



Figura 1. México es el principal exportador de café orgánico (tomado de: <https://www.gob.mx/agricultura/es/articulos>).

Características y beneficios de los alimentos orgánicos en México

Characteristics and benefits of organic foods in Mexico

Jesús Alberto Montalvo Morales, Osiris María Echeverría Ríos y Arianna Núñez Carballo

Facultad de Ciencias de la Administración,
Universidad Autónoma de Coahuila, Saltillo, Coahuila, México.

Contacto: ariannanunez@uadec.edu.mx

Resumen. La industria alimenticia tiene un gran compromiso con la sociedad al desarrollar y distribuir alimentos que contribuyan a la seguridad alimentaria del consumidor y al cuidado del medio ambiente. En este artículo se habla sobre el beneficio del consumo de productos orgánicos para la salud y el planeta, el proceso de certificación, el apoyo gubernamental en México y el precio de los productos orgánicos.

Palabras clave. beneficios, consumidor, alimentos orgánicos

Abstract. Health is vital for human beings, so each person's diet has a close relationship with health. The food industry has a great commitment to society by developing and distributing foods that contribute to consumer food security and care for the environment. This article talks about the benefit of consuming organic products for health and the environment, the certification process, government support in Mexico and the price of organic products.

Key words. benefits, consumer, organic food

Introducción

La preocupación de los consumidores por el medio ambiente, la salud y la alimentación saludable se ha incrementado en la actualidad, lo que trae consigo la búsqueda de alternativas que permitan una producción de alimentos libres de sustancias nocivas para el consumo humano y que, a la vez, no representen un daño a los recursos naturales de suelo, agua, aire y organismos.

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible estableció 17 ambiciosos objetivos a alcanzar en los ámbitos económico, social y ambiental a nivel internacional. Dentro de este amplio plan, en el objetivo duodécimo se establece lo siguiente: "Garantizar modalidades de producción y consumo sostenible" (ONU, 2022); conseguir lo anterior contribuiría al cuidado y la protección del medio ambiente, enfatizando la necesidad de involucrar a los participantes de la cadena de suministro completa, desde el productor hasta el consumidor final. Las empresas que quieren ser socialmente responsables necesitan que sus actividades se realicen de forma alineada a los criterios de sostenibilidad que

proponen las instituciones internacionales y a la vez, las nacionales que expiden las certificaciones propias para un producto en una zona específica de un país.

No cabe duda de que, la agricultura orgánica es un eslabón clave para alcanzar los objetivos de la agenda 2030 ofreciendo soluciones viables en varias áreas tales como salud, ecología, equidad y cuidado del medio ambiente (IFOAM, 2021).

En México se introdujo la comercialización de productos orgánicos en los años sesenta como resultado del crecimiento de la demanda europea, estos productos como: café, plátano, Jamaica y vainilla entre otros provinieron principalmente de zonas indígenas de los estados de Chiapas y Oaxaca, porque tienen una agricultura tradicional en donde no se utilizan químicos para la producción (Profeco, 2018).

Alimentos orgánicos

En los años ochenta la idea de un producto alimenticio orgánico comenzó a desarrollarse, la población comenzó a tener en cuenta los factores que afectan al medio ambiente y la protección de las condiciones laborales de los agricultores además del valor nutritivo de los alimentos (Ortega, 2022).

De acuerdo con la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) los alimentos orgánicos son “productos que se cultivan, crían y procesan utilizando métodos naturales. En el caso de la agricultura, no se utilizan químicos, como pesticidas, fertilizantes sintéticos, aguas residuales, o variedades transgénicas. En la ganadería no se administran a los animales hormonas de crecimiento, anabólicos o antibióticos, ni se les alimentan con comida sintética” (Profeco, 2018).

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) plantea una perspectiva más amplia sobre el término, porque toma el cuidado del medio ambiente en consideración. Cuando se tiene una agricultura orgánica se incrementa la fertilidad del suelo a largo plazo, disminuye la probabilidad de

contaminar el agua subterránea, mitiga el efecto invernadero y el calentamiento global y se protege la biodiversidad (FAO, 2019). Su adopción requiere un 30% más de mano de obra por hectárea con respecto a la producción convencional (IFOAM, 2021). Actualmente la agricultura orgánica tiene grandes expectativas de crecimiento, cada vez más empresas están realizando inversiones dirigidas a los productos con mayor rentabilidad y valor de la producción.

En virtud de lo anterior México ha logrado contar con una presencia cada vez mayor en la producción y comercialización de alimentos orgánicos en el mundo. Destacándose principalmente en la producción de frutas, vegetales y café (Fig. 1). Michoacán es el estado con la mayor cantidad de hectáreas destinadas a la producción agrícola orgánica y el aguacate es el fruto orgánico que participa del 85 % del valor de la producción; el resto lo aportan otros cultivos como la zarzamora, el mango y el tomate rojo (SIAP, 2021).

Certificación de productos orgánicos

Con el objetivo de garantizar la calidad de los alimentos orgánicos se crearon organismos para avalar el cuidado del agua y del suelo, el procesamiento de los alimentos, las prácticas de cultivo y la responsabilidad social. El Servicio

Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad (SENASICA, 2021) creó el distintivo “Orgánico SAGARPA México” (figura 1) el cual avala que los alimentos cumplen con los criterios de producción orgánica establecidos en la Ley de Productos Orgánicos, lo anterior tiene por objetivo desarrollar la confianza y credibilidad en los consumidores sobre la calidad de los alimentos que consume. Por tanto, el distintivo es un reflejo de la excelencia del producto.

Para los productores que deseen producir, certificar y comercializar sus productos como orgánicos, la obtención de la marca implica una fuerte inversión que asegura la solicitud. El proceso de acreditación, la impresión, el etiquetado del distintivo, así como las cuotas anuales de certificación (Fig. 2). No obstante, todas las ventajas para el caso de pequeños productores, el costo supone un problema por la insuficiencia de recursos (Ortega, 2022). El primer año de certificación es el más complicado por el proceso de aprendizaje (SENASICA, 2021).

A pesar de la importancia de este distintivo, el gobierno federal asume una mínima aportación para promover la agricultura orgánica como forma de contribuir a la sostenibilidad, provoca que muchos agricultores contraigan deudas porque si su producto no obtiene la certificación tendrían pérdidas, pues tiene que vender el producto como convencional. No obstante, el principal apoyo gubernamental consiste en el pago de la participación en talleres, capacitaciones y ferias agrícolas.

En la actualidad SENASICA se encuentra en negociaciones desde al año 2016 con la Unión Europea para lograr un Acuerdo de Equivalencia Mutua en las regulaciones y sistemas de control de los productos orgánicos, aunque hasta ahora no se ha logrado consolidar (SAGARPA, 2017).

Beneficios de los productos orgánicos

Es necesario que el consumidor tome mejores decisiones al adquirir productos basados en el beneficio de su salud y no por necesidad o poder adquisitivo, este último muchas veces ocasiona el consumo de comida chatarra (Yahuaca, 2023). También hoy en día no existe una difusión clara de los beneficios



Figura 2. Distintivo Nacional de los Productos Orgánicos.

del consumo de productos orgánicos sobre la salud y sobre el cuidado del medio ambiente con prácticas de producción sostenibles, lo que hace que la población no disponga de información para decidir su compra e incrementar el consumo de productos orgánicos en su dieta diaria. El consumo de alimentos orgánicos trae beneficios para la salud porque poseen más antioxidantes (alrededor de 30%), no tienen antibióticos ni residuos agroquímicos, ayudando a evitar la resistencia a los antibióticos, son más agradables por su sabor, olor y frescura y están recomendados para personas que padecen enfermedades cuya alimentación debe ser muy particular y rigurosa (López, 2019).

Es importante el desarrollo de estrategias de marketing, el uso de redes sociales y el internet para demostrar la importancia de la compra de alimentos orgánicos independientemente del nivel de ingreso y el nivel de educación; la información que tenga el consumidor es clave para el diseño de estrategias comerciales efectivas que otorguen mayor competitividad a la oferta productiva empresarial actual.

El beneficio con respecto al medio ambiente radica que al comparar la huella de carbono en el sistema convencional y el orgánico, se encontró que para producir un kilogramo de café orgánico se genera una huella de 0.11 kg de CO₂, en comparación con el café del mismo tipo producido en el sistema convencional, el cual genera 0.33 kg de CO₂, con lo cual se puede concluir que los sistemas de producción orgánica de café representan un papel importante en la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y por consiguiente en la reducción del agujero en la capa de ozono (Peralta, 2022).

El precio de los alimentos orgánicos

En la actualidad la accesibilidad a los productos orgánicos es cada vez mayor, ahora además de tiendas naturistas y establecimientos especializados, también se encuentran en las cadenas de supermercado. El consumo de alimentos en un contexto de sustentabilidad es una respuesta al estado interno del consumidor donde se engloba su estado emocional, sus valores y su actitud; el consumidor orgánico es impulsado por tener una identidad de consumidor de

orden superior, un consumidor ambientalmente consciente (Andrade, 2018). A pesar de que el precio es un factor importante que ha limitado el incremento de su demanda, los consumidores de alimentos orgánicos no son tan sensibles al precio, su compra se ve orientada al valor que perciben del producto y el cuidado del medio ambiente por parte de la empresa que los produce (López, 2019). Un mayor poder adquisitivo permite destinar un mayor porcentaje del gasto en alimentos orgánicos ya que no representa una restricción financiera.

Las principales barreras que existen para el consumo de orgánicos es el precio y el ingreso de los consumidores. Los alimentos orgánicos son más caros que los convencionales por su escala de producción menor, alto costos de certificación, requieren de controles estrictos en el proceso productivo, requieren de un 30% más de personal para su atención, implica mayores costos de logística y tienen un empaque especial para su conservación (Andrade, 2018), sin embargo el interés creciente y la búsqueda del aspecto de la salud por los estudiantes universitarios junto con las recomendaciones de los usuarios online contribuye al aumento del consumo de estos alimentos entre los jóvenes con poder adquisitivo (Andrade, 2018).

Conclusión

El futuro trae retos para incrementar prácticas más saludables y sostenibles en la alimentación, por tanto, incrementar los sembradíos orgánicos es una meta muy acertada en la que el gobierno debe tener participación, ya que México tiene una posición geográfica privilegiada, posee una disponibilidad aproximada de 20 millones de hectáreas para sembrar diversidad de productos agrícolas en valles, litorales, planicies, albergando una enorme riqueza en la variedad de topología y climas.

Sin embargo, existe desconocimiento en gran parte de los consumidores de la importancia de los productos orgánicos para la salud y el medio ambiente, provocando que el número de consumidores socialmente responsable sea menor. El precio es un elemento importante en países donde la inflación crece por año haciendo que el consumidor si quisiera ser socialmente responsable tenga una barrera limitante.

En la actualidad se ha visto un aumento del consumo de productos orgánicos por parte de jóvenes ya que las redes sociales han jugado un papel importante en esta generación.

Sin embargo, y a pesar de la considerable evidencia del beneficio del consumo de alimentos orgánicos, los determinantes del comportamiento de compra orgánico siguen siendo inciertos, y quedan sujetos a variables de tipo contextual y delimitadas a la percepción de los propios consumidores.

Referencias

- Andrade, C. M. (2018). Demanda y Consumo de Productos Orgánicos en el Cantón Riobamba, Ecuador. . Información Tecnológica, 3-14.
- FAO. (2019). Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Obtenido de ¿Qué es la agricultura orgánica? : <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq1/es/>
- IFOAM. (2021). International Federation of Organic Agriculture. Obtenido de Sustainable Development: <https://www.ifoam.bio/ourwork/what/sustainable-development>
- López, S. G. (2019). Factores que influyen en la compra de alimentos orgánicos en México. Un análisis mixto. *Small Business International Review*, 69-85.
- ONU. (2022). Organización de las Naciones Unidas. Obtenido de Objetivos y metas de desarrollo sostenible: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Ortega, P. I. (2022). Agricultura orgánica en Michoacán, México: evidencias de sostenibilidad. *Inquietud Empresarial*, 97-112.
- Peralta, J. e. (2022). Estrategia de certificación orgánica de cafetales en la Sierra de Santa Marta, Sotepan, Veracruz. . *Inventio*, 1-10. 10.30973/<https://inventio/2022.18.45/4>
- Profeco. (2018). Procuraduría Federal del Consumidor . Obtenido de Alimentos orgánicos: <https://www.gob.mx/profeco/documentos/alimentos-organicos?state=published>
- SAGARPA. (2017). Gobierno de México. Obtenido de Promueve sagarpa productos orgánicos mexicanos: www.gob.mx/agricultura/prensa/promueve-sagarpa-productos-organicos-mexicanos-en-mercados-internacionales
- SENASICA. (2021). Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad. Obtenido de Guías e infografías de productos orgánicos: <https://www.gob.mx/senasica/documentos/guias-e-infografias-de-productos-organicos?state=published>
- SIAP. (24 de abril de 2021). Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. Obtenido de Anuario estadístico de la producción agrícola: <https://nube.siap.gob.mx/cierreagricola/>
- Yahuaca, J. B. (2023). Seguridad alimentaria y responsabilidad social de la industria de alimentos. *Milenaria, Ciencia y Arte*, 21: 25-28. <https://doi.org/10.35830/mcya.vi21.341>