



TALLER REGIONAL SOBRE COMERCIO, MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO

Estrategias y procesos para el posicionamiento
de los productos orgánicos de América Central
en los Mercados Internacionales

Pedro Cussianovich
Especialista en Tecnología e
Innovación, IICA

Santo Domingo, República Dominicana,
27-29 de Abril del 2004



¿Acceso a los mercados o acceso a mercados?

El acceso a los mercados es un tema que
trasciende el “acceso a mercados”



El acceso a los mercados internacionales visto por los productores orgánicos centroamericanos

Principales problemas

- Base legal y certificación
- Producción
- Comercialización
- Organización de los productores
- Información y comunicación

- Taller: “ Comercio de los productos orgánicos centroamericanos: lineamientos para la construcción de una estrategia regional y el desarrollo de los mercados locales” San José Costa Rica, 2001



Problemas relacionados con “la base legal y certificación”

- Falta de legislación en algunos países
- Falta de conocimiento de esta cuando existe
- Falta de uniformidad entre países, cuando existe
- Falta de información sobre materiales e insumos regulados
- Diferentes exigencias por parte de las agencias certificadoras
- Costo elevado de la certificación
- El certificador traslada sus costos de acreditación al productor
- Leyes diferentes en los mercados de destino (USA, U.E., Japón) Se requieren varias certificaciones
- Falta de reconocimiento como “país tercero”



Acceso a Mercados

El tratamiento del “acceso a mercados”
mejora las condiciones de ingreso de los
productos orgánicos a los mercados
internacionales, pero no necesariamente
garantiza el crecimiento y diversificación
de la oferta exportable



Acceso a los Mercados

Si se quiere incrementar y diversificar las
exportaciones de la región a estos
mercados, el “acceso a mercados” debe
articularse en una estrategia más integral,
con otros actores que favorezcan el
desarrollo de la INSTITUCIONALIDAD
para la actividad



La institucionalidad requerida

- Se requiere de una institucionalidad de fomento, de control y regulación y, de un movimiento orgánico articulado y proactivo
- El modelo de desarrollo de la producción orgánica está agotado. Se requiere de alianzas de los sectores público y privado



La institucionalidad de Fomento

Variables que interactúan en el desarrollo de la agricultura orgánica y que inciden sobre la competitividad



La institucionalidad de control y regulación

- La producción orgánica es una actividad que tiene reglas claras tanto a nivel de país como de los mercados: normativas
- Si no se cumplen, no hay certificación, no hay garantía al consumidor y por lo tanto tampoco posibilidades de acceder a los mercados orgánicos
- Se requiere de una institucionalidad para su aplicación que garantice a los socios comerciales la idoneidad de la misma, que gestione mejores condiciones de acceso a los mercados y que gestione el reconocimiento como "país tercero"



Movimiento orgánico organizado

- El desarrollo de la actividad requiere de un movimiento orgánico organizado, visible, articulado y proactivo, que oriente, acompañe y apoye la implementación de las políticas y la normativa, y que retroalimente sus acciones y contenido en función de las necesidades y visión de la actividad



¿Qué se necesita?

Institucionalidad y sinergias

- Programa Nacional ➔ Políticas de Fomento
- Autoridad de Control ➔ Normativas
- Movimiento Orgánico ➔ Organización de Actores



¿Qué se tiene?

Principales limitaciones para el desarrollo de la Producción Orgánica

	DECISION POLITICA	MERCADOS LOCALES	MARCO INSTITUCIONAL	MARCO LEGAL	ORGANIZACION	INFORMACION
BELICE	D		D	E	O	
COSTA RICA	D	PV	O	O	O	EP
EL SALVADOR	D	PV		EP		
GUATEMALA	D	PV	D	E	O	
HONDURAS	D	PV	D	E		
NICARAGUA	D	PV		E		
PANAMA	D	PV		E		



GRACIAS