



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
<http://ageconsearch.umn.edu>
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA EN CENTROAMÉRICA

CARACTERIZACIÓN DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA EN CENTROAMERICA

Manuel Amador*

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 ha¹ 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

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

1 Informe regional: Aproximación a las principales tendencias de comercialización de productos orgánicos en Centroamérica. IICA, 2001.

ORGANIC PRODUCTION IN CENTRAL AMERICA

CHARACTERISTICS OF ORGANIC AGRICULTURE IN CENTRAL AMERICA

The growth of organic agriculture in Central America is due in large part to the convergence of three main factors, which occurred during the 80's:

1. The opportunity to produce (and export) that was offered to small farmers on the part of international donor agencies accredited in the region and the members of the NGOs that worked together with the former as process facilitators.

2. The efforts of farm families that, for some time had been producing without synthetic chemical inputs.

3. The demand from conscientious consumers in the countries of the European Union and the United States, interested in healthy and healthful organic products from the tropical areas of Central America.

Most of the 41,823 ha¹ in certified and transitional farms in the Central American region are no more than 5 hectares, on average; i.e., organic production in Central America consists principally of small farmers integrated into domestic and international markets, whose productive units can be characterized as:

- a. Farms or plots with scant or no use of synthetic inputs; they are generally highly diversified farms maintaining an efficient utilization of resources such as seeds, water, soil, and plant diversity. One of the most concrete examples is the one referring to coffee. Most of the current organic coffee farms have been consolidated from highly diversified areas where coffee occupies just one of the spaces. This situation is very different from that of the farms submitted to an agro-chemical regime, where there is little diversity and shade is scarce.
- b. Farms where indigenous practices have been preserved, with wild plants or those introduced several decades or even centuries ago, managed on an artisan

* Director of the Corporación Educativa para el Desarrollo Costarricense (CEDECO, Educational Corporation for Costa Rican Development).

1 Regional Report: An Approach to the Major Trends in Organic Product Marketing in Central America. IICA, 2001.

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 procesa-



basis, but with an extractive logic for marketing (e.g., organic blackberries in Guatemala and Costa Rica).

- c. More “modern” plots or farms that have adopted a agencies (such as Biolatina). Although there are other organic products that are important at the country level, these do not represent the largest volumes in the region as a whole. Such is the case of organic bananas in Costa Rica, where approximately 1.5 million kilograms are produced yearly, coming from indigenous groups and small farmers.
- d. Small plots or farms of poor farmers (one hectare or less), who have opted for “clean” production since they lack the income necessary to purchase chemical inputs.
- e. Capital intensive agro-industrial firms, frequently foreign-owned, interested in the growing world market for organic products.

PRINCIPAL ORGANIC PRODUCTS FROM THE REGION

Most of the organic farmers in the Central American region are small producers with high levels of diversification; however, they are the main suppliers of very diverse products and are in charge of promoting organic production with the volumes delivered to the processors and marketers. Very few of these small farmers deliver their product directly to the market, usually selling to domestic or international middlemen who proceed to process and deal with distributors in the destination markets.

The major organic products from the region are cacao and coffee, due to their volume and the dedicated crop areas in several countries. Frequently they are integrated into the external markets, where they are shipped after par-



miento 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.

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

tial processing, to complete their preparation and distribution to the purchasing countries. The organizations or firms that sell them maintain relationships with the international certifying agencies, and are frequently subject to inspection by national agencies (such as Mayacert in Guatemala and Eco-Lógica in Costa Rica) or regional agencies (such as Biolatina). Although there are other organic products that are important at the country level, these do not represent the largest volumes in the region as a whole. Such is the case of organic bananas in Costa Rica, where approximately 1.5 million kilograms are produced yearly, coming from indigenous groups and small farmers.

There is a set of “secondary” export products, which are also negotiated on the local market, which represent the greatest diversity: sesame, indigo, cashew, pineapple, bananas, mangoes, vegetables, blackberries, and brown sugar. These products are also certified by national and international agencies. Some of these products take on particular importance in individual countries, for example, indigo for dye and cashew nuts in El Salvador. On the other hand, sesame is an important product in Guatemala, El Salvador, and Nicaragua

The “tertiary” products are customarily aimed at the domestic markets, such as different fruits, basic grains, roots and tubers; they are also sold in conventional markets or in the few existing certified points of sale. These products normally come from diversified farms throughout the region, some of which are capable of exporting.

Table 1 presents a summary of most of the organic products originating in the region and destined to either the domestic or the international markets.

DESTINATION MARKETS

EXPORTS

As was mentioned above, the export market for organic products in Central America began and accelerated with the efforts of NGOs and cooperating agencies, which acted as facilitators to place these products in European, US, and more recently, Japanese markets. Visiting foreigners or those resident in Central America also looked with interest on the possibility of facilitating exports of chemical-free products, such as cacao, coffee, bananas, mangoes, brown sugar, sesame, and indigo. With the resulting interest among external purchasers for these tropical products,

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

Producto	Belize		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	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

Table 1. Main Organic Products in Central America by Destination Market

Product	Belize		Guatemala		Honduras		El Salvador		Nicaragua		Costa Rica		Panama	
	Local	Intl.	Local	Intl.	Local	Intl.	Local	Intl.	Local	Intl.	Local	Intl.	Local	Intl.
Coffee			X	X		X	X	X	X		X	X	X	
Bananas				X		X			X		X	X	X	
Cacao		X		X		X	X				X	X		X
Sesame				X		X		X	X					
Pineapple			X		X	X	X		X		X	X	X	
Cashew			X					X	X	X				
Cotton										X				
Cardamom		X		X										
Honey			X	X				X	X	X	X		X	
Indigo							X							
Sugar			X	X	X		X	X	X		X	X	X	
Blackberries			X		X		X				X	X		
Medicinal Plants			X	X			X		X	X	X		X	
Oranges	X		X		X		X		X		X	X	X	
Vegetables			X	X	X		X	X	X		X		X	
Ginger			X			X			X		X	X		
Pepper				X		X			X		X			
Other Fruits			X			X	X		X		X	X	X	
Dairy Cattle	X								X					

Source: IICA

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 banana 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 OKÖ² 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

this commercial relationship began to consolidate: slowly the volumes offered were regulated and export product quality improved at the same time that the certification processes were perfected.

International market offerings come from the farms of small farmers. The commercial relationships with external markets have developed in an isolated manner, on a product-by-product basis. Coffee, cacao, and bananas are examples of important products for the region whose international sales were organized individually, without a common strategy.

One determining factor for exports has been certification: this began with the presence of inspectors from US certifying agencies, such as OCIA, and European ones, such as BCS OKÖ² garantie, Ecocert, and Soil Association, among others. Besides simplifying product access to the different countries, they also promoted processes for creating local inspectors, thus reducing the costs to independent growers and organizations.

LOCAL MARKETS

Although organic crops in Central America were directed to export early on, there is a clear interest in developing local markets as well.

More specifically, and strictly speaking, Central American countries do not have local markets for organic products; what one finds are points of sale promoted by farmer’s organizations, NGOs, and some firms that supply supermarkets. There are also small stores, fairs, and “door to door” sales. The volumes are still small, seasonal, and generally do not meet the standards for international certification. Several Central American organizations are urgently planning to build a strategy or campaign that would allow them to increase the number of consumers and increase the points of sale as prior steps for the creation of local markets in the region.



² Siglas en alemán

² German abbreviation

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.

País	Puntos de venta	Producto
Guatemala	Ferias municipales, iniciativa supermercados.	en Hortalizas, frutas, café y plantas medicinales.
El Salvador	Hoteles, supermercados, restaurantes, venta directa.	Hortalizas, cacao, maracuyú, piñano, papaya (otras frutas), loroco y abonos orgánicos.
Honduras	Red de comercialización Comunitaria (COMAL, RELACC) basada en el intercambio de productos.	Panela, piña (otras frutas), café, vino de naranja.
Nicaragua	Ferias de la Red Nicaragüense de Comercio Comunitario (RENICC). RELACC venta al intermediario como producto convencional y venta directa como convencional.	Cítricos, otras frutas, granos básicos (frijol), café, tamarindo, maní, marañón, fresa, achiote, plantas medicinales, especias, soya.
Costa Rica	Tiendas, ferias, venta de "puerta en puerta", supermercados.	Hortalizas, frutas, raíces y tubérculos, café, granos básicos.
Panamá	Procosol (RELACC), ferias y "puerta en puerta", importación de Costa Rica y California.	Hortalizas, frutas diversas, raíces y tubércul
Belize	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 com-

Furthermore, there are continuing efforts to overcome the scant volumes and lack of diversity in the products destined to local points of sale. The trend is to insure a greater diversity of products, volumes, quality, and frequency of organic products. Largely, the growth in local markets implies a learning space for establishing ever-greater ties to international markets.

Currently, new ways are being sought to guarantee an organic production process for the consumer; at the same time, there are efforts to ensure that these guarantee mechanisms comply more fully with international certification processes.

With regard to the limited development of the points of sale, Table 2 presents some initiatives that are attempting to develop local sales outlets in the region.

Country	Points of Sale	Product
Guatemala	Municipal fairs, initiatives in supermarkets.	Vegetables, fruit, coffee, and medicinal plants.
El Salvador	Hotels, supermarkets, restaurants, direct sales.	Vegetables, cacao, passion fruit, plantain, papaya, other fruits, loroco, and organic fertilizer.
Honduras	Community Marketing Network (COMAL, RELACC) based on product exchanges.	Brown sugar, pineapples, other fruits, coffee, orange wine.
Nicaragua	Fairs held by the Nicaraguan Community Trade Network (RENICC). RELACC sales to middlemen as conventional products and direct sales as conventional products.	Citrus, other fruits, grains (beans), coffee, tamarind, peanuts, cashews, strawberries, annatto, medicinal plants, spices, soybeans.
Costa Rica	Stores, fairs, "door to door" sales, supermarkets.	Vegetables, fruit, roots and tubers, coffee, grains.
Panamá	Procosol (RELACC), fairs, and "door to door", imports from Costa Rican and California	Vegetables, different fruits, roots and tubers,
Belize	None	No information available.

Source: IICA

ORGANIC CONSUMERS

It is important to note that the Central America countries have few consumers that are fully aware of the virtues of organic products. Specifically, there are no organic consumers, as such, only persons interested in consuming products that are healthier and environmentally friendly. Usually these are foreign residents and groups of individuals that understand the importance of medical practices and eating habits directly related to wholly natural products.



prendido 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"³; 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.

3 Denominación del autor para los consumidores pioneros.

The consumers that visit the points of sale and are interested in increasing the demand, by informing others about these products, could be labeled "solidarity customers"³; they could be utilized to form a foundation for heightening interest and increasing the demand. The only country with a consumer organization is Panama, an organization called "Vacurú", which is continuously searching the country and neighboring Costa Rica for supplies. In some countries, such as Nicaragua and Guatemala, organic products are considered an unknown and underdeveloped product at the national level. Sales of "natural" products date back several years throughout the region, but there are no dynamic promotional structures allowing a short-term increase in demand.

PRICES

In the scarce points of sale throughout the region, the surcharges (for the consumer) run between 10% and 30%, very different from the prices obtained on international markets. In some cases, prices for organic products destined for export can surpass conventional products by more than 100%.

INSTITUTIONAL INVOLVEMENT

Support from the NGOs and international cooperation agencies for organic agriculture in Central America intensified after the Rio de Janeiro Summit in 1992, where sustainable agricultural practices gained greater currency. At the same time, a process was undertaken to identify suitable farms to multiply production and the search was begun for new markets for these products.

In the Central American countries, there are few Public institutions involved in this topic. Concern for developing the activity is restricted to some officials interested in it. Thus, possibilities for credit, research, technical assistance, and organizational processes are limited to external cooperation agencies and non-governmental organizations. More recently, participation by Public institutions has shown a preference for legal regulations and export procedures, excepting Costa Rica, which also has a National Promotion Program.

As long as Public institutions delay their involvement, there will be limits to the advance of sectors vital to the integral development of these activities. Research, credit,

3 Name given by the author to pioneer consumers.

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 CERTIFICACIÓN

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
Belice	Revisión de la legislación de UE, Codex Alimentarius y legislación de CR.	BOPA (Belice Organic Producers Association).
Guatemala	Comisión Nacional de Agricultura Ecológica, decreto Ministerial 1173-99.	Representantes de MAGA, Asociación gremial 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.	INAHO y representante nacional de SENASA.
El Salvador	Marco establecido a nivel de política agropecuaria.	Información no disponible
Nicaragua	Ajustes finales de la ley básica de promoción y regulación de la agricultura ecológica en Nicaragua.	Mag-For, INTA, Centro de Exportaciones en Importaciones (CEI), APENN (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.

Fuente: IICA.

technical assistance, marketing support, market information, and regulations, would all be activities contributing to growth in this sector. However, organic agriculture has not been assimilated as a part of the development models promoted by Central American States; it still receives a very subtle support, insufficient for determining the true scope and opportunities for new productive forms.

STANDARDS AND GENERAL ASPECTS OF CERTIFICATION

In general, the countries within the region are making efforts to establish a legislation that would regulate organic agriculture; only Costa Rica has been able to advance significantly within the legal framework.

In those Central American countries without legislation regulating organic agriculture, the growers must seek certification directly with the international certifying agencies.

The countries are at various stages of the process of defining mechanisms and instruments to standardize production, transformation, marketing, and internal markets. Some of them are based on the Codex Alimentarius, on European Union standards, those from the United States, and Costa Rican legislation. A breakdown of the progress achieved to date can be seen in Table 3.

Table 3. Legislative Progress on Standardizing Organic Agriculture in Central American Countries.

Country	Degree of Progress	Agencies Responsible
Belize	Review of legislation from the EU, Codex Alimentarius, and C.R. legislation	BOPA (Belize Organic Producers Association).
Guatemala	National Commission for Ecological Agriculture, Ministerial Decree No. 1173-99.	Representatives from MAGA, Non-Traditional Products Exporters Association, University representatives.
Honduras	National Organic Agriculture Committee, consultation process on standards, advice on regulations based on Codex Alimentarius legislation and Costa Rican legislation. They want to establish regulations, not a law.	INAHO and a national representative of SENASA.
El Salvador	Framework established at the level of agricultural policy.	No information available
Nicaragua	Final modifications to the basic law on the promotion and regulation of ecological agriculture in Nicaragua.	Mag-For, INTA, Export and Import Center (CEI), APENN (Non-Traditional Product Growers and Exporters Association).
Costa Rica	Parent Law, regulations and standards. Process for recognition of the country as a third country before the EU.	Vegetable Health and Production Office of the Ministry of Agriculture (MAG).
Panama	Legal framework Commission, reference laws, Codex Alimentarius, Costa Rican Law.	Growers, Public institutions.

Source: IICA.



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.

An analysis of Table 3 shows that the progress has barely gotten underway within the “legal framework” of the different countries; in most cases, they have been determined based on the initiatives of the certifying agencies themselves, as well as NGO promoted processes to establish standards. In this sense, the State has had little involvement; basically on a reactive basis, to the needs of growers and agencies requesting their participation in the control and oversight of the relationships between growers, processors, certifying agencies, and marketers.

CERTIFYING AGENCIES IN THE CENTRAL AMERICAN REGION

The certifying agencies are the bodies charged with verifying that products brought to market are truly organic; they guarantee for the consumer that the products have met all the legal and technical requirements for them to be healthy and healthful. The certifying agency seals are the purchasers’ and consumers’ guarantee of the “clean” origins of the organic product.

Previously, international certifying agencies contacted the growers interested in certification; nowadays the process is simpler, ever since the national agencies have been in charge of inspecting and monitoring the non-accredited agencies in Central America. However, in spite of this, many agencies are working within the region without State recognition; i.e., they are not recognized or accredited, merely because there are no legal mechanisms to do so.

Unique to Costa Rica, the State can provide legal support for the registered agencies, by means of the accreditation office. In this case, the effort to achieve recognition as a “third country” is also noteworthy, which means the accreditation of the Costa Rican State in the European Union. The organic products certified by registered agencies will be recognized in European Union markets, with prior endorsement by the office in charge of accreditation. It has taken a long time to achieve this disposition, but in the end, it will facilitate entry of Costa Rican products into European countries. In Latin America, only Argentina has achieved this recognition.

Table 4 describes the presence of certifying agencies in the Central American region.

CUADRO 4. AGENCIAS CERTIFICADORAS EN CENTROAMÉRICA

País	Nacionales o regionales	Internacionales
Belize	Mayacert	Soil Association, QC&I GmbH
Guatemala	Mayacert	OCIA, OTCO, OCB, BCS Naturland Bioland
Honduras	Biolatina Eco-Lógica	BCS-OKÖ Garantie OCIA QAI
El Salvador	Eco-Lógica	BCS-OKÖ Garantie OCIA Naturland Imo-control
Nicaragua	Biolatina	OCIA
Costa Rica	Eco-Lógica Aimcoop BCS OKÖ Garantie (acreditada)	Skal Ecoert Oseo Biolatina OCIA
Panamá	Eco-Lógica	Ecoert

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. □

TABLE 4. CERTIFYING AGENCIES IN CENTRAL AMERICA

Country	National or Regional	Internationals
Belize	Mayacert	Soil Association, QC&I GmbH
Guatemala	Mayacert	OCIA, OTCO, OCB, BCS Naturland Bioland
Honduras	Biolatina Eco-Lógica	BCS-OKÖ Garantie OCIA QAI
El Salvador	Eco-Lógica	BCS-OKÖ Garantie OCIA Naturland Imo-control
Nicaragua	Biolatina	OCIA
Costa Rica	Eco-Lógica Aimcoop BCS OKÖ Garantie (acreditada)	Skal Ecoert Oseo Biolatina OCIA
Panamá	Eco-Lógica	Ecoert

Fuente: IICA

The first experiences in the region involved certifying agencies from the United States (e.g., OCIA) and Europe (BCS-OKÖ garantie and ECOCERT), that were recognized in the US and European markets, respectively. These agencies sent their own inspectors for the certification, which entailed a significant cost for the growers' organizations and the individual growers.

More recently (about three years ago), national agencies began to appear, which meant an important contribution to the reduction in costs, because they sell inspection services to international certifiers, and through alliances with them, they are indirectly recognized in the countries of the European Union and the states of the US. They also play an important role in constructing standards for the national markets.

BCS-OKÖ garantie is one of the oldest agencies working in Central America; it has offered services as an agency recognized in the European Union. Another agency recognized in the region is Biolatina, which is a consortium or group of certifying agencies from several countries (Nicaragua, Bolivia, Peru, and Colombia), which is recognized in the European Union.

At the national level, there are two certifying agencies with regional recognition. This is the case of Mayacert from Guatemala and Eco-Lógica from Costa Rica; they have developed national certification processes and extended their services to other countries in the region, as well.

