

PRODUCCIÓN ORGÁNICA CAMPESINA Y ACCESO A MERCADOS

. INTRODUCCIÓN

La producción orgánica campesina y el acceso a los mercados es una preocupación compartida tanto por los productores y actores ligados al apoyo al desarrollo rural, partiendo que esta forma de producción es considerada una alternativa con varias ventajas como:

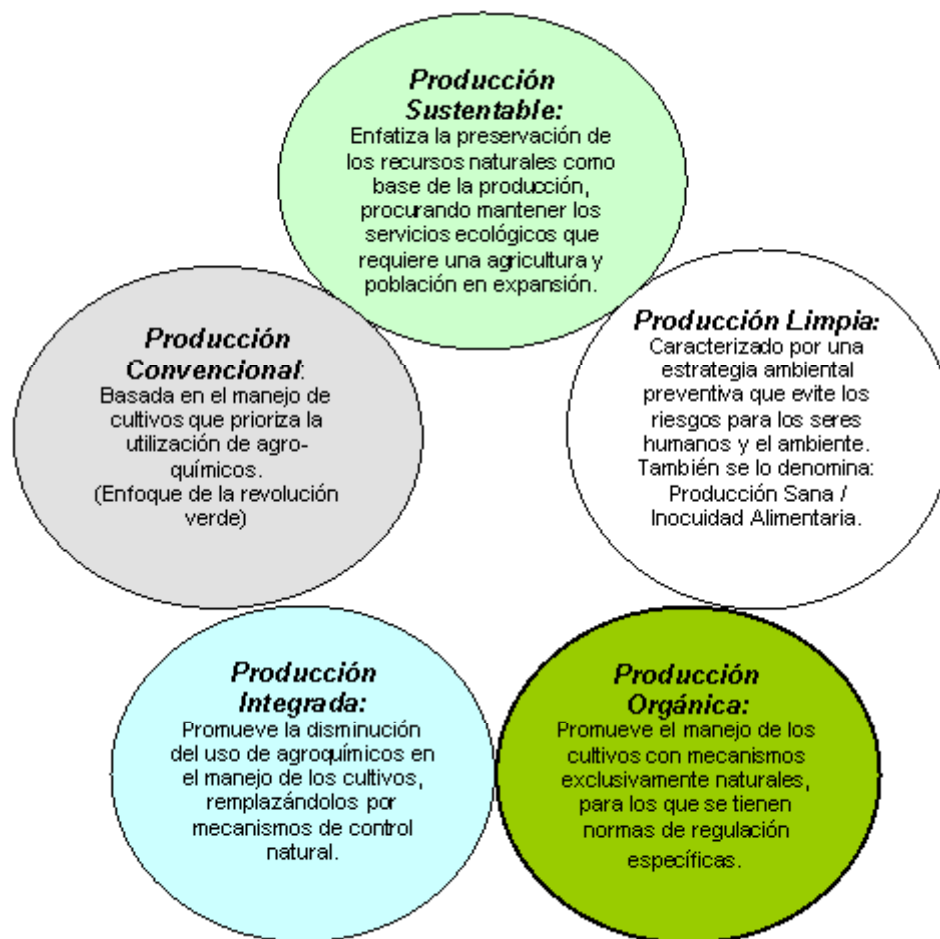
- la obtención de productos sanos para el consumo humano
- la reducción de los costos de producción y el mejoramiento de los ingresos de los productores
- la reducción de la contaminación ambiental e impacto sobre la salud
- un uso integrado y conservación de los recursos naturales productivos.

Ante una demanda creciente de productos orgánicos en mercados internacionales y - más reciente - en mercados nacionales o locales, es importante que los pequeños productores de montañas desarrollan capacidades para poder competir en estos mercados con productos de alta calidad. Para lograr esto, la producción orgánica campesina orientada al mercado enfrenta retos a nivel tecnológico, empresarial e institucional.

Luego de una aclaración de diferentes enfoques de producción, el documento hace énfasis en como trabajar entre los diferentes actores en el desarrollo de estrategias para articular la producción orgánica campesina a los mercados profundizando aspectos de:

- producción orgánica campesina y su aporte al manejo de la finca
- organización de los productores
- certificación de la producción y
- comercialización de productos orgánicos campesinos.

2. ACLARANDO DEFINICIONES DE DIFERENTES ENFOQUES DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA



Fuente: A. Yurjevic

3. LOS APORTES DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA AL MANEJO DE LA FINCA

La agricultura orgánica considera la finca como unidad integral de producción poniendo énfasis en ciclos de nutrientes cerrados y en el equilibrio de la flora y fauna. Tiene gran importancia el aspecto de manejo de fertilidad de suelo principalmente a través de un aumento y mantenimiento de la materia orgánica logrado por:

- integración de ganadería con producción vegetal (disponibilidad de estiércol como abono orgánico para cultivos)
- rotación de cultivos (manejo de plagas y enfermedades)
- cobertura de suelo con rastrojo (evitar erosión y compactación, mantener humedad en el suelo, control de malezas, etc.)

El principio que rige es de alimentar el suelo para luego alimentar los cultivos, y no directamente fertilizar los cultivos.

El cambio a un sistema de producción orgánico si bien es exigente permite al agricultor:

- desarrollar un mayor conocimiento de su finca, los cultivos y crías animales, la dinámica natural del suelo y el agua y la biodiversidad.
- desarrollar la capacidad de planificar la producción en función de las mejores oportunidades de los productos en el mercado (producción escalonada, productos fuera de estación).
- eliminar la dependencia del uso de agroquímicos haciendo un mejor uso de materiales locales, y consecuentemente reducir los costos de producción.
- valorizar mejor la mano de obra familiar
- experimentar y sistematizar sus experiencias para lograr una alta productividad con estándares de calidad requeridos.

No obstante, es importante considerar que el cambio a un sistema de producción orgánica a menudo significa una baja en los rendimientos en un primer momento (fase de transición) hasta que se ha establecido un equilibrio a nivel de fertilidad de suelos, control de malezas, plagas y enfermedades.



4. EL FORTALECIMIENTO DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES ORGÁNICOS COMO ELEMENTO DE ÉXITO

La organización de los productores orgánicos es un elemento vital para poder competir con éxito en los mercados nacionales e internacionales. Según la experiencia de agricultores orgánicos organizados estos son los elementos que se deben tomar en cuenta (fuente: CECOCAFEN en Nicaragua):

FACTORES DE ÉXITO DE LA COMERCIALIZACIÓN ORGANIZADA:

- Las organizaciones permiten constituir un mecanismo sólido para la comercialización de productos con "espíritu de dueño y no de intermediario".
- Es preciso el establecimiento de un mecanismo permanente especializado en comercialización dentro de la organización.
- Establecer comunicación y educación entre los asociados como un instrumento de mejoramiento con visión económica y de desarrollo.
- Es preciso establecer marcas propias para los productos.
- Establecer mecanismos permanentes de comunicación con los clientes.
- Lograr calidad permanente tanto para los productos como para la calidad de vida de los productores.
- Hay que integrar los sistemas de cadenas: producción en finca, procesamiento, organización de la comercialización y control de calidad.

LAS LIMITACIONES:

- Caída y fluctuación alta en precios internacionales.
- Ausencia de apoyo crediticio al sector de la pequeña producción.
- Poca experiencia de los pequeños productores en el impulso de tecnologías apropiadas para la producción orgánica.

RECOMENDACIONES PARA AVANZAR EN EL FORTALECIMIENTO ORGANIZATIVO:

- Establecimiento dentro de la organización mecanismos para el control de procesos en la cadena productiva.
- Propiciar alianzas con entidades u organizaciones afines al sector y enfrentar la misma problemática.
- Fortalecer la base productiva, mejorando tecnología y capacidad organizativa a la vez
- Desarrollar la capacidad estratégica y operativa de la gestión empresarial.
- Apoyar la búsqueda constante de mercados.

.5. LA CERTIFICACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

¿QUÉ ES LA CERTIFICACIÓN?

Es un sistema establecido que en base de una inspección confirma de manera formal, escrita e independiente de que el productor ha cumplido las normas que se comprometió, alcanzando así las condiciones y características exigidas para acceder a determinados mercados. Las certificadoras internacionalmente reconocidas cumplen con los requerimientos en la Norma ISO - 65, que establece las características de los procedimientos de una certificadora. La mayoría de las certificadoras pueden certificar un producto para distintos mercados (doméstico, europeo, EEUU; para el Japón se requiere una certificadora japonesa).

¿QUÉ NORMAS EXISTEN?

Entre las normas más relevantes están:

- El Reglamento CEE No. 2092/91 de la Unión Europea
- Las normas NOP del National Organic Program de los EEUU
- Los estándares JAS de Japón

Cabe señalar que la mayoría de los países latinoamericanos tienen ahora normas propias para la agricultura orgánica (ecológica).

Las Normas Básicas para la Agricultura de IFOAM (Federación Internacional de Movimientos de la Agricultura Orgánica) son normas internacionales no gubernamentales creados como marco de referencia para organizaciones nacionales y grupos de certificación que quieren desarrollar sus propias normas. Para más información: www.ifoam.org

Una colección de normas alimentarias aceptadas internacionalmente se encuentra en el Codex Alimentarius elaborado por la FAO y la OMS (Organización Mundial de Salud). El objetivo de este codex es de facilitar líneas definitorias comunes sobre la producción y comercialización de productos orgánicos para que sean usadas por los legisladores. Más información se encuentra en: www.codexalimentarius.net/index_es.stm y codex@fao.org.

¿CUÁNTO CUESTA CERTIFICAR?



Los costos se establecen mediante el cálculo de los costos variables y los costos fijos del proceso de certificación en el que la certificadora realiza análisis, visitas de campo, elaboración de informes, etc. En general los costos de la certificación están en el orden de un 2% del valor de los costos totales de producción y del 0.3 hasta 3% del valor bruto de las ventas. La certificación grupal por una empresa local tiene menor costo (ej. 50-150 \$ por productores) mientras la certificación individual y/o realizado por una certificadora internacional puede costar de 2000 hasta 7000 \$.

¿CÓMO ES EL PROCESO DE CERTIFICACIÓN?

La inspección y en consecuencia la certificación cubre la cadena de producción completa hasta la transferencia al consumidor. Se toma en cuenta: el cultivo, el empaque y etiquetado, el transporte, almacenamiento y distribución y el procesamiento para productos semi-acabados y acabados.

Este proceso tiene una cobertura de 3 años con auditorias semestrales hasta mensuales, de las que el 25% no son anunciadas y combinan análisis de los productos y del medio ambiente en el que se producen.

IFOAM provee un listado exhaustivo de empresas certificadoras. www.ifoam.org

La USDA (Departamento de Agricultura de los EEUU) a través de su Programa Nacional Orgánico (NOP) provee una lista de empresas certificadoras con su aval en la siguiente dirección: <http://www.ams.usda.gov/nop/CertifyingAgents/Accredited.html>

Algunas certificadoras que operan en América Latina son:

- ARGENCERT
- - BCS
- - BIOLATINA (una asociación de cuatro certificadoras)
- - BOLICERT
- - CERTIMEX
- - ECOCERT
- - ECO-LOGICA
- - IMO
- - SKAL

PASOS A SEGUIR PARA CERTIFICAR ¹

1 Identificar el momento y el tipo de certificación que se ajusta a las necesidades tomando en cuenta:

- El mercado al que se quiere acceder para determinados productos
- El manejo de aspectos básicos de la agricultura orgánica tomando en cuenta manuales de certificación (prácticas preventivas para control de plagas y enfermedades, fertilización, rotación de cultivos y diversificación; mantener registros de manejo general).²
- El tipo de producto, servicio o proceso que se quiere certificar,
- Los costos para acceder a la certificación, (evaluar el costo/beneficio de certificar)
- Los criterios y procedimientos que maneja la certificadora y
- El posicionamiento en el mercado de la empresa certificadora ³ y de la certificación escogida

2 Contacto preliminar con la empresa certificadora

- Con el fin de explicarle a la certificadora, cómo y desde cuándo se ha trabajado orgánicamente, para definir la conveniencia de iniciar el proceso o modificar, eliminar o implementar alguna práctica agrícola antes de realizar la solicitud de certificación.
- Una finca puede ser orgánica pero no certificable si no cuenta con registros que respalden las prácticas.

¹ Fuente: Modificado según Eco-LOGICA (Costa Rica)

² El manejo de esta información puede agilizar el proceso de transición que es el período de tiempo que pasa entre la instauración del sistema de producción orgánico hasta lograr la certificación. Esta es la base para que los pasos siguientes sean exitosos

³ La empresa certificadora debe ser totalmente neutral e independiente a la hora de tomar la decisión de otorgar o negar la certificación. Debido a que no puede ser juez y parte

3 Leer y entender la información recibida de la certificadora

La información entregada comprende normalmente:

- Manual de normas y procedimientos de la certificadora
- Solicitud de certificación
- Declaración jurada del productor
- Otra información de apoyo (Formularios para solicitar permiso de venta del producto o para utilizar algún insumo de uso restringido).

4 Llenado y envío de la solicitud de certificación y declaración jurada del productor

- Proveer información verdadera y precisa, agregar cualquier información útil.
- La certificadora revisa la información y asignará un inspector

5 Inspección de la finca (diagnóstico)

Realizada por un inspector con el fin de verificar la información entregada y comparar las prácticas de la finca con las normas de producción orgánica.

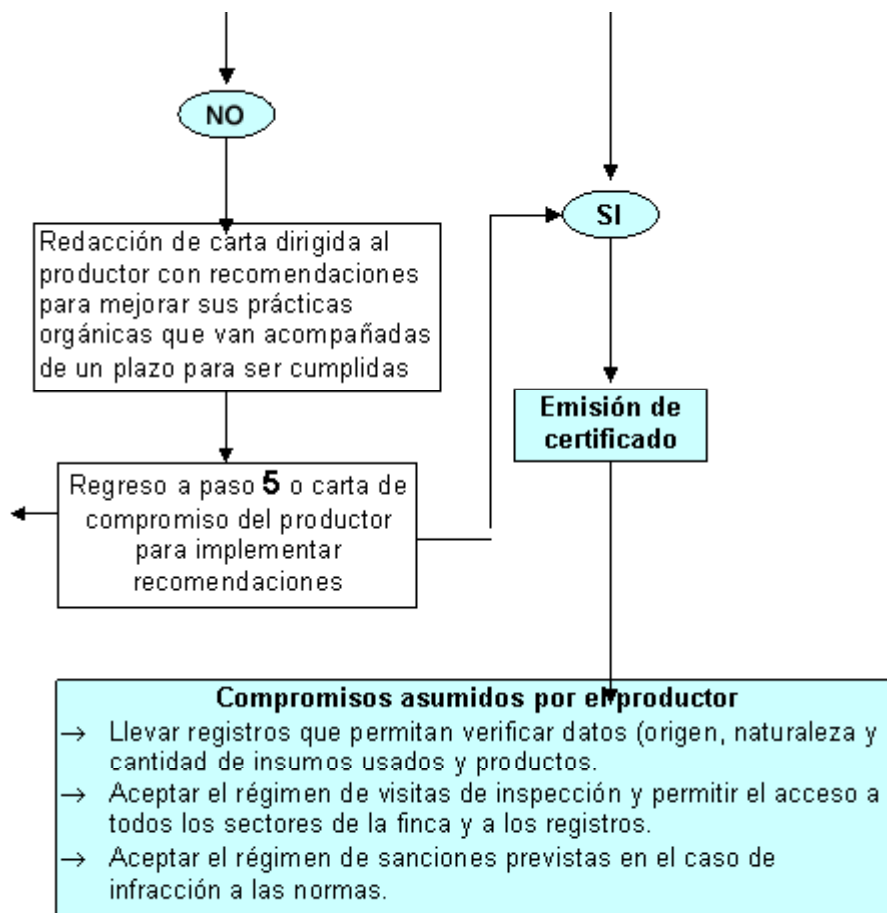
¿Qué se inspecciona?:

- La información entregada por el productor = observado en la finca
- Manejo de la finca durante los últimos 3 años
- Manejo de la fertilidad y conservación del suelo (en algunos casos muestreo de suelos)
- Condición de cultivos sembrados
- Origen, estado y cantidad del material de siembra
- Manejo de malezas
- Manejo de plagas

- Fuentes de agua y riego
- Actividades en fincas vecinas
- Cosecha
- Almacenamiento de insumos y productos
- Procesamiento en Finca - Manejo poscosecha
- Procesos de transformación del producto
- Comercialización, entre otros.

6 Informe de inspección

7 Evaluación del Comité de Certificación: Decisiones y recomendaciones



6. ¿CÓMO DESARROLLAR COLECTIVAMENTE ESTRATEGIAS PARA ARTICULAR LA PRODUCCIÓN ORGANICA CAMPESINA CON LOS MERCADOS?

La producción orgánica es una opción con ventajas sociales, ecológicas y económicas y puede constituirse en una alternativa para miles de pequeños productores.

Las estrategias para desarrollar este sistema de producción y lograr su articulación con los mercados, deben incluir a los diferentes sectores directamente involucrados, asumiendo cada uno su rol y responsabilidad, veamos:

El sector de pequeños productores, constituido por grupos de campesinos organizados capaces de orientar el proceso productivo hacia una demanda específica y garantizada (productores con una visión empresarial).

Su rol: Este sector debe tomar la decisión por si mismo, optando por abordar un proceso de conversión productiva y de introducción de un sistema de producción orgánica adaptado a las características de su entorno.

La importancia en la toma de decisiones autónomas radica en que así y solo así las iniciativas son sostenibles. Los casos en que la conversión se efectúa bajo la influencia externa sin la participación decidida de los productores, fracasan.

El rol de éste sector se concentra en desarrollar y afianzar la producción orgánica, asegurando cantidad y calidad de productos que cumplan con los requisitos necesarios para ser calificados como orgánicos.

El sector privado, constituido por oferentes de servicios (empresas transformadoras y comercializadores, ONG's, financieras) que apoyan al fomento de la cadena de producción-comercialización de productos orgánicos.


Su rol: debe ser brindar apoyo y asesoramiento al proceso, articulando la oferta y la demanda de servicios que respondan con claridad al medio en el que se implementan.

Estos servicios son los siguientes:

- asistencia técnica, en la producción, certificación y comercialización mayormente brindada por empresas privadas y ONG's,
- transformación,
- crédito, otorgado a condiciones favorables para los campesinos
- certificación de los productos orgánicos, brindado por empresas certificadores nacionales e internacionales.

El sector público,

constituido por actores provenientes de organizaciones estatales y del gobierno.



Su rol: debe ser el de promover políticas de incentivo que posibiliten:

- el acceso a mercados,
- la integración de la oferta orgánica del país en negociaciones nacionales e internacionales, respaldando claramente a los productores,
- proveer normas legales necesarias para acceder a certificaciones,
- realizar investigación y campañas de educación de los consumidores sobre productos orgánicos.

7. ¿EXISTE POTENCIAL PARA LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ÓRGANICOS EN LOS MERCADOS?

¡POR SUPUESTO QUE SI!,

Entre los problemas más importantes de los productores orgánicos certificados relacionados con el mercado internacional exclusivamente, están la fluctuación de precios y la alta dependencia con mecanismos de certificación y comercialización externos, generalmente muy costosos.



Los mercados nacionales y locales se están abriendo para la comercialización de productos orgánicos. Es notorio un cambio de actitud en ciertos estratos de la población respecto a la protección de la salud y el medio ambiente, este nuevo escenario se convierte en una oportunidad para los productores orgánicos. Sin embargo los usuarios de los mercados nacionales y locales, requieren también de seguridad sobre las condiciones de producción en las que se originaron los productos que están siendo ofertados.

La certificación y los mercados nacionales y locales es un desafío principalmente para los pequeños productores, por lo que requieren del apoyo del sector público y privado para lograr productos con garantía para el consumidor y mejorar sus ingresos y condiciones productivas.

El desarrollo de mercados nacionales y locales para productos orgánicos, deberá considerar:

- Obtener un sistema de garantía al consumidor, sea con sellos, sistemas de certificación u otros de preferencia local, que no incidan negativamente en los precios finales de los productos.
- Realizar la prospección de productos promisorios, que respondan a las demandas del mercado (por ejemplo: vegetales y frutas).
- Lograr precios basados en los costos reales de producción, de tal manera que el sobreprecio sea un ingreso extra que justifique el sistema de producción orgánico.
- Lograr volumen, frecuencia y diversidad, que permita una producción programada disponible y diversa durante todo el año.
- Disponer de información, no sólo para el productor, sino también para el comercializador y el consumidor final.
- Aprovechar encuentros entre productor y consumidor (ferias, visitas a fincas) fomentando más conciencia en los consumidores para productos orgánicos.
- Explorar potencial para desarrollar el agro ecoturismo

Los productores y comercializadores pueden ofertar sus productos orgánicos a través de la feria más grande a nivel mundial "BIOFACH" www.biofach.de/main/d3zpz4k2/page.html

EXPERIENCIAS FUENTE:

A.Yurjevic, CLADES, Chile, "Producción Orgánica Campesina y Acceso al mercado: desafíos fundamentales".

AGRUCO, Bolivia, "Experiencias en agroecología y revalorización del saber local campesino"

CATIE, Costa Rica, "Implicancias de la producción orgánica sobre los sistemas de producción en A.L."

CAFÉ NICA, Nicaragua, "Experiencias de agricultura orgánica en Nicaragua con café, ajonjolí y hortalizas"

INTERCOOPERATION, Berna, "Un camino hacia la producción orgánica - experiencias de Pakistán"

AOPEB, Bolivia, "Sostenibilidad de la empresa ecosocial: Experiencias de organizaciones de productores ecológicos en Bolivia"

CECOCAFEN, Nicaragua, "Organización de pequeños productores para la comercialización de café orgánico"

A. Yurjevic, CLADES, Chile, "La certificación orgánica en la perspectiva de una secuencia compleja y creciente de exigencias"

BIOLATINA, Nicaragua, "La Normatividad Internacional y la Certificación Ecológica: un Punto de Vista Alternativo"

ACOPO, El Salvador, "Experiencias de ACOPO en la certificación y comercialización de hortalizas orgánicas"

CEA, Ecuador, "Resultados del "Encuentro Latinoamericano de Intercambio de Experiencias Campesinas de Comercialización, Certificación Orgánica y Mercado Justo"

"Comparación de Sellos: Orgánico y Mercado Justo". Resumen presentado por M. Fischler, PASOLAC, El Salvador.

PYMAGROS, Perú, "Producción Orgánica Avances y Resultados"
www.argencert.com.ar www.anao.org Eco-LOGICA Costa Rica

La memoria completa del seminario o cualquiera de las ponencias puede solicitarla a la Secretaría Técnica de ASOCAM : asocam@uio.satnet.net

Las REFLEXIONES Y APRENDIZAJES que les transmitimos mediante esta publicación están basados en los resultados del V SEMINARIO ASOCAM, realizado en Managua/Nicaragua en mayo 2002 sobre el tema "Producción Orgánica Campesina y

Acceso a Mercados", con la participación de 48 participantes procedentes de Bolivia, Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Perú y Suiza.

GRUPO TEMÁTICO DEL SEMINARIO:

PASOLAC, Martin Fischler y Carlos Pérez

AGRUCO, Freddy Delgado

AGRECOL, Anne Piepenstock

COSUDE-Nicaragua, Omar Palacios

INTERCOOPERATION - Andes

Con los aportes de la Secretaría Técnica ASOCAM (INTERCOOPERATION-Andes):

Phillippe de Rham

Patricia Camacho

Lorena Mancero

Auspicia: COSUDE

Fotos: INTERCOOPERATION - Andes, PASOLAC

Elaborado por: Secretaría Técnica ASOCAM

Reproducción autorizada si se cita la fuente.