

Manuel Amador Director de la Corporación Educativa para el Desarrollo Costarricense (CEDECO).

## La producción orgánica en Centroamérica

### CARACTERIZACIÓN DE LA AGRICULTURA ORGANICA EN CENTROAMERICA

El surgimiento de la agricultura orgánica en Centroamérica obedece, en buena medida, a la convergencia de tres factores principales, que se dieron a lo largo de la década de los ochenta:

1. La oportunidad de producir (y exportar) que se ofreció a los pequeños productores por parte de cooperantes de agencias internacionales acreditadas en la región e integrantes de las ONG que, junto con los anteriores, actuaron como facilitadores de ese proceso.
2. El esfuerzo de familias de agricultores que, desde hacía tiempo, habían producido sin insumos químicos sintéticos.
3. La demanda de los consumidores conscientes en países de la Unión Europea y Estados Unidos de América, interesados en productos orgánicos sanos y saludables de áreas tropicales como Centroamérica.

La mayor parte de las 41 823 ha de fincas certificadas y en transición en la región centroamericana no sobrepasan las 5 hectáreas en promedio; es decir, la producción orgánica en Centroamérica se compone en su mayoría de pequeños productores, integrados al mercado local e internacional, cuyas unidades productivas se caracterizan como:

- a. Fincas o parcelas con escaso o nulo uso de insumos sintéticos; son, por lo general, fincas altamente diversificadas que mantienen una utilización eficiente de recursos tales como semillas, aguas, suelo y diversidad vegetal. Uno de los ejemplos más concretos es el referido al café. Las fincas actuales de café orgánico se derivan, en su mayoría, de espacios altamente diversificados donde el café ocupa una de las plazas; es un caso muy diferente a las fincas sometidas a régimen de agroquímicos, en los cuales existe poca diversidad y poca sombra.
- b. Fincas donde se preservan prácticas indígenas con plantas silvestres o introducidas hace varias décadas o incluso siglos, manejadas de manera artesanal, pero con una lógica de extracción para el mercado (p. ej. la mora orgánica en Guatemala y Costa Rica).
- c. Fincas o parcelas más "modernas", que han adoptado el manejo técnico de la agricultura orgánica, ecológica, biológica o permacultura, en las que se utilizaron insumos químicos pero que ahora se encuentran en proceso de transición o están certificadas después de haber cumplido el período establecido por las agencias certificadoras.
- d. Parcelas pequeñas o fincas pequeñas de agricultores pobres (de una hectárea o menos), que han optado por una producción más "limpia" debido a que no cuentan con los ingresos necesarios para la compra de los insumos químicos.
- e. Empresas agropecuarias intensivas en capital, muchas veces externo, interesadas en el creciente mercado de productos orgánicos a nivel mundial.

### PRINCIPALES PRODUCTOS ORGANICOS DE LA REGION

La mayor parte de los agricultores orgánicos de la región centroamericana son pequeños productores con una alta diversificación; sin embargo, son los principales proveedores de muy diversos productos y los encargados de dinamizar la producción orgánica con los volúmenes entregados a quienes la procesan y venden. Muy pocos de estos pequeños productores

entregan directamente su producto al mercado; habitualmente venden a intermediarios nacionales y compradores externos, que se encargan de procesar y transar con los distribuidores de los mercados en los países de destino.

Los productos orgánicos primarios de la región son el cacao y el café, por su volumen y por el área que se les dedica en varios países; comúnmente están integrados a mercados externos, adonde son enviados después de un procesamiento parcial, con el propósito de terminar su elaboración y ser distribuidos en países compradores. Las organizaciones o empresas que los venden mantienen relaciones con agencias certificadoras internacionales, muchas veces sujetas a la inspección de agencias nacionales (como Mayacert de Guatemala y Eco-Lógica de Costa Rica) o regionales (como Biolatina). Aunque existen otros productos orgánicos de importancia por país, éstos no representan los mayores volúmenes en el conjunto de la región. Tal es el caso del banano orgánico de Costa Rica, donde se produce aproximadamente 1.5 millones de kilogramos anuales, provenientes de grupos indígenas y campesinos.

Existe un conjunto de productos "secundarios" de exportación, también negociados en el mercado local, que representan la mayor diversidad; el ajonjolí, añil, marañón, piña, banano, mango, hortalizas, mora, azúcar morena. Estos productos también están certificados por agencias nacionales e internacionales. Algunos de ellos tienen una importancia particular en algunos países: por ejemplo, se destacan el añil para tinte y la semilla de marañón en El Salvador. Por su parte, el ajonjolí es un producto importante en Guatemala, El Salvador y Nicaragua.

Los productos "terciarios", habitualmente orientados a los mercados nacionales, como frutas diversas, granos, raíces y tubérculos, también son vendidos en los mercados convencionales o en los escasos puntos de venta certificados existentes. Estos productos normalmente provienen de fincas diversificadas en la región, algunas de las cuales presentan la posibilidad de exportar.

En el Cuadro 1 se presenta un resumen de la mayoría de los productos orgánicos originados en la región, para cualesquiera de los dos destinos, el mercado local y el internacional.

Cuadro 1. Principales productos orgánicos en Centroamérica según mercado de destino.

Producto	Belice		Guatemala		Honduras		El Salvador		Nicaragua		Costa Rica		Panamá	
	Local	Internac.	Local	Internac.	Local	Internac.	Local	Internac.	Local	Internac.	Local	Internac.	Local	Internac.
Café			X	X		X	X	X	X		X	X	X	
Banano				X		X		X			X	X	X	
Cacao		X		X		X	X				X	X		X
Ajonjolí				X		X		X						
Piña			X		X	X	X		X		X	X	X	
Marañón			X					X	X	X				
Algodón										X				
Cardamomo		X		X										
Miel			X	X				X	X	X	X			X
Añil								X						
Azúcar			X	X	X		X	X	X		X	X	X	
Mora			X		X		X				X	X		
Plantas medicinales			X	X			X		X	X	X			X
Naranja	X		X		X		X		X		X	X	X	
Hortalizas			X	X	X		X	X	X		X			X
Jengibre			X			X			X		X	X		
Pimienta				X		X			X		X			
Otras frutas			X			X	X		X		X	X	X	
Bovinos	X								X					

Fuente: IICA

## MERCADOS DE DESTINO

### Exportación

Como ya se mencionó, el mercado de exportación de productos orgánicos en Centroamérica se inició y aceleró con la gestión de agencias de cooperación y ONG que actuaron como facilitadoras de la colocación de esos productos en mercados europeos, estadounidenses y,

más recientemente, en Japón. Extranjeros de paso o residentes en Centroamérica también vieron con interés la posibilidad de facilitar la exportación de productos sin químicos como cacao, café, banano, mango, azúcar morena, ajonjolí y añil. Con el consiguiente interés de compradores externos por los productos tropicales, esa relación comercial tendió a ordenarse: paulatinamente se regularon los volúmenes ofrecidos y se mejoró la calidad de los productos exportados, al tiempo que se perfeccionaron los procesos de certificación.

La oferta para el mercado internacional se origina en las fincas de pequeños productores. Las relaciones comerciales con los mercados externos se han desarrollado de manera aislada, por producto. El café, el cacao y el banano son ejemplos de productos importantes para la región cuya venta al exterior fue organizada por separado, sin que hubiera una estrategia común.

Un factor determinante para la exportación ha sido la certificación; ésta se origina en la presencia de inspectores de agencias de certificación estadounidenses, como OCIA, y europeas como BCS OKÖ garantie, Ecocert, Soil Association, entre otras, que además de facilitar el ingreso de productos a los diferentes países impulsaron procesos para la habilitación de inspectores locales. De ese modo disminuyeron los costos para los productores independientes y las organizaciones.

### **Mercados locales**

Aunque los cultivos orgánicos en Centroamérica tempranamente se orientaron hacia la exportación, cada vez se pone de manifiesto un mayor interés por el desarrollo de los mercados locales.

En rigor, los países centroamericanos no cuentan, en materia de productos orgánicos, con mercados locales propiamente dichos; se encuentran, específicamente, puntos de venta animados por organizaciones de agricultores, ONG y algunas empresas que abastecen a supermercados. También se pueden encontrar pequeñas tiendas, ferias y ventas de "puerta a puerta". Todavía los volúmenes son bajos, estacionales y, en su mayoría, no se ajustan a las regulaciones de certificación internacional. Varias organizaciones de Centroamérica planean con urgencia la construcción de una estrategia o campaña que permita elevar el número de consumidores y el aumento de los puntos de venta, como pasos previos para la creación de mercados locales en la región.

Por otro lado, se continúa con las acciones que se desarrollan para superar la escasez de volúmenes y la poca diversidad de productos destinados a los puntos de venta locales. La tendencia es asegurar una mayor diversidad de productos, volúmenes, calidad y frecuencia de los productos orgánicos. En buena medida, el crecimiento de los mercados locales implica un espacio de aprendizaje para establecer cada vez mejor vinculación con el mercado internacional.

Actualmente, se recomienda la búsqueda de nuevas formas de garantizar al consumidor que el proceso de producción es orgánico; simultáneamente, se trabaja en el sentido de que esos mecanismos de garantía se adecuen cada vez más a la certificación internacional. En relación con el escaso desarrollo actual de los puntos de venta, el Cuadro 2 muestra algunas iniciativas que intentan construir espacios de venta locales en países de la región.

Cuadro 2. Comercialización y tipos de productos para los mercados locales en Centroamérica.

País	Puntos de venta	Producto
Guatemala	Ferias municipales, ferias de supermercados.	en Hortalizas, frutas, café y plantas medicinales.
El Salvador	Hotelería, supermercados, restaurantes, venta directa.	Hortalizas, arroz, manacuyá, plátano, papaya (gotas frescas), fresas y abonos orgánicos.
Honduras	Red de comercialización Compañía (COCOM), RELACC) basada en el intercambio de productos.	Paleta piña (otras frutas), café, vino de uva roja.
Nicaragua	Ferias de la Red Nicaragüense de Comercio Comunitario (RENIC), RELACC) venta al intermediario como producto convencional y venta directa como convencional.	Cereales, otras frutas, especias hierbas (hierba, café, macerado, maíz, maní, maní, fresa, achicote, plantas medicinales, especias, soya.
Costa Rica	Vendas, ferias, venta de "puerta en puerta", supermercados.	Hortalizas, frutas, raíces y tubérculos, café, granos básicos.
Panamá	Proceso (RELACC), ferias y "puerta en puerta", importación de Costa Rica y California.	Hortalizas, frutas diversas, raíces y tubérculos.
Bolivia	No existen	Información no disponible.

Fuente: IICA

## Consumidores orgánicos

Resulta importante destacar que en los países centroamericanos son pocos los consumidores que comprenden cabalmente las virtudes de los productos orgánicos. En rigor, no existen consumidores orgánicos como tales, sino personas interesadas en el consumo de productos más saludables y amigables con el ambiente. Normalmente son residentes extranjeros y grupos de personas que han comprendido la importancia de prácticas médicas y alimenticias directamente relacionadas con productos totalmente naturales.

Los consumidores que asisten a los puntos de venta y se interesan por aumentar la demanda comunicándose a otros podrían calificarse como "solidarios" ; podrían ser la base para multiplicar el interés y aumentar la demanda. El único país que cuenta con una organización de consumidores es Panamá; se denomina "Vacurú" y mantiene una búsqueda constante de oferta al interior del país y en su vecino Costa Rica. En algunos países, como Nicaragua y Guatemala, se considera los productos orgánicos a nivel nacional como algo desconocido y poco desarrollado. Aunque la venta de productos "naturales" en algunos puntos de venta de la región lleva varios años, no hay estructuras dinámicas de promoción que permitan aumentar la demanda a corto plazo.

## Precios

En los escasos puntos de venta de la región, se manejan sobrepuestos (al consumidor) en el rango del 10 al 30 %, muy diferentes a los precios obtenidos en el mercado externo. En algunos casos, los productos orgánicos destinados a la exportación pueden superar por más de un 100 % al producto convencional.

## PARTICIPACION INSTITUCIONAL

El apoyo de las ONG y agencias de cooperación internacional a la agricultura orgánica en Centroamérica se intensifica a partir de la Cumbre de Río de Janeiro de 1992, en la cual las prácticas de agricultura sostenible cobran mayor vigencia. Simultáneamente, se facilita un proceso de identificación de fincas para multiplicar la producción y se inicia la búsqueda de nuevos mercados para esos productos.

Pocas instituciones del Estado, en los países centroamericanos, se han involucrado en el tema. La preocupación por desarrollar la actividad se restringe a algunos funcionarios interesados en ella. Por tal motivo, las posibilidades de crédito, investigación, asistencia técnica y procesos organizativos todavía se limitan a organismos de cooperación externa y organizaciones no gubernamentales. Más recientemente, la participación de las instituciones del Estado se orienta de preferencia a las regulaciones legales y procedimientos de exportación, con excepción de Costa Rica que, además, cuenta con un Programa Nacional de Fomento.

En la medida en que las instituciones del Estado retrasan su participación, se limita el avance de sectores vitales para el desarrollo integral de la actividad. La investigación, el crédito, asistencia técnica, apoyo a la comercialización, información de mercados y regulaciones, serían acciones que permitirían apoyar el crecimiento del sector. Sin embargo, la agricultura orgánica no ha sido asimilada como parte de los modelos de desarrollo que los Estados centroamericanos promueven; todavía se le brinda un apoyo sutil, insuficiente para determinar los verdaderos alcances y oportunidades de las nuevas formas productivas.

## NORMATIVA Y ASPECTOS GENERALES DE LA CERTIFICACION

En general, los países de la región realizan esfuerzos para establecer una legislación que regule la agricultura orgánica; solamente Costa Rica ha logrado avanzar apreciablemente en el marco legal.

En los países centroamericanos que no cuentan con legislación que norme la agricultura orgánica, los productores acuerdan la certificación directamente con las agencias certificadoras internacionales.

Los países se encuentran en proceso de definición de mecanismos e instrumentos para normar la producción, transformación, comercialización y mercado interno, algunos de ellos basados en el Codex Alimentarius, en la normativa de la Unión Europea, la de Estados Unidos y la legislación de Costa Rica. El detalle de los avances alcanzados hasta el momento se puede analizar en el Cuadro 3.

Cuadro 3. Avances en la legislación para normar la agricultura orgánica en los países centroamericanos.

País	Grado de avance	Responsables
Belize	Revisión de la legislación de UE, Codex Alimentarios y legislación de CR.	BCPA (Belize Organic Producers Association).
Guatemala	Comisión Nacional de Agricultura Ecológica, decreto Ministerial 1173-99.	Representantes de MIVAGA, Asociación general de Exportadores de Productos No Tradicionales, representantes de Universidades.
Honduras	Comité Nacional de Agricultura Orgánica, proceso de consulta sobre normas, asesoría al reglamento basado en el Codex Alimentarius legislación y reglamento de Costa Rica. Se quiere trabajar solo un reglamento, no una ley.	INAFOP y representantes nacional de SENASA.
El Salvador	Marco establecido a nivel de política agropecuaria.	Información no disponible
Nicaragua	Ajustes finales de la ley brésilense de promoción y regulación de la agricultura ecológica en Nicaragua.	Mag. Por, INVA, Centro de Exportaciones en Importaciones (CEI), APENSA (Asociación de Productores y Exportadores de Productos No Tradicionales).
Costa Rica	Ley marco, reglamento y normativa. Proceso para reconocimiento como país tercero ante UE.	Dirección de producción fitosanitaria del MAG.
Panamá	Comisión para el marco legal, leyes de referencia, Codex Alimentarius, ley de Costa Rica.	Productores, instituciones del Estado.

Como se puede comprobar al analizar el Cuadro 3, es incipiente el avance en el "marco legal" de los diferentes países; en la mayor parte de los casos están determinados con base en las iniciativas de las mismas agencias certificadoras y las ONG que han impulsado procesos para establecer la normativa. En tal sentido, el Estado ha tenido poca participación; básicamente reacciona ante la necesidad de productores e instancias que solicitan su participación en el control y fiscalización de la relación entre productores, procesadores, agencias certificadoras y comercializadores.

## Agencias certificadoras de la región centroamericana

Las agencias certificadoras son las instancias encargadas de verificar que los productos llevados a los mercados sean realmente orgánicos; ellas garantizan al consumidor que se han cumplido los requisitos legales y técnicos para que el producto sea sano y saludable. Los sellos de las agencias certificadoras son la garantía de los compradores y consumidores acerca de la procedencia "limpia" del producto orgánico.

Anteriormente, las agencias certificadoras internacionales tomaban contacto con los productores interesados en la certificación; hoy el proceso se simplifica, desde que las agencias nacionales se encargan de las inspecciones y monitoreo de agencias no acreditadas en países de Centroamérica. A pesar de ello, numerosas agencias trabajan en la región sin reconocimiento del Estado; es decir, no están reconocidas o acreditadas, simplemente porque no existen los mecanismos legales para hacerlo.

Solo en el caso de Costa Rica, el Estado, por medio de la oficina de acreditación, puede brindar respaldo legal a las agencias inscritas. En ese caso, también se debe mencionar el esfuerzo para lograr reconocimiento como "tercer país"; eso significa la acreditación del Estado costarricense en la Unión Europea. Los productos orgánicos certificados por agencias registradas serían reconocidos en los mercados de la Unión Europea, avalados previamente por la oficina encargada de la acreditación. El trámite de esa disposición ha sido lento, pero finalmente facilitará el ingreso de los productos costarricenses a los países europeos. En Latinoamérica, solamente Argentina ha logrado ese reconocimiento.

En el Cuadro 4 se describe la presencia de las agencias certificadoras en la región centroamericana.

Cuadro 4. Agencias certificadoras en Centroamérica

País	Nacionales o regionales	Internacionales
Belize	Mayneest	Soil Association, OCIA, Global
Guatemala	Mayneest	OCIA, OFCO, OCEB, BCS, Naturland, Heland
Honduras	BioInova, EcoLógica	BCS-OKO Garantie, OCIA, QAI
El Salvador	EcoLógica	BCS-OKO Garantie, OCIA, Naturland, Imo control
Nicaragua	BioInova	OCIA
Costa Rica	EcoLógica, Alencopop, BCS-OKO Garantie (acreditada)	Soil, Ecocert, Otop, BioAfrica, OCIA
Panamá	EcoLógica	Ecocert

Fuente: IICA

Las primeras experiencias en la región se hicieron con las agencias certificadoras de Estados Unidos (OCIA, por ejemplo) y Europa (BCS-okö garantie y ECOCERT), que tenían reconocimiento en los mercados estadounidense y europeo, respectivamente. Esas agencias enviaban sus propios inspectores para la certificación, lo cual significaba un costo muy alto para las organizaciones de productores y para los productores individuales.

Más recientemente (hace aproximadamente tres años) surgieron las agencias nacionales, que significaron un aporte fundamental a la disminución de costos, porque venden servicios de inspección a certificadoras internacionales y, mediante alianzas con éstas, son reconocidas indirectamente en países de la Unión Europea o en estados de EE.UU. También desempeñan un papel importante en la construcción de normas para el mercado nacional.

BSC-OKÖ garantie es una de las agencias de más antiguo trabajo en Centroamérica; ha brindado servicios como agencia reconocida en la Unión Europea. Otra agencia reconocida en la región es Biolatina; se trata de un consorcio o grupo de agencias certificadoras de varios países del continente (Nicaragua, Bolivia, Perú y Colombia), con reconocimiento en la Unión Europea.

A nivel nacional, existen dos agencias de certificación con reconocimiento regional; tal es el caso de Mayacert de Guatemala y Eco-Lógica de Costa Rica; éstas no solo han desarrollado procesos de certificación nacional, sino que también han brindado servicios en otros países de la región.