

LA CERTIFICACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN MÉXICO

Área de investigación: Mercadotecnia

Berenice Maldonado Hernández

Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás.
Instituto Politécnico Nacional
México

bere.m.h@hotmail.com

Mara Maricela Trujillo Flores

Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás.
Instituto Politécnico Nacional
México

martruj7@hotmail.com

Luis Arturo Rivas Tovar

Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás.
Instituto Politécnico Nacional
México

larivas33@hotmail.com

XVIII
CONGRESO
INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA
ADMINISTRACIÓN
E
INFORMÁTICA



Octubre 2, 3 y 4 de 2013 ♦ Ciudad Universitaria ♦ México, D.F.



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

LA CERTIFICACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN MÉXICO

Resumen

La demanda de productos orgánicos ha experimentado un acelerado crecimiento. En un estudio desarrollado por Sahota en el 2012 se reporta que del 2000 al 2010 el valor de este mercado había pasado de 17.9 a 59.1 billones de dólares, así mismo en 2010 había 37 millones de hectáreas según Willer (2012); cabe señalar que en ese mismo año México ocupaba el tercer lugar en cuanto al número de productores dedicados a esa actividad (Gómez Tovar & Gómez Cruz, 2004). Para atender las necesidades de este mercado, se han puesto en marcha diversas estrategias entre las que se incluye la certificación y etiquetado. Considerando que México destaca por el número de productores dedicados a la producción orgánica, se considera relevante describir las características, y diferencias del proceso de certificación de productos orgánicos en México y los que se otorgan a través de la Federación Internacional del Movimiento de Agricultura Orgánica (IFOAM).



LA CERTIFICACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN MÉXICO

INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años se habla de un crecimiento del mercado de productos orgánicos, aún con la crisis de los años 2008 - 2009 la producción y consumo de estos productos a mantenido su crecimiento, en el año 2000 se generaban a nivel mundial tan solo 17.9 billones de dólares mientras que para el año 2010 había crecido hasta 59.1 billones de dólares (Sahota, 2012), la diferencia que representa un crecimiento de 330%, lo cual implica cambios en las preferencias de los consumidores y nuevas oportunidades de negocios. Los principales mercados se encuentran en Francia y Alemania con 28 billones de dólares y Estados Unidos con un valor de 29 billones. Para 2012 se estimó que el mercado global crecería 3.3%; con una reducción en la tasa de crecimiento para Europa, para Norte América se mantendría pero en otras regiones los mercados de productos orgánicos se encuentran en desarrollo, y se ha detectado una amenaza en el etiquetado ecológico (Sahota, 2012). Para atender la demanda de productos orgánicos a nivel mundial en 2010 había 37 millones de hectáreas cultivadas atendidas por 1.6 millones de productores de los cuales más de tres cuartos se encuentran en países en vías de desarrollo (Willer, 2012)

En el mercado mexicano en un estudio realizado por la Procuraduría Federal del consumidor sobre las prácticas de consumo de la Ciudad de México encontró que 74% de los encuestados consideran el cuidado del medio ambiente al realizar sus compras y 54% prefiere comprar productos ecológicos sobre aquellos que no lo son (Rodríguez, 2011). Aunque existen datos que especulan acerca del tamaño del mercado hasta la fecha no existe información proveniente de fuentes oficiales, sin embargo, hay abundancia de información relacionada con la producción orgánica y se sabe que en 2010 ocupaba el 3er lugar en cuanto al número de productores dedicados a esta actividad con 128,862 participantes (Ecoticias.com, 2010); mientras que en 2002 eran solamente 53,000 (Gómez Tovar & Gómez Cruz, 2004), lo cual representa un crecimiento del 143%. Los principales cultivos son frutas tropicales y subtropicales, ocupa el segundo lugar en la producción de hortalizas y el primer lugar en café orgánico (Certimex, 2012); esta información muestra la importancia que México tiene para cultivo de productos orgánicos. Dado que los principales mercados para este tipo de productos no se encuentran dentro del país es relevante revisar la certificación de los productos mexicanos.

Con el crecimiento del mercado orgánico, ha sido necesaria la creación de lineamientos para regir su operación. No obstante el crecimiento no se ha dado al mismo ritmo en todo el mundo y en Latinoamérica aún se encuentra en crecimiento este mercado, las razones son diversas; el nivel de ingresos, la cultura, la distribución de estos productos, o inclusive el nivel de confianza del consumidor en estos productos y los certificados que ostentan.

Revisión de la Literatura

El acelerado crecimiento del mercado muestra un claro interés de parte de la sociedad y los consumidores por temas ambientales y productos que no solo cubran las necesidades sino



que también ocasionen el menor en el medio ambiente, por esta razón algunos autores establecen la importancia que tiene para la creación de la ventaja competitiva que las empresas decidan enverdecerse ; para lograrlo existen básicamente tres formas de hacerlo pueden optar por la adopción de procesos de adición de valor en los cuales los procesos pueden pasar por el rediseño, eliminando algunos de ellos, modificando la tecnología y / o introducción de nuevas tecnologías todo con el objetivo de reducir el impacto en el medio ambiente, otra parte consiste en la implementación de sistemas de gestión los cuales operan a nivel de la empresa que básicamente permiten crear las condiciones para la reducción del impacto ambiental (Prakash, 2002; Orsato, 2006), pero también se puede enverdecer a la empresa a nivel de producto que incluye la administración de su ciclo de vida tratando de extenderlo y ocasionar el menor impacto en el medio ambiente (Prakash, 2002).

En el 2000 Vertinsky y Zhou analizaron la toma de decisiones de los consumidores y su impacto para la organización con base en cinco factores que consideraron relevantes el primero de ellos es la elección de la combinación de certificación para cada mercado o segmento de mercado, el segundo aspecto es la política de precios, después están los canales de distribución, en otras palabras se debe decidir a través de que intermediarios se comercializarán los productos certificados y por último están las bases para la segmentación del mercado, es decir ¿A qué mercados geográficos y/o segmentos de mercado deben dirigirse? (Vertinsky & Zhou, 2000). Sin duda alguna esta investigación muestra la cantidad de decisiones a las que una organización se enfrenta al comercializar productos orgánicos certificados. Algunas de esas decisiones se relacionan con algunos aspectos relevantes que se mencionan a continuación.

La estructura de control en el sistema de certificación; este concepto se relaciona con quién decide sobre las políticas, cuán independiente es el proceso, ya que este elemento es decisivo para el nivel de credibilidad, también las empresas se enfrentan a decisiones relacionadas con el grado de poder coercitivo que pueda tener el certificado con respecto a la población meta población; se debe revisar si este es obligatorio o voluntario y cuáles serían los costos de no obtener la certificación. Por otra parte se debe analizar el umbral para la certificación, la porción del mercado al cual se dirige el producto; así mismo se revisa el alcance de la certificación el cual cambia dependiendo de lo que se certifica, el producto, o el sistema de gestión, si se evalúa la exactitud de la información proporcionada, o dependiendo del ámbito de la certificación o si este es prescriptivo o si se basa en el desempeño, estos elementos se deben analizar pues determinan los incentivos que tendrá la empresa para involucrarse en el proceso de certificación. Por otra parte la empresa deberá tomar decisiones relacionadas con el ámbito geográfico del proceso de certificación tiene que analizar si la certificación es regional, nacional o internacional pues de ello dependerá el acceso que pueda tener a los diferentes mercados.

Otro de los aspectos que se evalúan dentro del proceso de certificación es la manera en que esta se transmite al mercado por ejemplo, a través de etiquetas, si puede ser anunciada la obtención de la certificación, la importancia de este último aspecto radica en el valor que la certificación aporta a la marca del producto. (Vertinsky & Zhou, 2000)

Un hallazgo de la revisión de los trabajos que estudiado la certificación y etiquetado es que en todos ellos se menciona alguna vez que existe un problema de credibilidad hacia los productos ecológicos y que por esta razón ha sido necesario establecer criterios rectores



más uniformes, e incluso en la revisión se muestra cuáles de los criterios pudieran ser más relevantes para analizar las características de las certificaciones así como el impacto que estas tienen en las empresas, no obstante que los trabajos analizan la certificación en ninguno de ellos se analiza el proceso de certificación y su impacto sobre los productores mexicanos, que como se ha podido observar en la primera sección de este trabajo tienen una gran importancia pues México se encuentra dentro de los primeros 10 países que cuentan con la mayor superficie dedicada a la producción orgánica y que por ende pueden ser proveedores importantes para los mercados europeos y de norte américa.

MÉTODO

Cabe señalar que aunque el crecimiento de este mercado ha sido acelerado, los criterios no operan de la misma forma en todos los países lo cual genera desconfianza entre los consumidores y por ello se considera relevante describir las características y diferencias del proceso de certificación de productos orgánicos en México y los que se otorgan a través de la Federación internacional del Movimiento de Agricultura Orgánica (IFOAM). pues de este proceso depende el acceso de estos productos al mercado internacional donde el consumo de productos orgánicos es más frecuente. Para lograr este objetivo se describe a continuación la certificación de productos orgánicos a nivel mundial y en México. Una vez descritos los procesos se procederá a identificar las diferencias.

Para realizar la descripción del sistema de certificación se han considerado las siguientes categorías de análisis: Tiempo de presencia de los organismos rectores, estructura organizativa del organismo rector de la certificación, el umbral de la certificación, el número de agencias de certificación que existen en México y también se revisa la validación que los certificados pueden tener dependiendo el nivel de aceptación de ésta a nivel internacional.

Para iniciar el análisis de la información a continuación se describe en primer lugar la certificación a nivel internacional y más adelante se detallará en las características de este sistema nivel nacional.

La certificación de productos orgánicos en el mundo.

Con el objetivo de definir la agricultura orgánica y sus principios rectores en 1972 (Langman, 2009) surge la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM por sus siglas en inglés); a la cual se han unido organizaciones profesionales y de especialistas, institutos de investigación, productores, organizaciones de consumidores, empresas entre otros; dentro de esta federación se busca la estandarización de los procesos de certificación y acreditación y se toman decisiones que tienen impacto a nivel internacional acerca de temas estratégicos (Bourgeois, 2012).

Aunque desde los 70's se definieron los primeros conceptos de la agricultura orgánica fue hasta mediados de la década de los 80's cuando se desarrolló el grupo de certificación que busca estandarizar los criterios de agricultura orgánica a nivel internacional (IFOAM-ICS, 2009). De ahí surgieron el Comité de Gestión Normas que maneja los documentos normativos y procesos básicos del Sistema de Garantía Orgánico y asesora al Consejo Mundial de IFOAM sobre cuestiones y políticas relacionadas con el OGS (IFOAM-C, 2009). También surgió el Comité de Normas que desarrolla el marco mundial de



estándares básicos para la producción y procesamiento de productos orgánicos, y la acreditación de los organismos de certificación (IFOAM-D, 2009). Así mismo el Comité de Requisitos para la Acreditación que desarrolla los criterios para la Acreditación y operación de programas de certificación orgánica (IFOAM-E, 2009).

Comité del Sistema Participativo de Garantía aconseja al IFOAM sobre cómo desarrollar, facilitar y fomentar este sistema en todo el mundo; participa en la planificación estratégica a mediano plazo y a largo plazo sobre su campo de acción (IFOAM-F, 2009).

El IFOAM cuenta también con grupos de trabajo específicos, el primero de ellos es el de Acuicultura, cuyo propósito es representar a los miembros de este sector dentro de IFOAM para discutir las normas, la certificación y el desarrollo general del este sector (Caswell & Mojduszka, 1996) (IFOAM-G, 2009).

La Asociación de Minoristas Orgánicos que agrupa a las Asociaciones Nacionales de minoristas orgánicos con el fin de ofrecer a los consumidores productos de alta calidad orgánica, busca crear redes en las cadenas de suministro de las tiendas de alimentos, fomentar el desarrollo de los sectores independientes de venta al menudeo para crear canales de marketing para pymes (IFOAM-H, 2009).

El Foro de Comercio Orgánico es otra organización cuya misión organizar a los comerciantes de productos orgánicos para crear una red de negocios con el fin de desarrollar el comercio orgánico, mejorar la comunicación entre empresas, fomentar las prácticas éticas de negocios, atraer a más socios miembros de IFOAM mediante el desarrollo de ventajas comerciales y un foro de debates (IFOAM-I, 2009).

Red de agricultores, que se ha generado para integrar listas de organizaciones de productores orgánicos en cada continente para mantenerse en contacto con ellos, ya sea que estén o no afiliados al IFOAM (IFOAM-J, 2009).

Además de los grupos antes mencionados el IFOAM cuenta con un foro de Consultores que apoya la actividad orgánica en el mundo. Así mismo cuenta con grupos regionales que se encargan de atender aspectos relevantes para cada región, los que actualmente están en función son el de la Unión Europea, el AgriBioMediterraneo, el de Japón, y el Grupo Regional de América Latina y Caribe (GALCI) (IFOAM-K, 2009).

Como se puede observar el IFOAM cuenta con una gran cantidad de grupos especializados que facilitan la creación de lineamientos y la implementación de la producción y comercialización de productos orgánicos.

Como antes se ha mencionado uno de los comités está a cargo de la creación de normas y criterios que para que se puedan implementar cuentan con el Sistema de Garantía Orgánica (OGS por sus siglas en inglés) que está integrado por 500 organismos de certificación públicos y privados y en más de 70 países ya existe o se está elaborando un reglamento orgánico. Además se sabe que existen en el mundo más de 100 normas diferentes utilizadas para certificar productos orgánicos; estas cifras reflejan el crecimiento y la diversidad del sector orgánico, pero también representan un desafío para el comercio ya que resulta difícil para los consumidores, gobiernos y organizaciones de apoyo, entender el valor de todas estas normas, etiquetas y sistemas diferentes (IFOAM-C, 2012).



Las normas del IFOAM se componen de tres documentos esenciales: los Objetivos comunes y requisitos de los estándares orgánicos o COROS por sus siglas en inglés, los estándares del IFOAM para la producción y procesamiento de productos orgánicos y los requisitos de acreditación de los cuerpos de certificación de producción y procesamiento de productos orgánicos

Las normas del IFOAM para la producción y procesamiento orgánicos en su edición 2012 presentan los estándares requeridos para la producción y procesamiento de productos orgánicos, para su facilitar la comprensión de los conceptos que se manejan presenta primero una sección de definiciones y posteriormente establece los principios y requerimientos para administración de los ecosistemas orgánicos y la agricultura orgánica. Los estándares también establecen los principios para la producción de cultivos y ganadería y en ellos se menciona que toda la granja incluidos los animales deben ser administrados tomando en consideración las prácticas orgánicas de acuerdo con los estándares vigentes. Asimismo establece que la producción orgánica requiere de un compromiso continuo con las prácticas, es decir, que deben llevarse a cabo no solamente por un periodo de tiempo sino de manera permanente. De manera específica para los cultivos establece que las especies y variedades de plantas cultivadas en sistemas de agricultura orgánica deben ser seleccionadas con base en su adaptabilidad a las características del suelo local y las condiciones climáticas además de su tolerancia a las plagas y enfermedades y todas las semillas y plantas deben ser orgánicas; se menciona también que un período de conversión permite establecer un sistema de manejo orgánico que permite construir la salud y fertilidad del suelo (IFOAM-D, 2012).

Para el manejo de plagas, enfermedades se pueden aplicar solamente medios biológicos y culturales para prevenir pérdidas inaceptables para lograrlo se usan cultivos y variedades que están bien adaptados al medio ambiente y un programa de fertilidad equilibrada con alta actividad biológica, rotaciones localmente adaptadas, abonos verdes y algunas otras reconocidas prácticas orgánicas; se debe asegurar que el suelo orgánico y sus productos están protegidos de la contaminación y las mejoras que pueden hacerse siempre y cuando estén basadas en el fitomejoramiento orgánico que respeta las barreras naturales.

En lo que concierne a las actividades de ganadería ecológica se menciona que se basa en la relación armónica entre la tierra, plantas y animales, el respeto por las necesidades fisiológicas y de comportamiento de los animales y la alimentación de buena calidad con alimentos de cultivo biológico. Para lograr este tipo de prácticas se requiere un periodo de conversión que permita desarrollar un comportamiento natural, y las funciones metabólicas e inmunológicas, se menciona también que los animales orgánicos son nacidos y criados bajo estos principios, las razas y crianza se lleva a cabo de acuerdo con las características del entorno en donde el ser humano no interfiere. La ganadería orgánica respeta las características distintivas de los animales por lo cual las mutilaciones están prohibidas.

La alimentación proviene de forraje orgánico y de buena calidad, las vitaminas y suplementos deben ser de origen natural; la medicina y tratamiento veterinario debe ser preferentemente homeopatía, medicina ayurvédica y acupuntura aunque se permiten vacunas bajo algunas condiciones especiales; durante el transporte y la matanza deben ser sometidos al menor estrés posible. Dentro de esta sección se mencionan también los criterios rectores de las actividades de apicultura (IFOAM-D, 2012).



Respecto a la acuicultura establece que esta busca mantener la biodiversidad de los ecosistemas acuáticos naturales, la salud del medio ambiente acuático y la calidad de los ecosistemas acuáticos y terrestres. Estas crecen y se cultivan de manera sostenible sin impactos adversos sobre las áreas naturales. En cuanto a los animales acuáticos orgánicos deben nacer su vida en las unidades orgánicas y son alimentados con productos orgánicos de buena calidad de manera balanceada y considerando las características de las especies. Las prácticas de manejo orgánico promueven y mantienen la salud y el bienestar de los animales procurándoles un hábitat libre de estrés con condiciones de vida para fomentar la resistencia a las enfermedades, parásitos e infecciones; por último para el transporte y matanza de estos animales se debe mantener el nivel mínimo de estrés.

En lo que respecta al procesamiento y manejo se dice que este debe proveer a los consumidores con productos orgánicos nutritivos y de alta calidad sin comprometer la integridad, respetando el principio de protección al medio ambiente. Los productos orgánicos procesados son hechos con ingredientes orgánicos y están protegidos contra las plagas y enfermedades mediante las buenas prácticas de fabricación que incluyen una limpieza adecuada, saneamiento e higiene, sin el uso de tratamientos químicos de control de plagas o irradiación y deben estar libres de sustancias que se utilicen para limpiar, desinfectar y sanitizar las instalaciones de procesamiento. El empaque de estos productos tiene un mínimo impacto en el medio ambiente. También se menciona que los productos que cumplen con esas características deben ser etiquetados como orgánicos y su etiqueta debe mostrar el nombre de la empresa responsable del producto, el nombre de la empresa certificadora y debe mostrar los ingredientes en el caso de productos procesados (IFOAM-D, 2012).

La aplicación de la normatividad del IFOAM corre a cargo del Sistema de Garantía Orgánica, que a través de organizaciones acreditadas que forman parte del Sistema Orgánico Internacional de Acreditación del IFOAM (IGOSA por sus siglas en inglés. Actualmente hay más de 300 organismos de certificación en todo el mundo, ofreciendo servicios de inspección y certificación para los agricultores y productores ecológicos, (IFOAM-IOAS, 2012); de los cuales, 43 están acreditadas por el IOAS y el 65% de ellos tienen presencia en más de un país. Estos organismos se encuentran distribuidos en el mundo de la siguiente forma: 14 están en Europa, 14 en Asia y el Pacífico, 7 en EE.UU., 10 en América Latina, 4 en el Oriente Medio y en África 4. Cabe señalar que 33 de los organismos de certificación están en el programa IFOAM, 31 se basan en el programa Guía ISO 65, 7 en el programa GOTS, 25 se encuentran bajo la vigilancia de Canadá, 32 bajo vigilancia en el programa de reconocimiento europeo y 3 en el programa orgánico textil de intercambio (IFOAM-IOAS-B, 2012).

Cabe señalar que el esquema normativo complejo establecido por el IFOAM ha sido desarrollado durante la historia de esta institución, el primer borrador data de 2005 y finalmente el 12 de agosto de 2012 se publicó la versión 1.0 de las Normas del IFOAM (IFOAM-E, 2012). La razón principal de la publicación de este documento fue unificar los criterios de operación en todo el mundo, y favorecer la imagen de los productos orgánicos, sin embargo se respetan los criterios establecidos en cada región y de esta forma se desarrolló una lista oficial (figura 3) de normas aprobadas por el movimiento orgánico basados en su equivalencia con los “Objetivos comunes y requisitos de los estándares



orgánicos”. Solo aquellos productos que se encuentren certificados bajo esos lineamientos son considerados como válidos, la emisión de este listado proporciona al consumidor una base para la toma de decisiones de compra. Este documento protege a los consumidores de falsas promesas y el esfuerzo de los productores que han certificado sus productos, sin embargo, para que esta medida surta efecto es necesario informar al consumidor. Existen diferentes esquemas normativos, y tal diversidad puede causar confusión en los consumidores; por lo cual se debe simplificar la información para facilitar su identificación, para ello resulta más fácil utilizar un distintivo gráfico, por ello a partir de diciembre pasado está disponible para los productores orgánicos un distintivo que pueden colocar en la etiqueta de sus productos (IFOAM, 2013).

Figura. 1. Normas orgánicas del IFOAM.



Figura 1. Normas orgánicas del IFOAM, IFOAM, 2013, That is organic worldwide.

Como se puede observar en la figura anterior existen 52 normas que pertenecen a la familia de estándares del IFOAM ya que han sido avaladas como equivalentes de los “Objetivos comunes y requisitos de los estándares orgánicos” y 9 aún están en proceso de aprobación; se puede decir que cualquiera de estos es aceptado en la mayoría de los países consumidores de productos orgánicos.

Es de esperarse que debido a la trayectoria de los organismos de certificación en cada país, desde la perspectiva del consumidor sea más confiable el distintivo local, en lugar de los productos que hayan sido emitidos por otro país, no obstante, se ha sugerido que cualquier producto certificado bajo cualquiera de esas normas sea considerado como válido, y con ello evitar la solicitud de un nuevo certificado en el país en el cual se quiere comercializar el producto, aunque la medida parece conveniente solo Australia ha adoptado esta medida (IFOAM-D, 2013). A pesar de las recomendaciones hasta el 26 de febrero de 2013 solamente había dos productos autorizados para mostrar en su etiqueta el distintivo gráfico (figura 2) de la marca orgánica internacional y dos agencias certificadoras autorizadas para



subcontratar el uso de la marca que se encuentran en Malasia y Tailandia (IFOAM-B, 2013).

Figura 2. Logotipo de la marca orgánica global.



Figura 2 Logotipo de la marca orgánica global, IFOAM (IFOAM-C, 2013)

La certificación de productos orgánicos en México.

En México para atender las demanda del mercado de productos orgánicos y regular el crecimiento acelerado el gobierno el 7 de febrero de 2006 publicó la “Ley de productos orgánicos” cuyo objetivo primordial es promover y regular los criterios y/o requisitos para la conversión, producción, procesamiento, elaboración, preparación, acondicionamiento, almacenamiento, identificación, empaque, etiquetado, distribución, transporte, comercialización, verificación y certificación de productos producidos orgánicamente; así como para establecer los requerimientos mínimos de verificación y Certificación orgánica, Promover los sistemas de producción bajo métodos orgánicos, y establecer la lista nacional de sustancias permitidas, restringidas y prohibidas bajo métodos orgánicos así como los criterios para su evaluación, (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2006). Además se estableció para cumplir con este propósito el Consejo Nacional de la producción Orgánica el 26 de Septiembre de 2007 (CNPO, 2007), y finalmente en abril del 2010 se publicó “El Reglamento de la Ley de Productos Orgánicos”, con el objeto de reglamentar los lineamientos establecidos en la ley de 2006 (SAGARPA, 2010). El CNPO es un órgano de consulta de la SAGARPA con carácter incluyente y representativo de los productores y agentes de la sociedad en materia de productos orgánicos de acuerdo con su sitio de internet cuenta con 25 integrantes de los diferentes sectores representativos como productores, procesadores, comercializadores, agencias de certificación, consumidores, instituciones académicas y de investigación y Dependencias de la APF (Administración Pública Federal) como SAGARPA, SEMARNAT, Secretaría de Salud (COFEPRIS), Secretaría de Economía y PROMÉXICO. (Consejo Nacional de la Producción Orgánica, 2013). El segundo grupo es el de Promoción de los productos orgánicos, tiene como finalidad analizar las acciones que promuevan la producción orgánica y es cordinado por ASERCA (Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria) Y también se formó un grupo de trabajo sobre sistemas de información de la producción orgánica con el objeto de analizar un sistema que refleje la información del sector orgánico, este último grupo está coordinado por el SIAP-SAGARPA (Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera).

En el 2010 se establecieron los lineamientos para otorgar a los productos mexicanos un Distintivo Nacional a través de un proceso de certificación que fue finalmente diseñado y presentado en la 5ta. Sesión Ordinaria del consejo Nacional de la producción orgánica (CNPO B, 2010), con esto se abre la oportunidad para el etiquetado de productos orgánicos que pudiera contar con un elemento visual distintivo que facilitara a los consumidores la identificación de los productos que habían sido obtenido una evaluación satisfactoria con respecto a los criterios de la SAGARPA. Si bien es cierto que según las evidencias se ha



avanzado en la producción y comercialización y normalización de productos orgánicos aún quedan retos que afrontar uno de ellos es el etiquetado.

Otro dato interesante es que actualmente se cuenta según datos del IFOAM solamente con 4 agencias de certificación en México que cumplen con sus requisitos (IFOAM-IOAS, 2012) y todas ellas se especializan en las actividades de agricultura, ganadería y procesamiento de alimentos; cabe señalar que solo una de las tres que forman parte del Consejo Nacional de la Producción Orgánica dada esta situación la toma de decisiones relacionadas con la certificación pueden verse limitadas al ámbito local verse limitadas al ámbito local.

Después del análisis de la información se presenta la síntesis (Tabla 1.) de los resultados del análisis de la información disponible.

Tabla1. Resultados del análisis

CATEGORIAS DE ANÁLISIS	CERTIFICACIÓN ANIVEL INTERNACIONAL	CERTIFICACION EN MÉXICO
Tiempo de presencia en el mercado de cada certificado.	aproximadamente 20 años	El concepto de certificación de productos orgánicos data de 2006
Estructura organizativa del organismo rector de la certificación	13 grupos, orientados a la comercialización, desarrollo de normas para la acreditación y certificación, distribución, consultoría, y creación de criterios para actividades específicas como la acuicultura.	3 grupos de trabajo: Sistema de control Sistema de promoción Sistema de información
Variedad normas disponibles para los productores	Establece criterios para la ganadería, apicultura agricultura, acuicultura y procesamiento de productos orgánicos, y cuenta con grupos especializados para la industria textil y de cosméticos, también regula la emisión de certificados, uso de licencias, certificados y marcas de certificación y se establecen los criterios normativos para la acreditación de organismos de certificación.	Establece criterios para la ganadería, apicultura agricultura, acuicultura y procesamiento de productos orgánicos, también regula la emisión de certificados.
Número de agencias de certificación	más de 300	11 organismos reconocidos por el IFOAM

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla antes presentada el trabajo de certificación en México aunque aún es reciente es valioso puesto que cuenta con normas ya validadas a nivel internacional por el IFOAM; además cuenta con grupos de trabajo especializados que fomentan la comercialización, el control de la información de este sector, desarrollo de normativa y el desarrollo de competencias en los productores, sin embargo, el trabajo que se desarrolla no es tan específico como el que se trabaja a nivel internacional, no obstante el trabajo que realiza puede apoyarse en los criterios desarrollados en los organismos internacionales.



Quizá uno de los elementos que llaman la atención es que de acuerdo con la ley de productos orgánicos de México solamente puede considerarse producto orgánico aquel que sea producto alimenticio por ello la creación de grupos de trabajo especializados en otras actividades se ve limitada, a las actividades de ganadería, agricultura, apicultura y procesamiento de alimentos.

Además debe tomarse en cuenta que de los cuatro organismos de certificación reconocidos por el IFOAM solo uno participa en la creación de criterios de trabajo para el sector orgánico en México.

Después del análisis es evidente que las oportunidades de negocio para los productores mexicanos se encuentran fuera de México y la situación en que se encuentra la certificación en el país no es muy alentadora para los productores ya que las certificaciones a las cuales se les ha dado mayor impulso en México no cuentan con el nivel de reconocimiento que tienen las que se emiten por organismos acreditados a nivel internacional y como consecuencia deben pasar por un segundo proceso de certificación que puede ser costoso y requerir de tiempo que influyen sobre el nivel de ingresos de los productores.

Por otra parte cabe señalar que dado que los grupos de trabajo del movimiento orgánico en México no tienen el nivel de especialidad que tienen los del IFOAM existen áreas de oportunidad que aún no han sido exploradas y que son trascendentales para lograr el crecimiento del mercado orgánico al interior del país y para ampliar la gama de productos que pueden ser sujetos de certificación.

Debe reconocerse el trabajo realizado en México pero también se debe considerar que aún hay mucho por hacer y que todo debe ser considerando los requerimientos del mercado global.

LISTA DE REFERENCIAS

- Bourgeois, D. (25 de mayo de 2012). *How it all began*. Obtenido de ifoam-EU.org:
http://www.ifoam.org/about_ifoam/inside_ifoam/pdfs/How_IFOAM_Began.pdf
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (7 de Febrero de 2006). Ley de Productos Orgánicos. *Ley de Productos Orgánicos*. Distrito Federal, México.
- Caswell, J., & Mojduszka, E. (1996). Using informational labelling to influence the market for quality in food products. (U. L. Project, Ed.) *Food Marketing Policy Center*(32), 1-17.
- Certimex. (nd de nd de 2012). *Datos estadísticos*. Recuperado el 20 de diciembre de 2012, de certimex.com: <http://www.certimexsc.com/estadisticas.pdf>
- CNPO. (26 de Septiembre de 2007). *Acta de instalación y primera reunión de trabajo del Consejo Nacional de la Producción Orgánica*. Recuperado el 17 de febrero de 2011, de Reuniones Ordinarias:
http://www.cnpo.org.mx/descargas/Acta%20de%20Instalacion%20y%201a%20Reunion_%20CNPO.pdf



- CNPO B. (28 de Octubre de 2010). *Reuniones Ordinarias*. Recuperado el 16 de Mayo de 2011, de 5ta. Reunion ordinaria del CNPO:
http://www.cnpo.org.mx/descargas/Present_SENASICA_5aReunOrd.pdf
- Consejo Nacional de la Producción Orgánica. (nd de nd de 2013). *Presentación*.
 Recuperado el 12 de marzo de 2013, de cnpo.org.mx:
<http://www.cnpo.org.mx/objetivos.htm>
- Ecoticias.com. (23 de Abril de 2010). *La producción orgánica en México*. Recuperado el 09 de Septiembre de 2012, de Ecoticias.com:
<http://www.ecoticias.com/alimentos/25335/noticias-comida-bebidas-alimentos-transgenicos-productos-agricultura-ganaderia-ecologicas-organicos-naturales-sostenibles-medioambiente-medio-ambiente-medioambiental-ambiental>
- Gómez Tovar, L., & Gómez Cruz, M. (2004). La agricultura orgánica en México y el mundo. (CONABIO, Ed.) *Biodiversitas*, 13-15.
- IFOAM. (01 de marzo de 2013). *The Global Organic Mark*. Recuperado el 10 de marzo de 2013, de ifoam.org:
http://www.ifoam.org/about_ifoam/standards/OGS/GlobalMark.html
- IFOAM-B. (26 de Febrero de 2013). *The Global Organic Mark (GOM) - Approved Clients*.
 Recuperado el 10 de Marzo de 2013, de ifoam.org:
http://www.ifoam.org/about_ifoam/standards/OGS/ListofapprovedGOMclients_Feb2013.pdf
- IFOAM-C. (ND de ND de 2009). *Norms Management Committee*. Recuperado el 19 de enero de 2012, de ifoam.org:
http://www.ifoam.org/about_ifoam/standards/ogs_committees/norms_management_committee/norms_management_committee.html
- IFOAM-C. (26 de Septiembre de 2012). *El Sistema de Garantía Orgánica de IFOAM*.
 Obtenido de El Sistema de Garantía Orgánica de IFOAM:
http://www.ifoam.org/about_ifoam/standards/OGSBrochure2012_ES_web.pdf
- IFOAM-D. (ND de ND de 2009). *The Standards Committee*. Recuperado el 19 de enero de 2013, de ifoam.org:
http://www.ifoam.org/about_ifoam/standards/ogs_committees/standards_committee/standards_committee.html
- IFOAM-D. (2012). *The IFOAM norms for organic production adn processing*. Germany: IFOAM.
- IFOAM-D. (18 de febrero de 2013). *The new IFOAM family of Standards*. Recuperado el 10 de marzo de 2013, de ifoam.org:
http://www.ifoam.org/about_ifoam/standards/family_of_standards/familiy_of_standards.html
- IFOAM-E. (ND de ND de 2009). *The Criteria Committee*. Recuperado el 19 de enero de 2013, de ifoam.org:
http://www.ifoam.org/about_ifoam/standards/ogs_committees/criteria_committee/criteria_committee.html



- IFOAM-E. (12 de agosto de 2012). *The IFOAM Norms*. Recuperado el 2 de febrero de 2013, de ifoam.org: http://www.ifoam.org/about_ifoam/standards/norms.html
- IFOAM-F. (ND de ND de 2009). *The IFOAM PGS Committee*. Recuperado el 19 de enero de 2013, de ifoam.org: http://www.ifoam.org/about_ifoam/standards/pgs/PGS-Committee.html
- IFOAM-G. (nd de nd de 2009). *The IFOAM Aquaculture Group*. Recuperado el 19 de enero de 2013, de ifoam.org: http://www.ifoam.org/about_ifoam/professional/aquaculture.html
- IFOAM-H. (nd de nd de 2009). *The IFOAM Organic Retailers Association*. Recuperado el 19 de enero de 2013, de ifoam.org: http://www.ifoam.org/about_ifoam/professional/ora.html
- IFOAM-I. (nd de nd de 2009). *IFOAM Organic Trade Forum*. Recuperado el 19 de enero de 2013, de ifoam.org: http://www.ifoam.org/about_ifoam/professional/trade_forum.html
- IFOAM-ICS. (nd de nd de 2009). *Historical Background and current status*. Recuperado el 15 de enero de 2013, de ifoam.org: http://www.ifoam.org/about_ifoam/standards/ics/ICSbackground.html
- IFOAM-IOAS. (06 de enero de 2012). *Certification bodies*. Recuperado el septiembre de 2012, de International Organization Accreditation Service: <http://www.ioas.org/certbod.htm>
- IFOAM-IOAS-B. (11 de Julio de 2012). *Accredited Certification Bodies*. Obtenido de ioas.org: <http://www.ioas.org/acbs.htm>
- IFOAM-J. (nd de nd de 2009). *INOFO: the Intercontinental Network of Organic Farmers Organisations*. Recuperado el 19 de enero de 2013, de ifoam.org: http://www.ifoam.org/about_ifoam/professional/farmers_network.html
- IFOAM-K. (nd de nd de 2009). *The IFOAM Organizational Structure*. Recuperado el 19 de enero de 2013, de ifoam.org: http://ifoam.org/about_ifoam/inside_ifoam/organization.html
- Langman, M. (25 de mayo de 2009). *History of IFOAM*. Obtenido de ifoam-EU.org: http://www.ifoam.org/about_ifoam/inside_ifoam/pdfs/Early_History_IFOAM.pdf
- Prakash, A. (2002). Green marketing, public policy and managerial strategies. *Business Strategy and the Environment*, 11, 285-297.
- Rodríguez, I. (03 de Marzo de 2011). *Amas de casa exigen productos verdes*. Obtenido de CNN Expansión: <http://www.cnnexpansion.com/manufactura/2011/03/03/amas-de-casa-exigen-productos-verdes>
- SAGARPA. (1 de Abril de 2010). *Reglamento de la Ley de Productos Orgánicos*. Recuperado el 17 de Febrero de 2011, de Marco Legal: http://www.cnpo.org.mx/descargas/reglamento_de_la_ley_de_productos_organicos_DOF_01042010.pdf
- Sahota, A. (15 de Febrero de 2012). *Organic Monitor*. Recuperado el 17 de Septiembre de 2012, de organic-world.net: <http://www.organic->



world.net/fileadmin/documents/yearbook/2012/2012-02-16/sahota-2012-global-market-2010.pdf

Vertinsky, I., & Zhou, D. (2000). Product and process certification Systems, regulations and international marketing strategies. *International Marketing Review*, 17(3), 231-252.

Willer, H. (15 de Febrero de 2012). *Organic Agriculture Worldwide: Current Statistics*. Recuperado el 17 de Septiembre de 2012, de organic-world.net:
http://www.organic-world.net/fileadmin/documents/yearbook/2012/fibl-ifoam-2012-statistics-2012-02-15_.pdf

