo.

3.10. Importaciones de frutas y verduras orgánicas

Según la FAO, los principales países que proveen frutas y verduras orgánicas a Alemania son España, Francia e Italia, mientras que las importaciones de otros países son menos importantes:

- España: cítricos, paltas, tomates, calabacines, verduras de primavera, como zanahorias, cebollas, papas, etc.
- Italia: cítricos, manzanas, pasas, tomates, calabacines, papas de primavera y verduras.
- Francia: verduras, como coliflor, brécol, ensaladas, cebollas, hierbas, ajo, etc. y frutas, como cítricos, nectarinas, pasas, peras, etc.
- Países Bajos: tomates, pepinos, ensaladas, achicoria, hongos, coles y manzanas;
- República Dominicana: bananos, mangos y cocos.
- Israel: cítricos, paltas, toda clase de verduras de primavera (papas, cebollas, zanahorias, etc.), tomates y una gama de frutas y verduras.
- Nueva Zelanda: kiwi y manzanas.

Las frutas orgánicas más importantes comercializadas en Alemania son los plátanos, con un volumen de mercado de aproximadamente 10 000 toneladas. Los mangos, las piñas y las papayas representan cada uno sólo alrededor de una décima parte de esta cantidad. Los plátanos provienen ahora principalmente de la República Dominicana ya que antes, el proveedor principal eran las Islas Canarias (España), que ahora vende su producción a España Continental, esto también se debió a que los plátanos de las Islas Canarias son más caros que los de la República Dominicana, debido a los mayores costos de la mano de obra, según la FAO.

Por otro lado, las piñas y papayas frescas provienen de Camerún, Guinea y Ghana. La evolución del mercado de las piñas en el futuro dependerá principalmente de la decisión que adopte la CE respecto del uso del etileno. Si mantiene su prohibición, la oferta de piñas orgánicas será muy reducida, Los mangos provienen de la República Dominicana, Brasil, Camerún, Guinea e Israel, estos según la FAO, podrían venderse en cantidades mucho mayores si los hubiera todo el año ya que el consumidor alemán prefiere comprar las variedades de mangos grandes (de calibre 8-14), y los más pequeños que suelen producirse en los países en desarrollo no son aceptados en el mercado.

3.10.1. Tabla; reseña de las frutas y verduras orgánicas más importadas por origen

Tabla 17: Reseña de las frutas y verduras orgánicas más importadas por origen

Producto	País de origen	Toneladas Aproximadas
Frutas	República Dominicana, Colombia	10,000 toneladas
Plátano	Argentina, Nueva Zelanda	3,000 toneladas
Manzana	Israel, Camerún, Guinea	1,000 toneladas

Mango	Camerún, Guinea, Ghana	Potencial aprox. 1,000 toneladas
Piña	Camerún, Guinea, Ghana	5,000 toneladas
Papaya	Nueva Zelanda, Italia	n.d
Kiwi	Italia, España, Grecia, Argentina	10,000 a 15,000 toneladas
Cítricos	España, Israel, Sudáfrica	n.d
Aguacate		
Verduras		
Cebolla	Holanda, España, Argentina, Israel	2,000 toneladas
Zanahoria	Alemania, Israel, Italia, España	7,000 toneladas
Papa	Alemania, Egipto, España, Israel	Importaciones relativamente bajas
Tomate	Alemania, Holanda, Italia, Francia, España, Israel	Tomates alemanes sólo en los meses de verano, importados en alrededor del 80-90%
Pepino	Alemania, Holanda, Bélgica, España, Marruecos	Misma situación que para los tomates
Ejotes	Francia, Italia, Marruecos, Egipto	Algunos cientos de toneladas

Fuente: (FAO)

Todas estas frutas y verduras se comercializan ya sea por medio de comercios mayoristas, minoristas, o en tiendas especializadas en las ventas de productos orgánicos, hoy en día la adquisición de dichos productos se ha tornado relativamente fácil ya que anualmente la gama de los mismos en comercios convencionales tanto especializados se ha incrementado. Actualmente, Alemania está experimentando un punto de venta relativamente nuevo, el comercio en línea de alimentos orgánicos, el cual se abordará en el siguiente capítulo.

3.11. Comercio en línea; alimentos orgánicos con un solo clic

Hoy en día, el comercio de alimentos en línea está creciendo, esto se debe a un cambio en las necesidades del consumidor, así como también a la incidencia que tiene el internet en la facilidad de compra del consumidor actual. En Alemania esta tendencia está lejos de desaparecer, aunque es verdad que los clientes alemanes principalmente compran alimentos en tiendas locales, la venta minorista de alimentos en Internet está creciendo y tomando fuerza, registrando tasas de crecimiento que comprenden dos dígitos.

Siguiendo el desarrollo general en el sector alimentario, la cantidad de ofertas de alimentos orgánicos en Internet está creciendo, no solo en el campo de las cajas orgánicas clásicas, sino también en los minoristas convencionales, los minoristas de alimentos orgánicos y los proveedores especializados en línea. El 4% de todos los clientes alemanes declaran que también ofrecen alimentos orgánicos en línea. (BOWL, 2017)

Según el reporte alemán "Die Bio Branche 2017" la proporción de ventas de alimentos en línea en 1.2% es bastante baja, pero tiene un gran impulso de desarrollo. Las ventas minoristas de

alimentos en línea crecieron un 19% en 2015, y se registró un enorme crecimiento del 35.6% en los primeros tres trimestres de 2016.

Debido al posicionamiento de los alimentos orgánicos en comercios minoristas, mayoristas y tiendas especializadas, Alemania registra un porcentaje menor de crecimiento en cuanto a ventas de alimentos en línea respecto a otros países como por ejemplo Francia, en donde el 3% de todos los alimentos son comprados en línea, en Inglaterra el porcentaje es del 6% mientras que Corea del Sur registra el porcentaje más alto con un 13%, cabe mencionar que estos tres países no cuentan con el volumen de comercios minoristas, mayoristas y tiendas especializadas como el que posee Alemania.

Por otro lado, alrededor de dos tercios de las ventas orgánicas en Alemania se generan con productos frescos. El hecho de que la calidad, la frescura o la madurez de los alimentos no se puedan experimentar al comprar en línea podría ser una razón para que los compradores orgánicos en particular continúen comprando en tiendas de manera física. Sin embargo, la participación en línea de las ventas orgánicas de productos frescos en 2015 fue de € 70 millones, que corresponde a aproximadamente el 1,3% de las ventas orgánicas de alrededor del 60% de las ventas, o alrededor de € 5 billones. En el caso de los productos frescos, los productos "exóticos" como los hongos, varias frutas tropicales o incluso la carne de aves de corral a menudo se ordenan en línea, los cuales no siempre están disponibles en todas partes en las tiendas estacionarias. En el surtido orgánico seco y también en el vino orgánico, es probable que la participación en el comercio en línea sea significativamente mayor. (BOWL, 2017)

Otro punto interesante es que los clientes están acostumbrados a comprar en línea en otras categorías de productos para obtener precios más bajos y entregas gratuitas al comprar en Internet, pero a veces no es factible para los alimentos. Para muchos operadores, la sobrecarga del negocio en línea a menudo no vale la pena debido a los bajos márgenes de ganancia y otras razones. Según los expertos del mercado, dependerá de los minoristas en la tienda si pueden hacer que el espacio en línea sea logísticamente atractivo, en términos de cotizaciones, precios, tiempo de entrega y la calidad de los productos y la tienda en línea. Queda por ver qué función pueden desempeñar los minoristas especializados en línea en el sector alimentario.

El comercio en línea es pues, un punto de venta emergente hoy en día para los consumidores alemanes, el cual tendrá que experimentar algunas barreras como lo es; el ir de manera física a los establecimientos y así corroborar la textura, frescura, calidad y madurez de los alimentos ofrecidos, por otro lado, los mercados minoristas tendrán que evaluar si los márgenes de ganancia compensan el desarrollo en cuánto a la logística y demás factores que influyen en el ofrecer dicho punto de venta en línea, por ahora algo interesante es que desde el año en curso 2016, el gigante en línea Amazon ofrece un servicio de entrega urgente de alimentos en el área de Munich.

3.12. Requerimientos y certificaciones “Bio” en Alemania

Los requerimientos y certificaciones de productos orgánicos en Alemania juegan un papel medular cuando se habla de producción, comercialización, distribución, venta, consumo, importaciones, exportaciones y demás variantes del mercado de alimentos orgánicos. Por lo mismo, Alemania cuenta con sus propios sellos bajo la denominación “Bio” o “Öko” lo cual detona y asegura que fueron cultivados de manera biológica, es decir, que no son perjudiciales para la salud ni para el medio ambiente.

Es importante destacar que, toda producción orgánica y lo que conlleva esta, debe seguir una normativa establecida por el país que la practique, pero principalmente por la legislación establecida por la Unión Europea (Reglamento (CE) No 834/2007 sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos) en donde se puntualiza las condiciones y controles para agricultura orgánica.

Este compromiso consiste en producir de manera sustentable y en que se asegure la calidad para los consumidores de alimentos biológicos, basándose en que los cultivos no se empleen fertilizantes minerales, se evite elementos agroquímicos, además de desarrollar, cuidar y mantener la biodiversidad del medio ambiente agrícola y respeto profundo por el entorno y la naturaleza.

En resumen, todo producto orgánico producido bajo condiciones ecológicas en cualquier país miembro de la Unión Europea, en este caso Alemania debe poseer el logotipo de la Unión Europea, lo cual certifica que fue producido bajo las reglas establecidas de la legislación de la Comisión Europea para la producción orgánica. (Reglamento (CE) No 834/2007 sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos)

A continuación, el logotipo ecológico oficial de la Unión Europea.



Fuente: (Commission, 2017)

Por otro lado, Alemania concentra diversas agrupaciones orientados a la agricultura orgánica que establecen sus propios códigos de certificación, muchas de las veces estos suelen ser más estrictos que la normativa impuesta por la UE, por ejemplo, Demeter, Bioland y Naturlan, reflejando con lo anterior, el alto estándar de calidad que poseen los productos alemanes.

Debido a que Alemania es país miembro de la Unión Europea, está sujeto a la regulación para la producción orgánica de la misma, la cual considera normativas en los siguientes aspectos:

- Normativas de los cultivos de hortalizas, frutales y viñas, de la tenencia del ganado (incluye este sector de la agricultura).
- Nómina de fertilizantes permitidos y abonos del suelo, sustancias de protección para las plantas y pesticidas, forraje y otros componentes complementarios para la alimentación de los animales.
- Normativas sobre sustancias autorizadas y todos las demás que pueden ser utilizados en la elaboración de productos finales.
- Normativas sobre la indicación de productos orgánicos vegetales procesados.
- Normativas sobre el proceso de control.

- Regulaciones sobre el plazo de transición de cultivos convencionales a orgánicos.
- Normativas sobre las importaciones de productos orgánicos de países que no son miembros de la Unión Europea.

(Hamburgo, 2007)

Además de las normativas resumidas y señaladas con anterioridad, una ventaja para las granjas alemanas dedicadas al cultivo de alimentos orgánicos convencionales que quieren pasar a la práctica de la agricultura, más conocida como “transición” orgánica se benefician con el apartado de “Cultivos en Transición” de acuerdo a la misma normativa la cual establece que el productor puede aplicar en forma parcial la transición de cultivos convencionales a cultivos orgánicos, es decir, una parte separada del área puede ser cultivada de manera orgánica, aunque otra parte del predio estén cultivadas de manera convencional.

3.12.1. Importaciones de “terceros países”

En el caso de las importaciones desde terceros países, es decir, países que no pertenecen a la Unión Europea, para fines de esta investigación tomaremos a México como país ejemplo, para poder exportar debe de cumplir con los siguientes requerimientos que establece la denominada “Drittlandsregelung” (normativa para terceros países) dentro de la cual hay dos posibilidades de exportar para aquellos países que no pertenecen a la Unión Europea:

1. Todo país que exporta productos orgánicos debe tener su propia legislación para el sector orgánico homologada por la Unión Europea. A la presente fecha los países que cuentan con esta aprobación son los países siguientes: Argentina, Australia, Costa Rica, Israel, Nueva Zelanda, Suiza, Canadá, EUA, India y Japón.
2. Para aquellos países que no se encuentran como terceros países deben cumplir con lo siguiente: Los comercializadores internacionales de productos orgánicos deben requerir una autorización especial para ingreso de alimentos biológicos. Esta aprobación será otorgada, en el caso de que los alimentos estén producidos y cumplan con los estándares compatibles a los definidos por la Unión Europea.

Este procedimiento de monitoreo se lleva a cabo por parte de una entidad acreditada ante la Unión Europea en forma periódica, no sólo para los productores, sino también para los importadores y empresas procesadoras de productos BIO. El cumplimiento de la normativa dispuesta por las autoridades alemanas debe contar con la certificación por parte de empresas competente y acreditada ante las autoridades responsables de este país. (Hamburgo, 2007)

En resumen, México al no tener una homologación de su propia legislación para el sector orgánico, es decir a la par de la regulación de la Unión Europea, no es reconocido dentro de la lista de “terceros países” para la Unión Europea, por lo tanto, no cae dentro del supuesto número uno citado en párrafos anteriores. Por lo que caería en el segundo supuesto únicamente si el producto cumple con los estándares compatibles definidos por la Unión Europea o si una Agencia Certificadora reconocida por la Unión Europea y en este caso por el país destino, certifica al producto que se exporte.

3.12.2. El proceso de importación

Para obtener la acreditación de aquellos productos orgánicos que no se encuentran en la lista de terceros países permitidos a ingresar (como es el caso de México) el importador debe solicitar una autorización ante las autoridades alemanas correspondientes. Este proceso, se realiza mediante los formularios necesarios donde el agricultor/exportador debe estar inscrito por una entidad de control que cumpla con la normativa ISO 65/EN 45011 y que está acreditada ante la Unión Europea y, además, con las autoridades alemanas.

Es fundamental que el importador cumpla igualmente con las condiciones de registrado y certificación por parte de una de las entidades oficiales reconocidas -EU-Kontrollstelle. Se permitirá las importaciones de productos BIO siempre que acaten las normas de la UE o que el país de origen les haya concedido garantías similares. (Hamburgo, 2007)

Igualmente, hay que contar con los documentos estándares necesarios que permiten la introducción de productos a la Unión Europea:

- certificado de origen EUR
- certificado sanitario (para ciertos productos)

3.12.3 Etiquetado y sellos orgánicos

De acuerdo a la institución competente a cargo de la fiscalización de la normativa de la UE, es obligatorio que cada producto orgánico lleve un sello oficial con el código del Organismo controlador de la UE, esta es la única exigencia para productos orgánicos. Por la parte del sector orgánico alemán existen varios sellos distintivos regionales, logotipos de asociaciones alemanes de producción orgánica (Bioland y Demeter).

A continuación, un ejemplo del sello ecológico alemán “Bio Siegel”



Fuente: (Hamburgo, 2007)

Con el fin de asegurar la identificación de un producto orgánico y proteger al consumidor, fue necesario introducir un sello orgánico oficial en Alemania en el año 2001, que certifica que el producto ha sido elaborado según los procedimientos y requisitos determinados por la Unión Europea de productos orgánicos, este es el caso del sello ecológico alemán “Bio Siegel”.

En cuanto a la indicación de los productos orgánicos se puede resumir lo siguiente:

- El cumplimiento obligatorio del uso del logotipo con el código de la Institución controladora de la Unión Europea.
- Es de carácter voluntario utilizar sello oficial de Alemania y/o del sello de la Unión Europea.

Por último, cabe mencionar que el sello ecológico “Bio-Siegel” todos los alimentos orgánicos de otros países miembros de la UE, producidos, elaborados y controlados de acuerdo con las

prescripciones legales de la UE para la agricultura ecológica, podrán llevar el sello ecológico “Bio-Siegel”. Asimismo, los alimentos orgánicos importados de países terceros (países fuera de la UE), que cumplan con las normas vigente sobre la importación, podrán llevar el sello ecológico “Bio-Siegel”. México no puede poseer este tipo de sello ecológico por lo comentado en párrafos anteriores, no es reconocido como país tercero al no tener homologada la regulación para la producción orgánica junto con la Unión Europea.

CAPÍTULO IV

RELACIÓN INTERNACIONAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS ENTRE MÉXICO Y ALEMANIA

4.1. El comercio bilateral orgánico entre México y Alemania

Si bien es cierto que las experiencias exitosas de inversión y establecimiento de compañías alemanas en México son muestra de la solidez de esta relación, hoy en día, se han registrado en la Secretaría de Economía de México 1,835 empresas con participación de capital alemán y se estima, según los datos de la Cámara Mexicano-Alemana de Comercio e Industria (CAMEXA), que disponen en suma, de un capital acumulado de por lo menos 30 mil millones de dólares, también es cierto que la actividad productiva se concentra en sectores clave, como son la industria automotriz y la de autopartes, los sectores farmacéutico, químico y eléctrico-electrónico, así como las áreas de transporte y logística.

Es evidente y notorio que hoy en día, el sector agropecuario no es de los considerados claves entre la relación comercial entre México y Alemania, mucho menos en el ramo específico de productos orgánicos y que la poca relación que existe entre los dos en este rubro carece de bases estadísticas por motivos que se mencionan más adelante, además de que el comercio total de México con el mundo es del 80% con los Estados Unidos y solamente el 3% con Alemania, detonando una inclinación del comercio internacional de México hacia los Estados Unidos de cierta manera lógica por lo distante que es el continente europeo pero ¿es esta la principal razón por la que México registra este desequilibrio en cuanto a diversificación de mercado se refiere?.

Los hechos redactados a continuación muestran lo contrario ya que en el comercio internacional convencional, Alemania se ha constituido para México como el primer socio comercial entre los países-miembros de la Unión Europea (UE) y el 5° socio comercial a nivel mundial, además de que valor del comercio bilateral entre México y Alemania en el año 2015 fue con 17.5 millones de dólares mayor que el del comercio de México con Francia, Italia y Gran Bretaña en total (16.9 millones de dólares), alcanzando casi 40% del comercio total de México con la UE según datos de la Secretaría de Relaciones Exteriores.

Si bien México no figura todavía entre los principales socios comerciales de Alemania, se puede observar una tendencia positiva en los últimos años. Actualmente, México es el principal socio económico para Alemania en América Latina y el Caribe. Según la estadística oficial alemana, en el año 2015 México ya ocupó el primer lugar entre los destinos más importantes de las exportaciones alemanas hacia América Latina, superando a Brasil, y fue, al mismo tiempo, el segundo suministrador para las importaciones alemanas desde Latinoamérica. A escala mundial, México ocupó en el año 2015 el lugar número 28 entre los principales socios comerciales de Alemania, basado en las posiciones 23 en las exportaciones y 36 en las importaciones totales alemanas, respectivamente. (Exteriores, 2017)

Es un hecho que desde la creación de la finca Irlanda mencionada en el segundo capítulo con la cual, se sentaron las bases para el inicio de la producción orgánica en México y que recibió la primera certificación por la obtención de café orgánico (1967), la creación además de la Finca San Miguel en 1986 y el Rancho Alegre en 1988, ambas en la misma localidad de Tapachula, Chiapas, a la fecha existe un rezago en cuanto a instancias gubernamentales que promuevan y apoyen en las prácticas de esta agricultura así como su comercialización e internalización, esto con base a que en el año de 1986 salían las primeras exportaciones de productos orgánicos certificados hacia Europa mientras que hoy en día, los productos orgánicos mexicanos ni siquiera cuentan con fracciones arancelarias específicas que permitan un control de las exportaciones e importaciones mexicanas en este rubro.

Por lo tanto, la principal razón por la que México registra un desequilibrio en cuanto a la comercialización de productos orgánicos específicamente con Alemania no va encaminada a la distancia que hay entre los dos países. Esta misma cuestión y demás factores que abordaré y ejemplificaré más adelante han influido que a pesar de tener el 4to lugar mundial en

producción de alimentos orgánicos no compitamos de igual a igual con las principales potencias ecológicas al igual de desperdiciar un mercado meta tan dinámico como lo es el alemán, el segundo mercado orgánico más grande del mundo y el primero en Europa y es que otro factor clave es el que de los 700 millones de dólares en exportaciones agroalimentarias, un 10 por ciento corresponde al segmento orgánico, rescatando también que el 83 % de la producción orgánica mexicana se exporta a los Estados Unidos y la Unión Europea.

Para ejemplificar la falta de posicionamiento de productos orgánicos mexicanos en el segundo mercado orgánico más grande del mundo (Alemania) es necesario echarles un vistazo a las importaciones de estos productos por parte del país alemán.

4.2. Importaciones y exportaciones de productos orgánicos entre Alemania y México.

Un hecho por demás sobresaliente en Alemania es que ninguno de los productos cultivados goza de una producción anual, por lo que el país alemán depende de las importaciones para abastecer la demanda local de alimentos orgánicos, la cual es la más grande en la Unión Europea.

En el capítulo 3 se pudieron observar los países de los cuales Alemania importa frutas y verduras orgánicas, para fines de este capítulo se evaluará un gráfico similar pero menos específico para así analizar una gama más amplia de países que fungen como exportadores de productos orgánicos a Alemania y en este caso ubicar a México en el nivel de importancia de sus exportaciones al país alemán.

Tabla 18: La producción orgánica alemana y sus importaciones.

Producto	Importaciones en toneladas	Producción Alemana en Toneladas	Porcentaje %	Países
Trigo	70,000	185,000	27	Italia, Kasagistán, Rumania, Hungría, Rusia, Eslovenia
Maíz	18,000	25,000	42	Rumania, Italia, Eslovenia, Hungría
Espelta	10,000	80,000	11	Italia, Eslovenia, Hungría
Centeno	8,000	200,000	4	Lituania, Austria, Letonia, Rusia
Cebada	11,300	89,000	11	Rusia
Arroz	3,500		100	Italia, India, Pakistan
Avena	1,600	82,000	2	Finlandia, Dinamarca, Suecia
Plantas de proteínas	14,600	45,000	24	
Habas	2,400	14,300	14	Letonia, Rumania
Chícharos	10,000	16,400	38	Letonia, Rusia, Eslovenia
Altramuces	1,0000	13,400	7	Litonia, Polonia

Lentejas	340		100	Canadá, Turkia
Semillas Oleoginosas	41,640	13,000	76	
Soja	19,000	1,400	93	Italia, Rumania, Kazajistán, India, Argentina, Brasil
Semillas de Girasol	11,	2,050	84	Rumania, Brasil, Argentina, China
Linaza	5,200	3000	95	Canadá, Argentina, China, Rusia
Sésamo	640		100	Egipto, Uganda
Violación	5,000	10,000	33	Rumania, Rusia, Kazajistán, Hungría
Papas(mercado fresco)	38,000	110,000	28	Austria, Israel, Egipto, Holanda
Verduras				
Zanahoria	47,000	50,000	48	Holanda, Israel, Italia
Jitomate	18,000	4,000	82	España, Holanda, Italia, Israel
Pimiento	5,900	600	91	España, Israel, Holanda
Cebollas	4500	8,500	35	Holanda, Argentina, Egipto
Pepinos	4,600	4,500	51	España, Holanda, Bulgaria
Fresas	1,100	2,280	33	España, Italia
Frutas				
Manzana	26,000	26,000	50	Italia, Austria, Argentina, Australia
Plátano	72,000		100	Colombia, Ecuador y República Dominicana
Carne de puerco	7,000	24,400	22	Holanda, Austria, Dinamarca, Italia
Azúcar	2,500	49,000	5	Brasil, Paraguay, Ecuador,
Huevos	97	383	20	Holanda, Italia
Leche	97,000	545,500	15	Dinamarca, Austria

Fuente: (Research, 2011)

Extrayendo datos importantes de la tabla citada anteriormente, los países que más se posicionan en el cuadro de las importaciones orgánicas de Alemania son en su mayoría

pertenecientes a la Unión Europea, con excepción a las exportaciones de manzana, de plátano y de azúcar, cuyos países exportadores son Argentina, Brasil, Paraguay y Ecuador respectivamente. Mientras que México no aparece dentro de los países con posicionamiento en cuanto a exportación de alimentos orgánicos incluidos en la tabla, también es cierto que entre los principales productos mexicanos que se producen y exportan están el café, aguacate, miel, cacao, mango, uva y en general hortalizas, los cuales no fueron tomados en cuanto bajo la estadística alemana, la interrogante aquí es el porqué de dicha situación.

Para esto, la tabla anterior fue rescatada gracias a las estadísticas de instituciones alemanas que facilitan la obtención de información en el rubro, mientras que la obtención de la misma información por parte de México y de sus autoridades dedicadas a la regulación de la misma carecen de fuentes e datos oficiales sobre el tema.

4.3. Barreras para la exportación de productos orgánicos mexicanos a Alemania

Es un hecho que existe una gran oportunidad para los productores mexicanos en el desarrollo del mercado nacional orgánico, sobre todo si se ajusta a las condiciones del país y busca sobrepuestos menores, de tal forma que los productos sean accesibles a un mayor número de consumidores.

Por otro lado, también existe una gran oportunidad para intensificar la exportación de los mismos hacia los principales mercados orgánicos más grandes del mundo (Estados Unidos y Alemania) en un principio el movimiento orgánico ha avanzado gracias a sus propios recursos y su grado de organización pero es real, y existen barreras que no permiten el total posicionamiento de México como abastecedor de productos orgánicos y es que sin una sólida intervención y apoyo de autoridades mexicanas, es aún más complicado.

En el futuro será fundamental la participación del Estado mexicano. El apoyo de éste debe darse mediante una visión y una estrategia que incluyan una política que potencie los esfuerzos de los productores y tome en cuenta las ventajas agroecológicas, sociales y culturales de México para lograr un verdadero desarrollo rural sustentable.

Alemania es un país que se caracteriza por su competitividad, por el desarrollo de tecnología, por priorizar los cuidados del medio ambiente ante cualquier tipo de producción y por conservar altos índices de calidad en sus productos, en el tema de la agricultura orgánica no es la excepción, dichas características de estándares de primer mundo, muchas de las veces representan una barrera para la exportación de productos orgánicos mexicanos hacia ese país además de que México cuenta con sus propias barreras nacionales abordadas a continuación.

4.3.1. Inexistencia de fracción arancelaria en los productos orgánicos mexicanos

Es verdad que la agricultura orgánica mexicana ha experimentado a lo largo de los años un crecimiento, posicionándose hoy en día entre los 10 países con la mayor área orgánica de América Latina y el Caribe, además de ser el tercer país con el mayor número de productores orgánicos en el mundo. También es cierto que actualmente la agricultura orgánica paso por una etapa de desarrollo, junto con las instancias gubernamentales encargadas en este rubro ya que no han tenido el desarrollo que se esperaría, y con esto me refiero a que, todas las producciones de alimentos orgánicos mexicanos se exportan como productos convencionales y no como lo que realmente son, productos orgánicos.

Al día de hoy, no existe control alguno de las importaciones y exportaciones realizadas por México, es decir, no hay estadística que refleje los números en su comercio internacional

orgánico, la razón es la inexistencia de una fracción arancelaria específica para los alimentos orgánicos que permita exportarlos como tales y tener una base estadística importante, esto claramente representa un rezago si se compara con otros países en actividades orgánicas.

Para fines de esta investigación, específicamente en el cuarto capítulo fue imposible obtener información oficial por medio de las instituciones mexicanas en cuanto a importaciones y exportaciones del país en este caso con destino a Alemania y es que la inexistencia de la fracción arancelaria en productos orgánicos mexicanos es un punto más importante en el que las autoridades dedicadas e inmiscuidas en el mercado orgánico mexicano tienen que trabajar, para lo más antes posible contar con dichas fracciones que permitan, primeramente erradicar o disminuir la barrera para la exportación que esta representa, contar con un control sólido de información, y después en consecuencia una base sólida de datos que sea importante para el futuro en la toma de decisiones encaminadas a establecer relaciones comerciales en el ámbito orgánico con otros países.

Mediante una entrevista con el Secretario de la Asociación Impulso Orgánico Mexicano, Jesús Auerelio Antonio Ortiz Haro y Bravo, obtuve información de lo mismo, en la que señala que actualmente el problema de la inexistencia de una fracción arancelaria se debe principalmente a cuestiones monetarias, ya que la apertura de dichas fracciones representa un monto de dinero importante para instancias gubernamentales. Sin embargo, se tienen la iniciativa de aperturar, por lo menos 4 fracciones arancelarias específicas para los productos importantes en cuanto a exportación se refiere, como, por ejemplo, el café orgánico mexicano, la miel, el aguacate, el limón entre otros.

Con esto, se estarían sentando las bases para por lo menos, finalmente tener registros oficiales sobre 3 o 4 productos mexicanos de carácter orgánicos, comercializados en otros países, principalmente en Estados Unidos y la Unión Europea.

4.3.2. Carencia de homologación en sistemas de producción y certificaciones orgánicas.

En México, toda la producción de alimentos orgánicos en México que quiera definirse y fungir como tal, deben de contar con la certificación oficial de productos orgánicos mexicana, la cual es otorgada por La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural y Alimentación, por sus siglas SAGARPA. Es decir, para poder comercializar productos orgánicos deben cumplir con las normas establecidas en la Ley de Productos Orgánicos y ostentar el sello "ORGÁNICO SAGARPA MEXICO" este es una etiqueta auto adherible de colores verde, azul y amarillo que brinda la certeza de ser un producto de calidad, sanidad y seguridad alimentaria (inocuidad).

Actualmente, además de la SAGARPA existen 15 certificadoras que otorgan certificación orgánica para la venta de productos en territorio nacional. Pero, una de las principales barreras para aquellos productores con intenciones de exportación es que, ese sello distintivo mexicano no cuenta con los estándares de calidad que la Federación Internacional de Movimientos de la Agricultura Orgánica establece, así como tampoco reúne los estándares que se requieren en este caso para la exportación de productos mexicanos a Alemania, ya que Alemania tiene sus propios y altos estándares de calidad para la producción, comercialización, transporte, empaquetado de dichos productos.

Es pues la carencia de una homologación por parte de autoridades mexicanas con las de la Unión Europea y en su caso con las alemanas, una necesidad. Ya que, al no tenerla, resulta para los agricultores mexicanos un freno en sus intenciones de internacionalizar su producción, debido también a que la ausencia de esta homologación repercute en el aumento de costos para los productores y es que al no tener validez internacional la certificación de

SAGARPA, obliga a buscar servicios de certificadoras privadas y entonces contar con los requisitos completos para su exportación, elevando también el precio de sus productos.

Un dato alentador es que, actualmente el SENASICA (Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria se encuentra en negociaciones con las autoridades sanitarias de los Estados Unidos de América, la Unión Europea y Canadá, con el objetivo de homologar los sistemas de producción y certificación entre los países, con lo que bastará la certificación mexicana para que los productos ingresen a esos mercados.

4.3.3. Débil promoción y apoyo por parte de las autoridades

La importancia de la difusión y promoción de los productos orgánicos, con el objetivo de incrementar su presencia tanto en el mercado nacional como internacional es un aspecto aún descuidado por las autoridades mexicanas comparado con la trascendencia que puede llegar a tener en todos aquellos productores que siguen practicando la agricultura convencional.

Hoy en día no existe en México entre los productores una cultura que busque el bienestar del medio ambiente en cuanto a sus prácticas de agricultura se refiere, al contrario, el aumento en la búsqueda de plaguicidas, fertilizantes y pesticidas es evidente y esto conlleva repercusiones en la salud del consumidor.

En una entrevista con el encargado de la SAGARPA en el Municipio de Pénjamo, Gto, obtuve información sobre dicha promoción y apoyo hacia la agricultura orgánica en México, El ingeniero, comentaba que aún estamos en condiciones desfavorables en cuanto a unión de toda la cadena productiva y de comercialización. Al preguntarle también si existía un apoyo específico para la práctica de producción orgánica, comentó que existía programas de apoyo pero en general para toda la agricultura en dónde también podían participar aquellos productores interesados en dedicarse a la agricultura orgánica, pero lamentablemente esta entrevista denotó la falta de difusión e información dentro del propio personal de la Secretaría, ya que al seguir buscando información en la página oficial de la SAGARPA, encontré un programa específico de apoyo para la transición de agricultura convencional a la agricultura orgánica con todo el proceso de certificaciones y montos monetarios en apoyo de las mismas, para fines de la investigación es positivo el saber que aún entre el personal especializado en brindar información a los productores existe un vacío de información en cuanto a la producción orgánica se refiere.

Es pues la débil promoción y apoyo por parte de las autoridades una barrera más con la que los productores orgánicos se enfrentan al querer internacionalizar sus productos ya se a Alemania o a diversos países con la necesidad de importación de alimentos orgánicos.

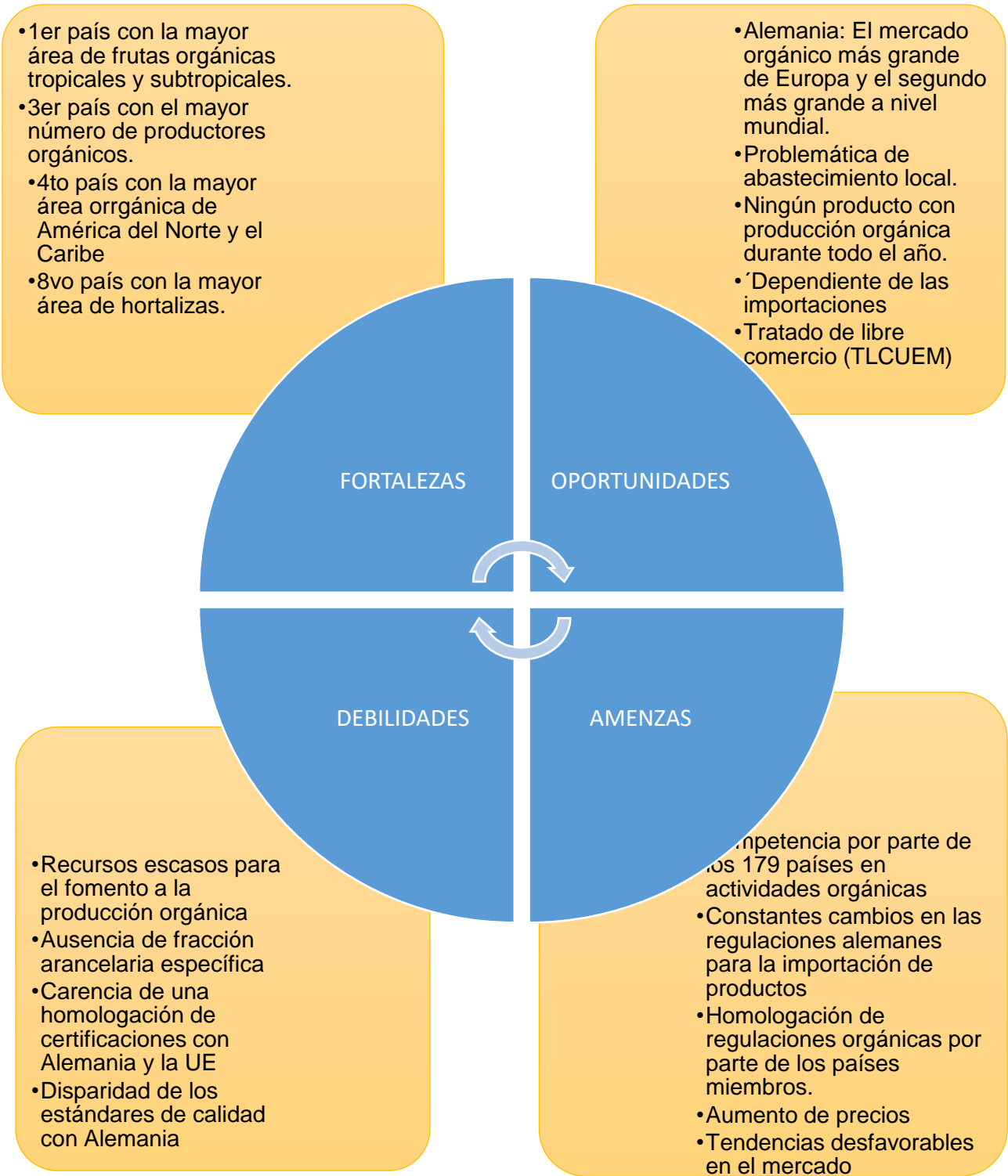
4.4. Disparidad de estándares de calidad entre Alemania y México

Es evidente la existencia de una disparidad entre los estándares de calidad entre Alemania y México en cuanto a los procesos y certificaciones de producción orgánica. Esto tal vez se remonte a los años en los que Alemania lleva en este rubro, teniendo como consecuencia un modelo integrado y detentando una destacada experiencia. Cabe mencionar que es un país pionero en la práctica de agricultura orgánica junto con Austria y Francia comparado con México que es un país no rezagado, pero si en desarrollo y mejoramiento en los procesos de apoyo, difusión, promoción y en sí práctica en general de la agricultura orgánica.

El que las certificaciones alemanas cumplan con los requisitos y directrices que establece el IFOAM junto con las normas que establece la Comisión Europea para la práctica de la agricultura orgánica es ya una diferencia abismal si se le compara con la certificación mexicana para los productos orgánicos de la SAGARPA, como se mencionó en párrafos anteriores, esta aplica única y exclusivamente para la comercialización de productos

orgánicos dentro del territorio nacional, careciendo de reconocimiento por parte de la Unión Europea y del mismo IFOAM. Los mismos motivos citados en el párrafo anterior tienen como consecuencia el carecer de una homologación con la legislación de la Unión Europea así como con las autoridades alemanas, reflejando pues una disparidad en los estándares de calidad para fines de producción orgánica entre los dos países.

4.5. Matriz FODA para la exportación de productos orgánicos mexicanos a Alemania



Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

5.1. Propuesta para el impulso y desarrollo de la agricultura orgánica nacional

Como conclusión de la investigación, se plantea una propuesta para el impulso y desarrollo de la agricultura nacional con el principal objetivo de posicionar al país como productor orgánico en los mercados internacionales y es que dentro de las varias conclusiones generadas a partir del estudio, es que México a pesar del aún débil desarrollo en su agricultura orgánica, cuenta con condiciones favorables para posicionarse como uno de los principales países exportadores de alimentos orgánicos en el mundo.

La propuesta para dicho impulso y desarrollo de la agricultura orgánica nacional consiste en los siguientes puntos:

1. Crear mediante campañas de promoción, la concientización y cultura de los beneficios e importancia que la agricultura brinda en diferentes aspectos como el de la salud, la protección del medio ambiente, la conservación de las tierra y sobre todo, la oportunidad de negocio que existe en el rubro.
2. Crear un organismo nacional en donde los objetivos fundamentales sean la investigación y capacitación de la agricultura orgánica. Es decir, que dicho organismo desarrolle la investigación necesaria para la mejora de las actividades orgánicas del país, así como científico a la agricultura orgánica mexicana y capacite a aquellos productores en práctica de producción orgánica, así como también a los interesados de la misma.
3. Actualizar el SIAP (Sistema de Información Agropecuaria) de la SAGARPA, para así ayudar a los productores y demás personas físicas y morales a estar a la vanguardia, además de que el mismo sistema permita conjuntar en un solo lugar la información generada día a día, a nivel nacional como en el internacional.
4. La homologación del sello orgánico de la Sagarpa con las regulaciones orgánicas tanto de los Estados Unidos como el de la Unión Europea, que son los mercados más grandes de alimentos orgánicos en el mundo y así facilitar las operaciones de comercio exterior para los productores orgánicos mexicanos. Así como la creación de fracciones arancelarias específicas para los productos orgánicos mexicanos.
5. Esto anterior va ligado a buscar el reconocimiento de “tercer país” por parte de la Unión Europea, factor clave para la compatibilidad de agencias certificadoras y la apertura de los países miembros de la Unión Europea para con México.
6. Apoyo a los pequeños, mediados y grandes productores que ya se encuentran en práctica de agricultura orgánica por medio de las Instituciones gubernamentales correspondientes, así como también a aquellos que están en práctica de agricultura convencional y que quieren producir de manera orgánica y para aquellos que no se encuentran bajo ninguna práctica de agricultura.
7. Un presupuesto específico importante para el desarrollo y promoción de la agricultura orgánica mexicana, así como el subsidio de un 60 % de la certificación orgánica ya que en muchos de los casos estas cuestiones reflejadas en costos representan barreras para aquellos productores con intenciones de certificar su producción.
8. Incentivar a los comercios y tiendas de autoservicios para que ofrezcan en un principio una gama de productos orgánicos de canasta básica y así a la vez ir creando una cultura al consumo de productos libres de contaminantes.

5.2. Propuesta de diversificación de mercado en la exportación de la producción orgánica mexicana a Alemania.

Al investigar y estudiar tanto al mercado orgánico mexicano como al mercado de alimentos orgánicos alemán, concluí que existe la posibilidad de que estos dos países funjan como naciones complementarias en cuanto a comercialización de productos orgánicos y es que, al ser México el primer país con la mayor área de frutas orgánicas tropicales y subtropicales, el tercer país con el mayor número de productores orgánicos en el mundo, el 4to país con la mayor área orgánica de América del Norte y el caribe y el 8vo país con la mayor área de hortalizas refleja que la nación mexicana, siendo más específico, la agricultura orgánica mexicana cuenta con el potencial adecuado para ir posicionándose como abastecedor de productos orgánicos del país alemán, el cual juega unos de los roles más importantes dentro del mundo orgánico ya que es uno de los pioneros en el rubro y tiene la mayor demanda de alimentos orgánicos en el mundo.

México tiene una responsabilidad muy grande con el mundo, el medio ambiente y la salud de sus consumidores, cuando hablo de dicha responsabilidad me refiero a que, al ser rico en recursos naturales para el cultivo y producción de todo tipo de frutas, verduras, hortalizas y demás productos y poseer grandes áreas de agricultura, debe de asegurar y desarrollar políticas encaminadas a la producción sostenible de alimentos y así dotar a su nación y al mundo de alimentos que no afecten al medio ambiente y mucho menos afecten a la salud del consumidor.

Dentro de mi propuesta, toco el tema de diversificación de mercado para México ya que considero que el país carece de la búsqueda de nuevos horizontes comerciales y que la dependencia que existe hoy en día en su comercio internacional con los Estados Unidos tiene consecuencias de índole negativas. Hoy en día el 80% de las exportaciones mexicanas tienen como destino a los Estados Unidos por lo mismo, actualmente no solo el comercio internacional mexicano vive con incertidumbre, sino el país mismo se encuentra al margen de lo que pueda en las renegociaciones del Tratado de Libre Comercio con Canadá y América del Norte. He ahí que insisto en que, el comercio internacional mexicano debe de diversificarse y con esto lograr un equilibrio del mismo.

Hoy, el boom orgánico alemán se presenta como una valiosa oportunidad de, primeramente, solidificar una estrategia nacional para el desarrollo de la agricultura orgánica mexicana, y en segunda, para de manera paulatina convertirnos en principal socio comercial de productos orgánicos con Alemania, no dejando de lado que hay todo un camino por recorrer en el afianzamiento del rubro orgánico en el país.

Dentro de mi propuesta de diversificación de mercado en la exportación de la producción orgánica mexicana a Alemania, se encuentran los siguientes puntos:

1. Buscar el establecimiento de un acuerdo comercial específico en el rubro de exportaciones e importaciones entre México y Alemania, así como la homologación pronta de las certificaciones orgánicas y así facilitar el tránsito de dichos productos.
2. Subsidios a la producción de alimentos orgánicos mexicanos por parte de las instancias gubernamentales competentes en la materia, así como a la certificación de los mismos.
3. Un presupuesto específico para la promoción, investigación y desarrollo de la agricultura orgánica mexicana, así como la realización de más feria de carácter internacional en el país que sirvan como foco de establecimiento de relaciones comerciales.

Bibliografía

- Agriculture, F. M. (Enero de 2017). *bmel*. Obtenido de bmel:
http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/EN/Agriculture/OrganicFarming/Organic-Farming-in-Germany.pdf?__blob=publicationFile
- ALIMENTARIUS, C. D. (1999). *FAO*. Obtenido de FAO: <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq1/es/>
- ALIMENTARIUS, C. D. (2005). *FAO*. Obtenido de FAO: <http://www.fao.org/3/a-a0369s.pdf>
- BOWL. (2017). *BOELW*. Obtenido de
https://www.boelw.de/fileadmin/media/pdf/Themen/Branchenentwicklung/ZDF_2017/BOELW_ZDF_2017_web.pdf
- Braun, V. (23 de MARZO de 2015). *EZLA*. Obtenido de EZLA: <http://ezla.de/es/el-boom-organico-en-alemania/>
- Calderón, J. P. (Septiembre-Octubre de 2004). *El cotidiano en línea*. Obtenido de
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32512712&iCveNum=1349>
- Commission, E. (30 de Noviembre de 2017). *ec.europa.eu*. Obtenido de ec.europa.eu:
https://ec.europa.eu/agriculture/organic/organic-farming_es
- Cuchman, I. A. (2017). *CEADU*. Obtenido de CEADU:
http://www.ceadu.org.uy/agricultura_organica.htm
- DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA*. (2017). Obtenido de DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA: <http://dle.rae.es/?id=QcFNGvF>
- ECONOMÍA, S. D. (2006-2012). *SECRETARÍA DE ECONOMÍA*.
- Embajada, A. (Marzo de 2009). *exportapymes.com*. Obtenido de exportapymes.com:
http://www.exportapymes.com/documentos/productos/RA5316_alemania_frutas_organicos.pdf
- Exteriores, S. d. (2017). *Embamex*. Obtenido de Embamex:
<https://embamex.sre.gob.mx/alemania/index.php/es/component/content/article/419>
- FAO*. (2017). Obtenido de FAO: <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq2/es/>
- FAO*. (s.f.). *FAO*. Obtenido de FAO: <http://www.fao.org/docrep/004/y1669s/y1669s09.htm>
- FAO*, D. D. (24 de SEPTIEMBRE de 2016). *FAO*. Obtenido de FAO:
<http://www.fao.org/docrep/004/ad094s/ad094s03.htm>
- FIBL. (2012).
- FIBL, I. (2017). *THE WORLD OF ORGANIC AGRICULTURE. STATISTICS AND EMERGING TRENDS*. Nuremberg, Germany: ISBN.
- FIRA. (2012). *Repositorio uaaan*. Obtenido de
<http://repositorio.uaaan.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/4622/T18329%20OC HOA%20MORALES%2C%20ROCIO%20GUADALUPE%20%20MONOG..pdf?sequence=1>
- Hamburgo, P. (Diciembre de 2007). *antennapiac*. Obtenido de
<http://www.antennapiac.atalca.cl/panel/archivos/Mercado%20para%20productos%20Organicos%20en%20Alemania.pdf>

IFOAM. (SEPTIEMBRE de 2005). *IFOAM ORGANICS INTERNATIONAL* . Obtenido de IFOAM ORGANICS INTERNATIONAL : <https://www.ifoam.bio/en/organic-landmarks/definition-organic-agriculture>

José Luis Munuera Alemán, M. P. (Enero-Febrero de 2006). *MERCASA*. Obtenido de MERCASA: http://www.mercasa.es/files/multimedios/1290789118_DYC_2005_84_50_63.pdf

LETIS. (10 de 2017). *LETIS.ORG*. Obtenido de <http://www.letis.org/novedades/la-explosion-de-la-agricultura-organica-en-europa/>

Main, C. G. (Febrero de 2008). *argentinatradenet*. Obtenido de argentinatradenet: <http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/datos/docus/hortifructicultura%20org%C3%A1nica%20febrero%202008.pdf>

Manuel Ángel Gómez Cruz, L. G. (2003). México como abastecedor de productos orgánicos. *Revistas Bancomext*, 138.

Manuel Ángel Gómez Cruz, L. G. (2006). *Revistas Bancomext*. Obtenido de <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/15/4/RCE.pdf>

NYCE. (2016). *NYCE*. Obtenido de NYCE: <https://www.nyce.org.mx/que-es-certificacion/>

Orgánico, I. (2017). *Impulsoorgánicomexicano*. Obtenido de <https://www.impulsoorganicomexicano.com/productos-organicos-en-mxico>

PRESSE, S. (17 de MARZO de 2015). *SWP*. Obtenido de SWP: <http://www.swp.de/ulm/nachrichten/wirtschaft/bio-fachmaerkte-haengen-discounter-ab-7628056.html>

PROMÉXICO. (21 de MAYO de 2017). *PROMÉXICO* . Obtenido de http://www.promexico.gob.mx/en/mx/comunicado-35-17/_rid/9?language=en&lng_act=lng_step2

Reimann, E. (25 de 10 de 2017). *Tiempodehoy*. Obtenido de <http://www.tiempodehoy.com/ultimas-noticias/el-boom-de-los-alimentos-organicos-en-alemania-sigue-imparable>

Research, A. (2011). *Bioimporte*. Obtenido de <http://www.bioimporte.de/de/pressemitteilungen/mitteilung-vom-30112011.html>

Ruiz, P. O. (14 de Diciembre de 2015). *CNPO*. Obtenido de CNPO: http://www.cnpo.org.mx/documents/Sistema_de_Informacion_de_Produccion_Organica_Avances.pdf

SAGARPA. (2015). Obtenido de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/81694/Padron_de__organismos_de_certificacion_aprobados_para_la_certificacion_productos_organicos.pdf

SAGARPA. (29 de AGOSTO de 2016). *SAGARPA*. Obtenido de SAGARPA: <https://www.gob.mx/sagarpa/articulos/certificacion-salud-garantizada>

Schwentesius, R. (1 de SEPTIEMBRE de 2016). *Rita Schwentesius*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/307578567_Agricultura_Organica_en_Mexico_2016

Secretaría de Agricultura, G. D. (17 de Octubre de 2017). *SAGARPA*. Recuperado el Agosto de 2017, de <https://www.gob.mx/sagarpa/articulos/que-son-los-alimentos-organicos-74320/>

Secretaría de Agricultura, G. D. (2017). *SAGARPA*.

SECRETARÍA DE ECONOMÍA. (2006-2012). Obtenido de SECRETARÍA DE ECONOMÍA:
<http://www.2006-2012.economia.gob.mx/comunidad-negocios/normalizacion/nacional/evaluacion-de-conformidad/programa-nacional-de-normalizacion-y-suplemento>