

Erin Nelson<sup>1</sup>

Rita Schwentesius Rindermann<sup>2</sup>

Laura Gómez Tovar<sup>3</sup>

Manuel Ángel Gómez Cruz<sup>4</sup>

A finales de la década de los ochenta, la demanda por los productos orgánicos (productos libres de residuos tóxicos, organismos modificados genéticamente, aguas negras y radiaciones) empezó a crecer dramáticamente en los países del Norte. Esta demanda, que está basada en una creciente consciencia sobre la importancia del cuidado de la salud y la protección del medio ambiente, no se podía satisfacer solamente con la producción de los países desarrollados. Ante ello, muchos países del Sur respondieron con el desarrollo de su producción orgánica.

En México, el proceso de desarrollo de la agricultura orgánica inició con agentes extranjeros conectándose con diferentes actores mexicanos, solicitándoles la producción de determinados productos orgánicos. Así comenzó su cultivo, principalmente en áreas donde insumos de síntesis química no se usaban. Éste fue el caso de las regiones indígenas y áreas de agricultura tradicional en los estados de Chiapas y Oaxaca donde se inició mucha producción de café orgánico. Posteriormente, compañías comercializadoras de los Estados Unidos influenciaron el campo a la producción orgánica en la zona norte del país, ofreciendo a empresas y productores privados financiamiento y comercialización, a cambio de productos orgánicos. Para el 2006 ya era el 1.6% de la tierra agrícola en México dedicada a la producción orgánica.

Hoy en día, la agricultura orgánica se ha convertido en uno de los subsectores más exitosos del sector agrícola mexicano. De hecho, a diferencia de los otros sectores agropecuarios del país, el orgánico ha crecido dinámicamente a pesar de la crisis económica. Por ejemplo, la superficie orgánica presenta un crecimiento anual superior al 33% y el empleo en el sector aumenta 23% por año mientras las divisas generadas crecen 26% anualmente. Como resultado de este crecimiento acelerado, hasta 2006 más de 83 000 productores mexicanos estaban cultivando más de 300 000 hectáreas en una manera orgánica y generando aproximadamente 250 millones de dólares americanos. Alrededor del 50% de esta producción es de café, seguido de hierbas, hortalizas, cacao y otras frutas.

A pesar de que el crecimiento del sector orgánico representa un avance en la lucha para lograr un sistema alimentario más sostenible, en México se mantiene la dañina situación del monocultivo y la agricultura orgánica está muy dirigida a la exportación. (El 85% de la producción es exportada principalmente a los Estados Unidos, Alemania, Holanda, Japón, Inglaterra, Suiza, Canadá, entre otros.

México está ubicado en el ámbito internacional como productor-exportador orgánico más que como consumidor.) El enfoque de la producción en monocultivos y exportación limita los beneficios ambientales, económicos y sociales que la agricultura orgánica es capaz de brindar. En términos ecológicos, la producción industrial es dañina para la fertilidad de los suelos y aumenta la susceptibilidad de cultivos a plagas y enfermedades. Además, la exportación de alimentos requiere enormes cantidades de petróleo y agua, así contribuyendo al problema del cambio climático. Otro

problema es que el enfoque de exportación para satisfacer la demanda extranjera obstaculiza el desarrollo de mercados domésticos y regionales que pudieran favorecer a la población mexicana. Sin embargo, es importante reconocer que algunos productos orgánicos, principalmente la carne y los productos lácteos, están siendo producidos en primer lugar para el consumo nacional.

#### El Desarrollo de un Mercado Interno para los Productos Orgánicos

Actualmente, el mercado interno de los productos orgánicos se encuentra en una etapa incipiente, ya que sólo el 15% de la producción orgánica se consume dentro de México y sólo el 5% se vende como orgánico (el resto se vende como si fuera convencional). No obstante, a diferencia de hace 10 años, hay un mayor número de iniciativas de comercialización a través de varios canales, como tiendas especializadas, tiendas naturistas y cafeterías, generalmente ubicadas en las principales ciudades del país y centros turísticos. También algunos supermercados (por ejemplo Sumesa, Comercial Mexicana y Gigante) han empezado ofrecer productos orgánicos como lácteos, jugo de manzana, y algunas verduras.

Nota completa [aquí](#)