



Razón y Palabra

ISSN: 1605-4806

octavio.islas@uhemisferios.edu.ec

Universidad de los Hemisferios

Ecuador

Vargas-Hernández, José G.
Posicionamiento De La Producción Orgánica Y Local En La Agroindustria
Razón y Palabra, vol. 20, núm. 94, septiembre-diciembre, 2016, pp. 720-733
Universidad de los Hemisferios
Quito, Ecuador

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199547464044>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Posicionamiento De La Producción Orgánica Y Local En La Agroindustria

Positioning Of Organic Production And Local In Agribusiness

**José G. Vargas-Hernández,
Universidad de Guadalajara
josevargas@cucea.udg.mx**

Resumen

El objetivo de realizar el presente trabajo es analizar, desde una perspectiva del pensamiento crítico, aquellas repercusiones y costos sociales que ha dejado el sistema de producción agro-industrial a gran escala, y el cómo es que la producción orgánica puede ser alternativa para hacer frente a la agro-industria, abarcando los antecedentes y el desarrollo que han tenido en los años recientes y la fuerte tendencia que se ha venido dando hacia este tipo de productos. También se realiza un análisis de cómo los mercados orgánicos locales pueden disminuir los costos de transacción, así como un análisis de la producción y comercialización orgánicas dentro de la teoría de la industria y recursos, de igual forma se aprecia que en el caso de los mercados y tianguis que son locales no se busca una internacionalización, pero si se aplica una estrategia global aprovechando los cambios de paradigmas que surgen a nivel mundial.

Palabras clave: Agricultura, ecología, mercados orgánicos, productos orgánicos.

Abstract

The objective of completing this study is to analyze, from the perspective of critical thinking, those consequences and social costs that has left the agroindustry on a large scale production system in the same way how is that organic production can be alternative process against agroindustry, encompassing development background and have had the latter in recent years and the strong trend that has been going to this type of product. There will also be an analysis of how organizations of local cooperatives producing organic decrease transaction costs, and an analysis of the organic production and commercialization in the theory of the industry, likewise it shows that in the case of market places that are local internationalization is not looking, but if a global strategy taking advantage applies paradigm shifts that occur worldwide.

Key words: Agriculture, ecology, organic markets, organic products.

Introducción

La investigación que aquí es realizada se hace siempre desde un enfoque del pensamiento crítico, ¿qué es esto del pensamiento crítico?, el profesor John Holloway lo define como: "...pensamiento que busca la esperanza en un mundo donde parece que ya no existe; que abre lo cerrado, que sacude lo fijo. El pensamiento crítico es el intento de entender la tormenta y algo más. Es entender que en el centro de la tormenta hay algo que nos da esperanza." (Holloway, 15 de mayo 2015, s.p.), es decir no cerrarse a ver y entender la realidad desde una sola arista, sino observarla desde diversas perspectivas e ir un poco más allá de lo convencional o de lo esperado.

Ya que como bien señaló Toledo (2011), la ciencia y las tecnologías que de ella resultan, se encuentran al servicio del capital, esto es verdad que es una práctica dominante, pero por fortuna no es una práctica hegemónica. Pues contrariamente a lo que se pregoná y se sostiene, no hay en realidad una sola ciencia "La Ciencia", sino que existen muchas maneras y formas de concebir e interpretar a la realidad que nos rodea, así como también de hacer ciencia y de producir tecnologías. Señala también que dentro de la comunidad científica existen algunas minorías críticas, de contracorriente, en constante búsqueda de un cambio radical del quehacer científico buscando una democratización del conocimiento.

Dando seguimiento a la idea arriba descrita, en el presente trabajo se pretende cuestionar y analizar de una manera crítica a los sistemas alimentarios, en cuanto a su producción y forma de distribución y comercio que existen actualmente dentro del país, y se busca explicar el cómo influyen en la sociedad, así como las prácticas alternativas tanto de la producción y del comercio que existen, como lo es la producción orgánica, y que hacen frente al actual sistema agro-industrial convencional.

Pero, ¿por el interés de hablar acerca de una producción orgánica dentro de un trabajo de economía? La respuesta a este cuestionamiento resulta sencilla de dilucidar, pues es evidentemente claro que la llamada "revolución verde" aquella que surgió allá en la década de los 60s y la cual entró fuertemente en el campo con un discurso que aún hoy en día mantienen, sobre terminar con el hambre en el mundo, esto mediante una producción agro-industrial, es decir con fertilizantes e insumos de síntesis, así como con el uso de semillas mejoradas y más recientemente con la utilización de los Organismos Genéticamente Modificados (OGMs), también conocidos como los transgénicos, pero a pesar de todo ello, no ha logrado alcanzar su objetivo en más de 40 años, y mientras en el planeta continúan habiendo muertes por hambruna, y dentro del país la pobreza alimentaria supera los 27 millones de habitantes representando un 23.3% de la población según datos del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) (2012), esta cifra es alarmantemente preocupante.

Motivaciones y justificación

Buscando partir el análisis desde lo general a lo particular, se buscará la forma de aterrizar una problemática de tan grandes y diversas dimensiones, como lo es el hambre y las implicaciones que tienen acciones como el simple hecho de seleccionar

conscientemente qué alimentos son los que se van a consumir y en dónde adquirirlos dentro en el sistema de producción y la distribución de los alimentos a un nivel global, lo que con esto se quiere decir, es que a partir de las elecciones conscientes por parte de los consumidores se puede lograr tener un fuerte impacto ante las grandes compañías que forman parte del oligopolio que controla gran parte de la alimentación y el sistema de producción agro-industrial, estas empresas que van desde las grandes distribuidoras y comercializadoras de alimentos hasta las empresas que venden semillas modificadas e insumos de síntesis química para la producción agro industrializada.

Como bien lo menciona Toledo, (2011, p.44) “En un mundo en crisis los cambios de paradigmas son hartos frecuentes”, con esto se quiere decir que si bien, actualmente la forma principal de producción y distribución de alimentos en el mundo sea aun mediante un paradigma agro-industrial, existe una fuerte tendencia al cambio, tanto en el consumo como en la producción de los alimentos, buscando el realizarlo de forma más sana y sostenible tanto ecológicamente como económico y socialmente, en este punto es en donde toma fuerza el modo de producción orgánico y local, manteniendo sus raíces holísticas, pues se ha convertido en una tendencia creciente en los últimos años además de tener una gran aceptación y crecimiento alrededor del mundo.

Como razón adicional, destaca la relevancia que ha tenido este tipo de mercados y de producción a nivel global, pues a diferencia del resto del sector agrícola que no ha crecido tanto en los últimos años, la producción orgánica ha tenido un fuerte crecimiento tanto a nivel mundial como a nivel nacional y esto se dio a pesar de las crisis económicas (Nelson, Rindermann, Tovar & Cruz, 2007).

Una última motivación va hacia una cuestión de experiencia personal, pues he estado desde hace ya algunos 3 años involucrado con los mercados y tianguis orgánicos y locales dentro de la ciudad, mi participación en ellos ha ido desde consumidor hasta productor, y las relaciones que se forman salen de una simple relación de comprador-vendedor, por lo que a partir de ello me surge la idea de que existe una reducción de costos de transacción ya que se tiene confianza plena en el productor, ya que tú lo conoces, y al cliente no se le ve solamente así como cliente, sino que es una persona comprometida y forma parte del proyecto también.

Método de la investigación

A través de la presente investigación se pretende para la realización de este artículo la utilización de un método cualitativo, basándose en una revisión crítica de parte de la literatura existente, tanto dentro de México como aquella proveniente de otras partes del mundo, tomando en importancia principalmente la literatura de Latinoamérica, lo anterior es debido por las razones de similitudes existentes, tanto las culturales como las económicas e incluso de que existen climas políticos similares en las regiones, se busca analizar también algunos datos estadísticos obtenidos de

organismos e instituciones gubernamentales, así como de algunas investigaciones realizadas anteriormente por diversos investigadores.

Dentro del artículo la investigación se busca abordar desde lo multidisciplinario, con esto se trata de decir que cualquier estudio surgido a partir de lo que la academia denomina “estrictamente económico” resulta insuficiente para abarcar la problemática y situaciones que se describen en la investigación.

Problemática

Hablando en términos ecológicos, en cuanto a la producción agroindustrial, está ha demostrado que es bastante dañina siendo un factor en cuanto a los suelos erosionándolos y, aumenta además la susceptibilidad de los cultivos a plagas y enfermedades (Nelson, et al, 2007). Además en cuanto a los productos que cuando a pesar de ser orgánicos, estos al ser exportados requieren de enormes cantidades de petróleo y agua para su transportación, contribuyendo también así a la problemática ambiental y climática, la cual se agrava cada vez más, esto se explica por la racionalidad del productor de obtener mayores ganancias y las lógicas mercantilistas que buscan la manera de obtener el máximo beneficio económico.

El mercado de alimentos y productos orgánicos registra tasas de crecimiento de la producción por arriba del 20% anual, y además de este crecimiento se tiene la ventaja de que aún no ha logrado satisfacer la demanda que existe en países de Europa, Japón y Norteamérica. México es un fuerte productor orgánico y es, además líder de la producción de café orgánico. El creciente interés por consumir orgánico quizás se deba según Cruz, Rindermann y Tovar. (2007), al cambio de valores, es decir se ha pasado de una gama de valores materialistas hacia los postmaterialistas, los cuales están basados ahora por tener mayor preocupación en la salud, en la calidad de vida, en el medio ambiente y ecología y por último pero no menos importante en la sociedad.

Como ya se ha señalado la tendencia por consumir productos orgánicos es mucho más fuerte en sociedades con altos niveles de ingresos, creando así una demanda de productos “verdes”. Las certificadoras de la producción orgánica aumentan los costos, generando así un sobreprecio en los productos, que en algunos casos va del 20 al 40% en comparación a su similar convencional (Cruz, et al 2007.).

Sobre este punto desde nuestra perspectiva no se concuerda, sobre que la razón del sobreprecio que se ve en dichos productos orgánicos sea a causa del costo de la certificación, siendo esta una única razón o una razón suficiente y determinante para tener tales niveles de sobreprecios, sino que es el exceso de demanda que existe en el mercado, sobretodo mercados extranjeros con alto nivel adquisitivo y, que aún hoy día, el nicho de mercado de estos productos están enfocados a uno en donde se cuenta con un poder adquisitivo medio, medio-alto y alto.

Antecedentes de la producción orgánica

Para comenzar con los antecedentes de los productos orgánicos hay que primero definir que son estos, podemos definir a la producción orgánica como aquella de la que surgen productos libres de residuos tóxicos-químicos o sintéticos, libre de organismos modificados genéticamente, aguas negras y radiaciones.

Como bien lo señala la Doctora Magaña González, (2015.), las transformaciones tecnológicas en cuanto a la producción agrícola y la sustitución de sistemas de producción tradicionales por los sistemas agro-industriales que se han venido experimentados a lo largo de más de cincuenta años, han venido modificando la estructura de vida clásica, la cual estaba centrada en la agricultura.

El modelo de agricultura industrial impulsado por las empresas productoras de insumos, los gobiernos y la academia, ha transformado nuestras relaciones con los alimentos y con los ecosistemas (Perfecto, Vandermeer y Wright. 2009). Este modelo agroindustrial ha buscado sustituir con abonos químicos, con plaguicidas, mediante la promoción para la utilización de semillas híbridas y ahora transgénicas, el uso desmedido de combustibles fósiles y maquinaria la función que siempre había cumplido la biodiversidad, la semilla criolla, los suelos vivos, los barbechos manejados y las manos, la expertiz y la mente y conocimientos del productor en el agro ecosistema.

La historia nos dice que la demanda de estos productos comenzó a crecer aceleradamente en el mundo a partir de finales de los años 80, quizá por un cambio hacia una conciencia sobre la importancia del cuidado de la salud y la protección del medio ambiente. En México este proceso inició con la demanda de ciertos agentes extranjeros que les pedían a diversos actores del campo mexicano la producción de distintos productos orgánicos. El uso de insumos químicos en muchas partes de México sigue sin utilizarse, sobre todo en zonas en el caso de las regiones indígenas y áreas con agricultura tradicional, por ejemplo en los estados de Chiapas y Oaxaca se comenzó mucha producción de café orgánico (Nelson, et al, 2007).

En cuanto al contexto de la producción mundial de café, México, ocupa actualmente el quinto lugar en términos de volumen y de superficie cosechada. Se estima que el número de productores de café alcanza aproximadamente los 200 000, quienes cultivan alrededor de 777,000 ha esto en el año 2004. En el país además, el 70 % de la producción de café la realizan productores de comunidades rurales. Una gran parte de este sector comunal está formada por productores indígenas de 28 culturas (Moguel y Toledo 1996).

En México, la comercialización de este tipo de productos se dirige casi en exclusiva a la exportación, el reto consiste en desarrollar formas y canales nacionales de venta, su producción orgánica tiene un crecimiento anual de más del 30% y la practican más de 33 mil productores en el país. En este aspecto podemos ahondar que el hecho de que un producto orgánico sea exportado, pierde su filosofía de orgánico, pues se requieren una gran cantidad de combustibles fósiles para su transporte entre naciones.

El café en México representa aproximadamente un 66% del total de la producción orgánico, lo que nos indica que la producción orgánica en el país está muy pobemente diversificada, además de esto se dice que el 85% de la producción en el país se exporta, del 15% restante solo el 5% se vende como orgánico en el territorio, el otro 10% se vende como si fuese de producción convencional, esto debido a la falta de información y demanda interna en el país de este tipo de productos, que sin embargo están teniendo un acelerado crecimiento (Cruz, et al 2007.).

Según Magaña González. (2015), una de las características dentro de los procesos para obtener soberanías alimentarias, por parte de campesinos y campesinas y/o grupos organizados de la sociedad civil, parten desde uso de cualquier espacio, formal o informal para preguntarse y dialogar qué es lo que sucede en el contexto en el que se está viviendo.

Existen también algunos mercados en donde se comercializan productos que además de ser orgánicos son locales; entre ellos se encuentra aun trabajando el precursor de este movimiento orgánico en el país, nos referimos a el tianguis del círculo de producción y consumo responsable de Guadalajara Jalisco; mismo que surgió en el año de 1996 a partir del esfuerzo del colectivo ecologista Jalisco (CEJ), formando así la Eco-tienda, sin embargo en abril de 1999 se tuvo que cerrar esta eco-tienda y se convirtió en el tianguis del círculo de producción y consumo responsable, este mismo se sigue llevando a cabo hoy día, los días sábados a medio día, y cuenta con alrededor de 15 mesas de productores orgánicos locales, a partir del 2005 la eco-tienda se reabrió y es un espacio permanente de venta para aquellos consumidores responsables que no puedan asistir los sábados al tianguis (Helguera, 2014).

En el año del 2004, los 4 mercados orgánicos pioneros, entre ellos se encuentra el círculo de producción y consumo responsable de Jalisco, junto con mercado de Xalapa, Chapingo y el Pochote en Oaxaca, deciden organizarse en una red y así nació la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos (Schwentesius Rintermann, 2009)

Otro aspecto muy importante a tomar en cuenta desde nuestra perspectiva es el tema de la agroecología. La agroecología en México surgió hacia finales de los setentas del siglo pasado y su principal precursor fue Hernández-Xolocotzi (1977), él mismo fue quien además le dio un especial énfasis a los saberes campesinos, con esto quiere decir recuperar todos esos conocimientos que si bien quizás no estén escritos en libros o en fórmulas químicas, si están en sus experiencias. En el caso de México, las experiencias agroecológicas no se reducen ni se centran en la agricultura y la ganadería, sino que

atañen más a un manejo ecológicamente adecuado de los recursos naturales locales, incluyendo las áreas forestales (con bosques, selvas y matorrales) y la conservación de la agro-bio-diversidad.

Revisión de literatura

Para comenzar con esta parte del artículo, es preciso mostrar lo que algunos autores dicen sobre lo que es o representa este concepto de lo que es la producción orgánica, en primer término tenemos lo que menciona Kortbech (2000), la agricultura orgánica se define como un sistema de producción que utiliza insumos naturales rechazando los químicos así como los organismos genéticamente modificados o también llamadas OGMs , además del aspecto ecológico, busca con su filosofía y práctica, el mejoramiento de las condiciones de vida de los productores, es decir busca una sostenibilidad integral del sistema de producción tanto de una manera económica, social y sobre todo ecológica.

Dentro de la “Ley de Productos orgánicos” se define producción orgánica como “sistema de producción y procesamiento de alimentos, productos y subproductos de animales, vegetales u otros satisfactores, con un uso regulado de insumos externos, restringiendo y en su caso prohibiendo la utilización de productos de síntesis química”. Una tercera definición realizada por Mc. Donnell Bernabé y Yáñez Rogers, (2008), nos dice que los productos orgánicos son productos principalmente agrícolas que son producidos por procesos que buscan la protección del medio ambiente, es decir que las técnicas que utiliza no son contaminantes, buscando minimizar el uso de energía así como las sustancias inorgánicas.

Existe un álgido debate entre la productividad o eficiencia y el tamaño de la propiedad agraria, este es intenso y polémico, un debate con enormes repercusiones en los ámbitos de las políticas agropecuarias, forestales, ecológicas, económicas y de desarrollo rural. En los últimos años se han ido acumulando vastas evidencias que demuestran la superioridad económica y ecológica de la pequeña producción familiar por sobre explotaciones agrícolas y pecuarias medianas y grandes. Adquirió una nueva perspectiva una vez que se iniciaron las demoledoras críticas de la ecología política al modelo “moderno” de agricultura industrializada la cual está basada en el monocultivo y que utiliza petróleo, fertilizantes químicos, pesticidas y maquinaria (Toledo, 2002).

Si bien las grandes extensiones de tierra producen en volumen más que las pequeñas parcelas, esto no quiere decir que se produzca más eficientemente, pues se ha demostrado también que el rendimiento por metro cuadrado es superior dentro de las pequeñas parcelas, además de esto también los pequeños productores son aquellos quienes siguen proveyendo una gran parte de alimentos en el planeta.

Tras tres décadas de haberse realizado investigación agroecológica y etnoecológica, existe ya un no menoscabable repertorio de ejemplos que nos logran mostrar cómo el minifundio familiar ya sea campesino o indígena, resulta mucho más eficiente desde el punto de vista del uso y conservación de los recursos naturales como lo son el suelo, el agua, la biodiversidad, la energía, así como los ecosistemas en su conjunto (Toledo, 2002).

Frank Ellis (1988) establece que existe un aparente descenso de la productividad conforme se incrementa el tamaño de una parcela; con esto se trata de decir que mediante las pequeñas parcelas en conjunto con una producción agroecológica es requerida menos energía que en la producción agroindustrial, además de ser más justa, más equitativa, más sustentable y más eficiente en términos de producción, pero, sobre todo resulta menos dañina con el medio ambiente.

La injusta distribución de la tierra que privilegia a latifundistas no es un problema reciente sino que se trata de un problema histórico de la humanidad, y esto es algo que es muy necesario cambiar, ya sea mediante la aplicación de profundas reformas agrarias no solo en el país sino en el planeta, es decir con ayuda de las instituciones, o ya sea con un cambio de paradigmas de producción originado por una presión social realizada mediante prácticas de consumo más sostenibles y conscientes, organización de productores, etc.

De misma forma Gómez et al. (2007) afirman que el 98.5% del total de productores orgánicos son pequeños productores, con menos de 2 hectáreas de cultivo en promedio, por lo general estos están agrupados en organizaciones campesinas e indígenas. Este sector cultiva el 84% de la superficie orgánica, generando el 69% de las divisas en el país en este sector. Hay en México 590 mil hectáreas, con 150 mil productores y el país ocupa el primer lugar a nivel mundial en número de productores, además de ser líder en la producción orgánica de café. Este subsector agropecuario ha alcanzado tasas de crecimiento que están por arriba del 30% y no hay otro subsector tan exitoso (Gómez. y Schwentesius, 2007), y de acuerdo con secretaría de agricultura se generan 430 millones de dólares y divisas.

Teorías

Dentro de este apartado se tratará de vincular algunas teorías referentes a la economía organizacional dentro del marco que hace referencia a los mercados y a la producción orgánica, entre estas teorías se destacan la teoría de los costos de transacción, la teoría de la industria, la teoría basada en los recursos y capacidades todo ello en conjunto con un análisis que se realiza con el método del diamante de Porter junto con el modelo VRIO.

Costos de transacción

Coase (1937) definió a los costos de transacción como los costos asociados en la utilización y el cálculo de mecanismos de precios de mercados, es decir costos en que las empresas incurren cuando al no poder utilizar sus propios recursos salen al mercado a buscar esos productos y/o servicios. Partiendo de esta premisa y ligándolo al tema de la producción y mercados orgánicos locales disminuyen estos costos debido a que la gran mayoría de productores son también los comerciantes, por lo que buscar proveedores o en su caso distribuidores de los productos está por demás, además en cuanto a la asignación y cálculo de los precios es un proceso más directo debido a que el comercio se da directamente con el consumidor final.

El razonamiento humano tiene limitantes, incluso el lenguaje es un limitante, a esto se le conoce como racionalidad limitada, es decir que hay asimetrías de información entre los participantes. Se hace referencia al oportunismo que no es otra cosa sino el obtener tu beneficio personal incluso usando artimañas y engaños (Vargas-Hernández, Guerra-García, Bojórquez-Gutiérrez y Bojórquez-Gutiérrez, 2014), sin embargo esta situación es reducida también dentro de este tipo de mercados debido a las raíces holísticas y al cambio de paradigma que está entrando, en donde no solo se busque un beneficio personal, sino que sea por una causa que incluya un mejor medio ambiente, una economía más justa y un mejoramiento social en las relaciones.

Sin embargo, en el mundo competitivo al que se enfrentan hoy en día las opciones que existen para mejorar la toma de decisiones en las organizaciones es el tomar en cuenta más opiniones de expertos (Vargas-Hernández, et al, 2014), ya que es mejor que un experto sea el que quien realiza el trabajo y así se obtendrían mejores resultados, este punto nos lleva a pensar en el llamado efecto Penrose (1959), que sucede en estos mercados cuando están logrando crecer y que no pueden con la organización, allí faltaría apoyarse de otras personas para poder lograr seguir creciendo.

Teoría basada en la industria y en los recursos y capacidades

En este apartado se buscará generar el análisis de las cinco fuerzas de Porter, también conocido como el diamante, y buscar el marco VRIO de los productores y comercializadores de productos orgánicos locales.

En cuanto al análisis de la industria es importante para las empresas debido a que puede responder a dos preguntas, ¿Qué características del contexto del mercado son determinantes para lograr los objetivos de la empresa? y dado este contexto, ¿Qué acciones estratégicas seguir para mejorar el rendimiento de la firma? (Saloner, Shepard y Podolny, 2001).

Marco de las 5 fuerzas

Para esto Porter en 1980 se las ingenió para crear el marco de las 5 fuerzas, que son: La rivalidad entre competidores; La amenaza de entradas potenciales; El poder de negociación con proveedores; El poder de negociación con compradores y; La amenaza de bienes sustitutos.

El primer punto que es la rivalidad entre competidores se clasifica como bajo, debido a que en la lógica de los mercados y tianguis orgánicos y locales, se busca la cooperación por sobre la competencia, sin embargo la competencia en tiendas de autoservicio y mercados convencionales es muy alta y tienen más volumen y más margen de precios para combatir, sin embargo debido al producto que es diferenciado esto se llega a mitigar un poco.

En el segundo punto es la de amenazas de entradas potenciales, esto lo consideramos bajo, debido a que la mayoría son productos artesanales y orgánicos cuando se trata de productos procesador, sin embargo para entrar al mercado no hay barreras altas de entrada, esto también por lo anterior de que se busca la cooperación y diversificación de los productores en este tipo de mercados.

El tercer y cuarto punto lo manejaremos como un mismo punto, se trata del poder de negociación, tanto con compradores como con proveedores, ¿por qué manejarlo dentro de un mismo punto?, pues porque el poder de negociación en ambos es alto, es decir, con los proveedores, la mayoría de los productores son también distribuidores, o tienen relaciones cercanas con estos, por lo que ponerse de acuerdo en los precios no es coercitivo para ninguno, y en cuanto a los consumidores, hay incluso opciones de pago de trueque, por lo mismo de los cambios de paradigmas que buscan una conciencia más social, ecológica y otra forma de hacer economías, en muchos de los casos se ha procurado manejar un sistema de economía social y solidaria, en otros incluso se han realizado proyectos de la creación, utilización y manejo de monedas sociales.

Por último, el quinto punto que es la amenaza de bienes sustitutos, aquí es el punto más débil que tienen este tipo de mercados, esto se debe a que los consumidores, a pesar del crecimiento de la tendencia a consumir orgánico aún muchos no se encuentran informados, y les da igual consumir algo orgánico o algo con plaguicidas, solamente diferencian los productos por el precio etc., también por ser productos agrícolas o procesados artesanalmente su costo es un poco mayor a aquellos industrializados similares, por lo que la gama de los bienes sustitutos es demasiado amplia.

Vrio

Empezaremos definiendo lo que es el marco VRIO, es principalmente un modelo de análisis, que se enfoca en los recursos y capacidades de la empresa, se centra

en el Valor, la Rareza, la Inimitabilidad y la Organización de dichos recursos y capacidades (Vargas-Hernández, et al, 2014).

En cuanto a los mercados y productores orgánicos el Valor es muy alto, debido a que en sí mismo el producto se diferencia del resto, esto debido al proceso de producción que tiene y a los valores nutricionales que conserva. La Rareza no es tan alta en los productos, pues son productos que tiene sus versiones en el mercado convencional, lo que sí es alto es la inimitabilidad debido a que los productos procesados orgánicos son artesanales e irrepetibles, además en cuanto a la organización este tipo de mercados tienen un punto a su favor, y es el apoyo mutuo que se dan entre sí, y que mediante este apoyo han logrado seguir creciendo y expandiéndose a varias partes del país.

Conclusiones.

Se ha demostrado el nivel creciente que se ha tenido en los últimos años, tanto de los productores como de los consumidores mexicanos por buscar desarrollar un sistema agroalimentario más sustentable y más justo. Sin embargo estos esfuerzos si bien han sido importantes, todavía resultan insuficientes, pues en muchos de los casos el mercado orgánico solo se ve solo como una oportunidad más de tener negocio rentable y en crecimiento y se ha llegado a perder el sentido filosófico de estos, es decir el buscar la sustentabilidad ecológica, la social y la económica en cooperación y solidaridad con los demás.

Mientras que la agricultura orgánica empresarial-industrial se caracteriza por solo sustituir los insumos convencionales por insumos naturales externos además de tener una orientación hacia el mercado, principalmente el de la exportación, es decir se produce bajo una lógica empresarial con un producto Premium y de altas ganancias económicas, este tipo de producción es duramente criticada por varios analistas que consideran que viola los principios básicos de la agricultura orgánica.

A pesar del crecimiento en este sector que ha habido, en México se mantiene por desgracia, la situación del monocultivo agroindustrial, y que el 85% de la producción orgánica del país se destina a la exportación, según lo visto anteriormente.

Pero por fortuna existe un número cada vez mayor de tianguis y mercados orgánicos que se han estado formando por todo el país. Estos tianguis y mercados, a diferencia del sector orgánico macro-comercial, o convencional, se centran a la venta de productos que además de ser producidos de forma orgánica son locales y producidos por pequeños productores. Se ha demostrado además que las pequeñas parcelas productivas y la producción agroecológica requieren menos energía que la producción agroindustria y que son más amigables con el medio ambiente.

Por último cabe destacar que las estrategias desarrolladas por los organizadores y participantes dentro de los mercados y tianguis orgánicos locales, si bien no se busca una internacionalización han sido globales debido a que se ha vislumbrado este nuevo cambio de paradigma, que poco a poco ha pasado de ser un nicho de mercado pequeño a extenderse vertiginosamente en los últimos años, incluso el alimentarse orgánico pareciera hoy una moda y no realmente un estilo de vida que se realice de forma realmente convencida, sin embargo este asunto no es de los productores y comerciantes de estos productos, que han sabido aprovechar esta ventaja que les ha dado el mercado dinámico.

A pesar de esto se destaca que en México la difusión del consumo y valoración de este tipo de productos es muy baja aún, esto se comprueba ya que el país es más bien exportador que consumidor de estos productos, una oportunidad que tienen los mercados es abrir brecha para lograr afianzarse en el mercado interno y seguir creciendo a un ritmo acelerado.

Referencias bibliográficas

- Coase, R.H. (1937). *The nature of the firm*. *Economica*, 4: 386-405.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). (2012). Consultado 15-05-2015 en <http://www.coneval.gob.mx/>.
- Cruz, M. A. G., Rindermann, R. S., & Tovar, L. G. (2007). Revista Vinculando: 2003-2013. *Revista Vinculando*, 21, 09.
- Ellis, F. (1988). *Peasant Economics' farm households and agrarian development*. Cambridge: University Press.
- Gómez C., M, Schwentesius R. R., Gómez T. L, et al. Agricultura orgánica de México. Datos básicos. *Boletín, SAGARPA-CIESTAAM*, México, 2001, 46p.
- Helguera, L. (4 de Agosto 2014). De los tianguis prehispánicos a los mercados agroecológicos en Jalisco. *Desinformemonos*. Recuperado de <http://desinformemonos.org/>
- Hernández-Xolocotzi E. (ed). 1977. *Agroecosistemas de México: contribuciones a la enseñanza, investigación y divulgación agrícola*. México: Colegio de Postgraduados, Chapingo.

RAZÓN Y PALABRA

Primera Revista Electrónica en Iberoamérica Especializada en Comunicación

<http://www.revistarazonypalabra.org/>

Holloway, J. (15 de mayo 2015). El pensamiento crítico frente a la hidra capitalista. *La Jornada*. Recuperado de www.jornada.unam.mx.

Kortbech-Oiesen, Rudy. (2000) "World Trends in Consumption and Trade of Exotic Food and Beverages with Emphasis on Organic Products", *Buyer/Sellers Meeting on Exotic Food and Beverages*, Johannesburgo, Sudáfrica.

Ley de Productos Orgánicos. México D.F. 7 de Febrero de 2006.

Magaña González, C. (05 de Mayo 2015). Repensando nociones locales de soberanías alimentarias en el Sur de Jalisco. *La otra crónica*. Recuperado de <https://laotracronica.wordpress.com/>

Mc. Donnell Bernabé, P. Yáñez Rogers, M. (2008). *Investigación Exploratoria. Alimentos orgánicos: ¿Qué es lo que busca el consumidor verde?* "Los Alimentos orgánicos." (p-18.)

Moguel P, Toledo VM. 1996. El café en México: ecología, cultura indígena y sustentabilidad. *Ciencias* 43: 40-51.

Nelson, E., Rindermann, R. S., Tovar, L. G., & Cruz, M. Á. G. (2007). Experiencias de la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos. *El nacimiento de un movimiento orgánico local en México*. Documento Electrónico.

Penrose, E. T. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. New York: John Wiley.

Perfecto I, Vandermeer J, Wright A. (2009). *Nature's matrix: Linking agriculture, conservation and food sovereignty*. London: Earthscan.

Saloner, G. Shepard, A. y Podolny, J. (2001). *Strategic management*. Wilwy (ed.). California Univesity.

Schwentesius Rintermann, R. (2009). Certificación orgánica participativa en la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos. *Vinculando*. 5: 26-37.

Toledo, V. M. (2002). Agroecología, sustentabilidad y reforma agraria: la superioridad de la pequeña producción familiar. *Agroecología e Desenvolvimento Rural Sustentável, Artigo*. v.3, n.2 pp. 27-36.

Toledo, V. M. (2011). La agroecología en Latinoamérica: tres revoluciones, una misma transformación. *Agroecología*, vol.6 (2011). (pp 37-46).

Toledo, (2011). La agroecología en Latinoamérica: tres revoluciones, una misma transformación. *Agroecología*, vol.6 (2011). (p.44).

Notas

Vargas-Hernández, J. G., Guerra-García, E., Bojórquez-Gutiérrez, A. y Bojórquez-Gutiérrez, F. (2014). *Gestión estratégica de organizaciones* Insumisos Latinoamericanos. Argentina. **M.B.A.; Ph.D.**

Centro Universitario de Ciencias Económicas administrativas. Universidad de Guadalajara
Periférico Norte 799 Edif. G.201-7, Núcleo Universitario Los Belenes.
Zapopan, Jalisco, 45100, México
Tel: +523337703340 ext. 25685
jvargas2006@gmail.com, jgvh0811@yahoo.com, josevargas@cucea.udg.mx
Un punto de vista desde la industria y los recursos y capacidades