

# TENDENCIAS EN LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS AGRICOLAS EN AMERICA CENTRAL

Evelio Granados C.\*

## INTRODUCCION

**E**l extraordinario ritmo y velocidad que presentan los cambios sociales, económicos y tecnológicos a finales de siglo y milenio hacen que muchos muros, teorías, utopías, conceptos y enfoques cambien vertiginosamente. En este contexto dinámico, los nuevos escenarios plantean la necesidad de incorporar enfoques, imaginación y creatividad en la gestión de la comercialización a nivel rural.

Después de los procesos provocados por los programas de estabilización, ajuste estructural y apertura comercial, se han generado experiencias particularmente exitosas en las cuales, por lo general, se detecta la participación del Estado, diversas ONG y programas externos de cooperación que, mediante procesos de facilitación, promoción y participación, han permitido alcanzar o potenciar procesos de inserción en los mercados nacionales e internacionales; sin embargo, también se encuentran muchas experiencias frustradas, que postergan las posibilidades de desarrollo a nivel rural.

El objetivo de este artículo es presentar los principales elementos que han potenciado y limitado el desarrollo de oportunidades de acceso a mercados para los pequeños productores rurales en Centroamérica y las tendencias que en cada una de esas oportunidades se han dado a partir de los cambios en las políticas agrícolas y en las instituciones rectoras del desarrollo rural.

Por *rural* se entenderán las dimensiones ambientales, económicas y sociales en las que se plantea la necesidad de entender articuladamente: el uso de los recursos naturales, el espacio que lo contiene, el capital como mercado crediticio e inversión, la población y el Estado, en un flujo de entrada y salida que se integra por medio de circuitos a los procesos locales, regionales y nacionales. Las distintas actividades se articulan por medio de los multimercados de producción, el crédito, la tecnología, la fuerza de trabajo y los recursos naturales; en ese ámbito la producción y transformación se articulan en el intercambio y el consumo en los mercados posibles.

---

\* Master en Economía. Profesor de Economía Agrícola, Escuela de Ciencias Agrarias-UNA. Consultor.

En esa interrelación, en lo rural, la comercialización se convierte en un punto crítico del sistema agroalimentario; allí se encuentra la oferta y la demanda por medio de la distribución socio-espacial de los asentamientos humanos, determinándose la complejidad de la estructura del sistema de comercialización. Es este complejo sistema de comercialización lo que determina o refuerza las posibilidades de que los pequeños productores rurales puedan o no acceder a los mercados y las oportunidades de elevar sus niveles de ingresos.

Al comienzo del artículo se hizo necesario hacer una pequeña referencia a la evolución mercado-Estado-mercado, con el fin de ubicar la forma en que el proceso ha presentado limitaciones y oportunidades para los productores agropecuarios en Centroamérica. En los ochenta se dio un cambio que impactó las estructuras sectoriales y las oportunidades de acceso a mercados para los pequeños productores rurales. Luego se presenta la evolución de las ciudades más importantes en Centroamérica, los alcances de los programas de desarrollo rural, las tendencias en los mercados de granos básicos y los alcances de la agroespecialización en esta región.

## **MERCADO - ESTADO: DOS CARAS DE UNA MISMA MONEDA**

El liberalismo surgió en el siglo XVIII con fundamentos económicos, políticos e ideológicos que procuraban orientar los cambios en la producción vinculados a los cambios tecnológicos de la época. El liberalismo asignó al mercado las funciones de coordinación de la conducta de los agentes productores, intermediarios, consumidores. Con el liberalismo surge un estrato de empresarios con participación política que plantea limitar el despotismo del Estado y sus efectos negativos sobre lo social.

Sin embargo, la incapacidad del mercado de asegurar una distribución equitativa de la riqueza y del ingreso, y sus efectos en los niveles de vida, generan una reversión y acrecientan la intervención del Estado. Para el resurgimiento del Estado se desarrollaron argumentos políticos e ideológicos que tenían como base el desarrollo y cambio social. El Estado surgió como una necesidad para corregir los desequilibrios causados por el mercado; el desarrollo del mercado fue provocando una contratendencia que permitió el resurgimiento del Estado. Así, en el siglo XIX se dio el reformismo que condujo a una mayor expansión de las funciones del Estado, en busca de limitar los efectos de desigualdad que creaba el mercado. Como parte del proceso surgen disposiciones sobre el trabajo, los sistemas tributarios, programas de beneficios sociales y control de monopolios, entre otras normas.<sup>1</sup>

Las condiciones existentes en la primera mitad del siglo XX presentan una evolución de las bases y funciones del Estado y favorecen su crecimiento. Entre los nuevos aspectos que se incorporan dentro de las funciones aparecen las nuevas relaciones económicas con el exterior, los problemas de empleo, las crisis y la inflación, resultantes de la dinámica del desarrollo y de los desequilibrios del mercado.

---

1. Un mayor tratamiento del tema puede verse en Astori 1996.

El problema de la desigualdad social, la pobreza y la concentración de los ingresos condujeron a que el Estado asumiera funciones que permitieran estimular el desarrollo industrial y se procurara una transformación de la estructura agrícola. En los años cincuenta del siglo XX, se impulsan los procesos de diversificación de la estructura productiva del sector agropecuario, como un nuevo ciclo de reproducción del capital y base para el posterior desarrollo de estrategias de industrialización.

“Fue a partir de estas nuevas condiciones que a lo largo de las primeras seis décadas del presente siglo, se materializó un constante incremento del gasto público, que llegó a alcanzar proporciones respecto al producto interno bruto de entre 40 y 60 por ciento en los países industrializados, y de entre 30 y 50 por ciento en algunos países en desarrollo, como en América Latina”. (Astori 1996, quien cita a Ibarra 1990).

El crecimiento del Estado trae aparejadas presiones sociales, una redefinición del contexto internacional y muchas dificultades para definir y “medir la eficiencia social” de la intervención. El proceso de adecuación de las funciones que cumplía implicó entrar en un proceso de cambio del papel del Estado. Por una parte, la crisis fiscal de los ochenta obliga a la reducción de funciones y, por otra, los enfoques de democratización implican una redefinición del centralismo y la descentralización, y la conveniencia y desacierto de la privatización de instituciones y modificación de funciones. En este contexto, es fundamental resaltar las presiones emanadas por los organismos internacionales para la reducción del Estado por vía de programas de estabilización y ajuste estructural.

La discusión sobre el Estado *versus* mercado plantea que el Estado no logra por sí sólo, mediante el estímulo del gasto y los programas sociales, convertirse en el motor del desarrollo. Los grandes obstáculos del desarrollo presentes, en especial en los países en desarrollo, no logran ser superados. Entre los aspectos que persisten, se encuentra la concentración de la propiedad, agudización de la pobreza, crecimiento de la corrupción, problemas que no pueden ser solucionados por la “mano invisible” y que requieren un ente regulador.

En los años ochenta la polémica continúa y se replantean las inconveniencias del crecimiento del Estado. Los organismos internacionales plantean una discusión a nivel ideológico y económico que contrasta fuertemente con las posiciones intervencionistas de los países en desarrollo. Los procesos de renegociación de las deudas externas implicaron la condicionalidad cruzada, con una reestructuración de Estados; eso representaron los compromisos para apoyar los procesos de estabilización y ajuste estructural.

## **SECTOR AGRICOLA Y POLITICAS DE COMERCIALIZACION**

Como resultado de lo expuesto, durante los años ochenta las políticas orientadas específicamente al sector agropecuario son reformuladas y contextualizadas en un marco global de políticas macroeconómicas, que tienen como objetivo propiciar un ambiente “neutro” para la asignación de precios de mercado a las macroprecios. Las políticas específicas orientadas al sector agropecuario entran en un proceso de debilitamiento y pérdida de espa-

cio. Las políticas sectoriales sólo continúan vigentes si son complementarias a las macro-políticas; de lo contrario, desaparecen o son discontinuadas.

En Centroamérica la agricultura es apoyada siempre que esté articulada a la dinámica de promoción de exportaciones que impulsan los ministerios o centros de comercio, como parte del proceso de apertura comercial: mientras que la producción para el mercado interno (granos básicos) no recibe apoyo decidido. Los subsidios, precios de sustentación y estímulos a la producción para el mercado nacional se han eliminado, como consecuencia de los nuevos tratados comerciales y la Ronda Uruguay.

A nivel interno de cada país, la comercialización presenta estructuras disímiles, en función del desarrollo del sistema agroalimentario, dependiendo de la iniciativa privada en la intermediación. Esta estructura ha evolucionado sobre la dinámica marcada por el perfil de una relación dual entre las economías campesinas de subsistencia de baja tecnología y capital que compiten con una agricultura moderna de agroexportación con sistemas de información, apoyo estatal y subsidios.

Para la agricultura de subsistencia, el mercado representa una opción para colocar excedentes que, normalmente, logran precios por debajo de los costos de producción. Para la agricultura moderna o de agroexportación la comercialización es fundamental, debido a que sus objetivos se plantean con el fin de reproducción del capital.

Sin embargo, las tendencias en los precios internacionales de los granos básicos hacen que sea necesario volver la vista atrás, hacia los esquemas de apoyo a la agricultura, mediante la intervención del Estado, tanto en la producción como en la comercialización, de tal manera que el sistema agroalimentario en su conjunto se vea como un eje estratégico para el desarrollo de otros sectores de la economía; buscando niveles de articulación sectorial que superen la heterogeneidad estructural existente, pero bajo un nuevo marco de cuantificación de las políticas que establezca costos, perdedores y ganadores.

La dinámica ha llevado en Centroamérica a la consolidación de algunos esquemas de comercialización: un sistema de comercialización privado bajo control de empresas nacionales e internacionales, un sistema bajo el control de una cadena de intermediarios y un sistema de comercialización que funciona en forma irregular y es dinamizado cuando los productores deciden correr con los riesgos de la comercialización de sus productos. La falta de mercados, acceso y facilitación para llegar a los mismos ha deprimido los ingresos rurales y ha desestimulado la producción. Como parte de este proceso, los centros urbanos se ven presionados por la migración campo-ciudad.

## **CIUDAD Y MERCADOS INTERNOS**

El tamaño de las ciudades en Centroamérica han crecido y se propicia un proceso de concertación metropolitana, como en el resto de América Latina. Los bajos ingresos rurales y la inexistencia de mercados e inversiones para el desarrollo de oportunidades en los espacios rurales conduce a un proceso de migración campo-ciudad, consecuencia del estilo de desarrollo y del marco político-institucional prevaleciente desde el proceso de conformación

de las repúblicas y perpetuado en el proceso de integración que contextualizó el desarrollo del estilo de sustitución de importaciones en Centroamérica.

Los programas de estabilización monetaria y ajuste estructural en la década de los ochenta y parte de los noventa condujeron al aumento del desempleo y tuvieron efectos en la canasta básica de consumo. Como plantea la teoría económica, las familias se encontraron con menor poder adquisitivo y debieron concentrar una mayor parte de sus ingresos en la compra de alimentos.

El crecimiento del rango, y forma de los asentamientos humanos (Jordán 1997) en Centroamérica se plantea desde la década de los setenta y la tendencia se mantiene (Cuadro 1).

El crecimiento de estos centros urbanos ha implicado un cambio y modernización de los sistemas de distribución de los productos. En los últimos años han aparecido más y más centros comerciales que han ido difundiendo nuevas formas y prácticas comerciales. Por ejemplo, en Costa Rica el 40% de las ventas de abarrotes se venden en supermercados (Actualidad Económica No. 8, Vol. X).

**CUADRO 1**  
**AUMENTO DE LA URBANIZACION**

PAIS	POBLACION URBANA (%)			CIUDAD	CIUDAD MAS GRANDE 1995		
	1960	1994	2000		POBLACION (Miles - 1995)	TASA DE CRECIMIENTO (%)	
Costa Rica	37	49	53	San José	760	1970-1975	1990-1995
Panamá	41	53	55	Ciudad de Panamá	948	3.5	2.9
Belice	54	47	47	-----	---	2.3	2.8
El Salvador	38	45	47	-----	---	---	---
Honduras	23	43	47	-----	---	---	---
Guatemala	32	41	44	Ciudad de Guatemala	946	1.6	2.3
Nicaragua	40	62	66	Managua	1195	5.3	4.3

**Fuente:** Informe sobre Desarrollo Humano 1997. PNUD: 208-209.

En el Cuadro 2 se puede observar que en 1990 los ingresos per cápita sufrieron una disminución importante, que puede ser vista como el efecto residual generado en toda la década de los ochenta. En los últimos años se ha dado un proceso gradual de recuperación, aunque no en todos los países. En este proceso, los mercados de productos han experimentado un mayor dinamismo, como resultado de la propensión marginal al consumo y la elasticidad de los bienes.

**CUADRO 2**  
**TENDENCIAS DE DESARROLLO HUMANO Y DEL INGRESO PER CAPITA**  
**(en dólares 1987)**

PAIS	AÑOS					TOTALES POR PAISES
	1960	1970	1980	1990	1994	
Costa Rica	1 053	1 351	1 767	1 692	----	5 863
Panamá	1 068	1 710	2 255	1 967	2 369	9 369
Belice	750	939	1 592	1 950	2 123	7 354
El Salvador	769	950	1 033	909	952	4 613
Honduras	691	804	999	927	896	3 617
Guatemala	616	795	1 045	858	897	4 211
Nicaragua	1 295	1 809	1 376	920	----	5 400
<b>TOTAL POR AÑOS</b>	<b>6 242</b>	<b>8 358</b>	<b>10 067</b>	<b>9 223</b>	<b>7 235</b>	

Fuente: Informe sobre Desarrollo Humano 1997. PNUD: 74-175.

El Cuadro 3 muestra que en 1980-85 los países, a excepción de Costa Rica, presentaron reducción en el índice de producción de alimentos, y debieron complementar su producción con donaciones o en convenios como la Ley Pública 480 de Estados Unidos. En los noventa la tendencia en la producción muestra también un decrecimiento, debido a la reducción de subsidios en la tasa de interés, y a las limitaciones y recortes presupuestarios que sufren los programas de investigación del Estado.

En cuanto a calidad y presentación de productos, se encuentra un sinnúmero de productos que compiten como sustitutos nuevos en más amplios establecimientos (supermercados). En Centroamérica hay cambio gradual e importante en la presentación de productos agrícolas al consumidor; la gama de productos agrícolas es mayor en los últimos años, el origen y los precios empiezan a incorporar elementos de la globalización; cada vez se hace más competitiva la oferta y se incorpora un mayor contenido de servicios en su presentación del producto, los supermercados, "mall" y otros servicios han seguido estrategias de compra-distribución y venta propios de otros productos de origen industrial que se venden en esos mismos sitios. Además, cada vez se observa un mayor intercambio de productos agrícolas a nivel de la región y fuera de ésta.

Para el abastecimiento de alimentos de origen agrícola se han creado estructuras de intermediación, con el objetivo de transferir los productos de las regiones productoras a las áreas de empaque y control de calidad, para luego trasladarlas a las áreas de consumo. Por otra parte, han sido muchas las organizaciones de pequeños productores que han tratado de

llegar hasta los mercados mayoristas y de consumo, pero han tenido pocas posibilidades de permanencia ante las estrategias seguidas por las estructuras de intermediación y sus propias limitaciones en cuanto a organización, planificación y calidad de sus productos.

**CUADRO 3**  
**SEGURIDAD ALIMENTARIA**

PAIS	INDICE DE PRODUCCION DE AUMENTOS PER CAPITA (1)	CONSUMO DE ALIMENTOS (2)	IMPORTACION DE AUMENTOS (3)	
	1993	1980 - 1985	1980	1994 (4)
Costa Rica	104	33	9	6
Panamá	87	38	10	8
Belice	95	--	--	13
El Salvador	95	33	18	11
Honduras	89	39	10	16
Guatemala	94	36	8	11
Nicaragua	64	33	15	19

(1) El período comprendido entre 1979 y 1981, debe ser considerado el 100%.

(2) 2% del consumo total del hogar

(3) 3% de las importaciones de productos

(4) Ayuda alimentaria en cereales

**Fuente:** Informe sobre Desarrollo Humano 1997. PNUD: 194-195.

A nivel regional es posible ver el desarrollo de iniciativas privadas para el comercio e intercambio de productos agrícolas. También las bolsas de productos agrícolas empiezan a ser planteadas y discutidas en foros estatales. Las primeras experiencias de los noventas señalaban que, como alternativa para la comercialización de granos básicos, podrían ocupar un importante lugar en el próximo decenio. La bolsa de productos agrícolas o las bolsas de físicos de contado son mercados mayoritarios donde se realizan operaciones de compra-venta por descripción de productos de origen y destino agropecuario para ser entregados y recibidos en forma efectiva en una fecha y lugar acorde (Lizarazo 1997).

Las bolsas y los sistemas de información que se plantean podrían ser una opción para los pequeños productores agrícolas que deciden producir aquello para lo cual tienen experiencia y disponibilidad de recursos naturales y humanos, sin tener referentes o conocer para quién producen. Por falta de información, la producción hace que cuando llega el período de cosecha, el productor tenga que vender al primer intermediario que llegue a su finca, a los precios y sistemas de pagos que el intermediario establezca; el intermediario aprovecha la oportunidad

de que el productor ignora las tendencias de los precios del mercado por la falta de sistemas de información.

Merced a los intermediarios, la producción llega a los mercados de productos, insumos y alimentos básicos por medio de mercados mayoristas, mercados municipales, ferias abiertas y centros de acopio. No hay un sistema único para la distribución; más bien hay una serie de vías para llegar a mercados que en su interior presentan dinámicas de estructura, poder y relaciones que hacen que el productor directamente tenga muy pocas posibilidades de acceso.

## **TENDENCIAS EN LOS MERCADOS DE PRODUCTOS BASICOS**

La agricultura alternativa abarca “en términos genéricos, la agricultura orgánica, biológica, natural, ecológica o permacultura” (Castañeda 1995). Esta agricultura caracterizada por su sostenibilidad minimiza el uso de insumos externos y se basa en el manejo del suelo, la diversificación productiva y la conservación del ambiente; es originaria de los estilos de producción autóctonos de diversas regiones del mundo que se han vuelto a dinamizar a partir de la crisis ambiental provocada por la agricultura moderna.

La importancia de esta agricultura ha empezado a resurgir en los años ochenta y en los noventa. Las experiencias y cultivos que se cultivan con tales prácticas sobrepasan nuestra imaginación en diversos ecosistemas y geografías, aunque no existen inventarios sobre la magnitud de la oferta y variedad de cultivos, debido a que no existen instituciones especializadas que den atención a la región. Algunas ONG y asociaciones de productores presentan diversas perspectivas de los avances logrados en los últimos años. Para un acercamiento a la temática se puede consultar los resultados del Simposio Centroamericano sobre Agricultura Orgánica, realizado en 1996 en Costa Rica.

Los estudios recientes de la FAO señalan que los precios del mercado mundial tienden a subir. El período 1995-96 se caracterizó por presentar los precios del mercado mundial más altos para la mayor parte de los productos agropecuarios, en comparación con los registrados a finales de los años 80 (FAO 1996).

Entre las principales razones de la tendencia seguida, el Informe señala las siguientes:

1. La insuficiencia de suministros, debida en parte a la reacción de los agricultores ante los bajos precios anteriores y también a las condiciones meteorológicas,
2. Un crecimiento económico mundial relativamente fuerte al que contribuyen, en buena medida, los países de Asia.
3. La supuesta afluencia de recursos financieros a los mercados de productos básicos.
4. El nivel generalmente bajo o descendiente de las existencias mundiales.

Las tendencias señalan que los precios de los productos básicos aumentaron en términos reales debido fundamentalmente, al cambio en las políticas en los últimos años y a los cambios introducidos en las negociaciones de la Ronda Uruguay. Sin embargo, las tendencias podrían verse afectadas por factores tales como los siguientes:

1. Cambios de las regiones de producción en las zonas donde los altos niveles de protección superan a aquellos en los que los costos son bajos.
2. Reducción de las existencias, como efecto de la liberalización de los mercados.

En general, no puede tenerse una idea clara de la tendencia que seguirá el mercado mundial de productos agrícolas. Las experiencias señalan que el mercado es muy dinámico y reacciona principalmente a cambios en políticas y negociaciones comerciales. El desarrollo de mercado y los contratos a futuro surgen como opciones para alcanzar mayores niveles de estabilidad. La estabilidad es un elemento importante tanto para productores como consumidores.

Las principales preocupaciones surgen para los países que muestran situaciones deficitarias en sus provisiones alimentarias; en especial son países del Tercer Mundo. En Centroamérica se ha descuidado la base de recursos fitogenéticos, lo cual implica problemas de abastecimiento de semillas, tecnología y cultura en la producción de granos básicos y hortalizas. Esta situación hace cada vez más interdependiente a estos países de los mercados de alimentos y conduce a la dependencia de divisas para la importación, tanto de semillas como de su déficit alimentario.

Para la FAO, las preocupaciones más importantes “residen en el efecto perturbador de la inestabilidad de los precios sobre la macroeconomía, los ingresos, la balanza de pagos y la inflación. Una solución para ese tipo de problemas en los países en desarrollo puede encontrarse en la financiación compensatoria, ya sea del tipo Sistema de Estabilización de los Ingresos de Exportación (STABEX) o del servicio de financiamiento compensatoria y la contingencias del FMI (FAO 1996).

Otra de las preocupaciones que surgen es la pérdida de semillas de granos básicos. La disminución de los presupuestos dedicados a investigación en Centroamérica y la eliminación de apoyo al productor rural por parte del Estado lleva a la erosión genética, lo cual tendrá efectos en los sistemas agroalimentarios.

Para los agricultores que aún conservan semillas locales y mantienen las culturas de productos, podrán mejorar su participación en los mercados locales, que gradualmente podrán ofrecer mejores precios para lo granos básicos.

## **ESPECIALIZACION Y EXPORTACION DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS**

Para evaluar los niveles de especialización de algunos países de América Latina, incluidos los Centroamericanos, la CEPAL realizó un estudio sobre “Especialización, internacionalización y competitividad de las exportaciones agropecuarias de América Latina”; la investigación presenta con detalle los alcances de los programas de reconversión de la estructura productiva que se han dado en Centroamérica desde los años sesenta. (CEPAL s/f: 88). En el presente apartado se presentan los principales resultados obtenidos sobre Centroamérica.

Las estructuras de especialización de Costa Rica evolucionan hacia una inserción comercial más moderada; Guatemala y Honduras presentan una tendencia hacia una mayor

diversificación de las exportaciones, aún muy concentrada en unos pocos, El Salvador se caracteriza por una inserción tradicional al comercio mundial, especializado en productos agrícolas no dinámicos, y presenta ventajas comparativas en los productos agroindustriales (CEPAL, 1996a).

**CUADRO 4**  
**EXPORTACIONES AGROINDUSTRIALES Y VENTAJAS COMPARATIVAS**  
(Millones de dólares)

PAIS	1993 - 1965	1991 - 1993	1993 - 1963 (%)	1993 - 1979 (%)
Costa Rica	90.59	1 378.13	10.21	5.08
Guatemala	151.3	867.18	6.43	0.03
Honduras	71.52	729.7	8.65	0.73
El Salvador	183.98	302.18	1.79	-6.93

Fuente: CEPAL 1996a: 23 (Cuadro 9).

La evaluación de las exportaciones hacia la OCDE es muy dispar para Centroamérica. La tasa acumulativa rural de crecimiento en el período 1993/1963 mostró para Costa Rica un 10.21%, 6.43% para Guatemala, 8.65% para Honduras y 1.79% para El Salvador.

Para la CEPAL esos países, aunque desde hace 30 años entraron en un proceso de reestructuración de sus economías, en la actualidad siguen dependiendo de una especialización basada en bienes de origen agropecuario sin procesar; es decir, con bajos niveles de agregación de valor. Los procesos de especialización impulsados en los ochenta para alcanzar mayores niveles de diversificación no consideraron las estructuras heterogéneas del sector agropecuario, situación que atenta para el logro de una mayor especialización basado en la agroindustrialización (CEPAL 1996a).

La estrategia seguida implica serias limitaciones para mejorar el posicionamiento en los mercados internacionales, basados en las ventajas que da el procesamiento, al diferenciar la oferta y agregar mejores niveles de valor.

Los países que presentan estos perfiles de especialización se constituyen en tomadores de precios, debido que su producción presenta pocos niveles de transformación (CEPAL 1996a: 24). Pero los problemas de las estrategias son mayores si se analizan las tendencias que sigue el mercado de productos agrícolas a nivel mundial. Durante las últimas cuatro décadas, el comercio ha crecido casi tres veces más rápido que el producto mundial; las tendencias muestran cambios en los sistemas de producción. Las transformaciones productivas han estado orientadas por las innovaciones tecnológicas y esto ha llevado a un cambio en la composición de la oferta y de la demanda en los mercados mundiales. Así, la producción basada en materias primas de origen agropecuario muestra poco dinamismo, mientras que

las basadas en conocimiento concentran mayor dinamismo y demanda. América Latina desarrolla una estrategia para mejorar sus posiciones en el comercio mundial, que pierden cada vez más dinamismo. Mientras en 1950 la región participó con un 12% de las exportaciones mundiales, un 1995 lo hace con alrededor del 3%. Esas cifras plantean que el proceso de apertura comercial estructurada, a partir de las posibilidades del sector agrícola, enfrenta serios desafíos para incorporar mayor valor a sus productos y apropiarse de los sistemas de distribución y comercialización en los países desarrollados.

En cuanto a la diversificación de los mercados de destino, la gran mayoría de países orientan el 50% de sus exportaciones hacia Estados Unidos; solamente Costa Rica presenta destinos más diversos (CEPAL 1996a: 24). Las estrategias comerciales que se impulsan en la región buscan ampliar las opciones de mercado, debido a la necesidad de alcanzar nuevos nichos y diversificar la dependencia de mercados de destino. Pero la identificación de nuevas oportunidades de mercado y su aprovechamiento implican un costo de adaptabilidad, debido a los cambios en las regulaciones, cambios culturales y diferencia en las estructuras comerciales.

Los procesos de agroexportación en Centroamérica ofrecen nuevas oportunidades en cuanto a la generación de divisas para un nuevo sector de agroexportadores que están logrando establecer sistemas de comercialización ligados a los mercados de destino; para esta alternativa, no se está logrando alcanzar a los pequeños productores rurales. Son estrategias que, por las inversiones en capital y recursos humanos que requieren terminan beneficiando solo a aquellos empresarios que de alguna forma ya tienen experiencia en la comercialización.

El solo hecho de promover un proceso de promoción de exportaciones no implica que la pobreza rural será disminuida; las medidas requieren ser complementadas con procesos de intervención del Estado que conduzcan a la reducción de las diferencias tecnológicas entre unidades de producción, a la activación de mercados no existentes y a la orientación de un sistema de oportunidades comerciales para los diferentes productores rurales (Granados 1997: 105).

## **INICIATIVAS DE DESARROLLO RURAL Y ACCESO A MERCADOS**

Una revisión rápida de los programas y proyectos de desarrollo rural en Centroamérica muestra que los principales objetivos de los proyectos han sido los componentes de infraestructura básica, vivienda y servicios sociales, crédito, etc.

Estos se han diseñado con objetivos de combate y lucha contra la pobreza, promoción y rehabilitación económica, integración al desarrollo mediante el incremento de la producción y la productividad agrícola de los beneficiarios, como principal vía para aumentar ingresos y mejorar el nivel de vida.

En Costa Rica la mayoría de los proyectos se pusieron en ejecución en la década de los ochenta y en el resto de Centroamérica tomaron fuerza luego de los procesos de pacificación. Todos los proyectos se propusieron incrementar la oferta agrícola sin pensar los efectos del aumento de oferta agrícola, en los precios y en los efectos que se podrían desencadenar a

partir de la incursión de la nueva oferta en los mercados. “El objetivo inicial de buscar el incremento de los ingresos de los productores por la vía de ampliar su oferta agrícola, podrá verse frustrado por el descenso de precios, lo que con frecuencia se registra en la realidad cotidiana de los proyectos de desarrollo agrícola rural” (FAO 1991). Esta conclusión se presenta en nuevos proyectos evaluados en Suramérica.

Los programas y proyectos contienen, por lo general, componentes de producción, transformación, transferencia tecnológica e inversión, pero los contenidos referentes al mercado y los costos de transacción en que debe incurrir el productor para llegar a los mercados son obviados; en algunos casos se cree que todo está dado para que el productor llegue al mercado, pero no se consideran una serie de aspectos que son de difícil manejo para los productores individuales u organizados.

Entre los problemas más comunes en los Programas y Proyectos se encuentran los siguientes:

1. Limitadas estrategias de comercialización a nivel local.
2. Escasa incorporación de elementos de gestión en los responsables de manejo de organización comercial.
3. Ausencia de instrumentos legales para regular las relaciones contractuales entre productores e intermediarios.
4. Bajos niveles de diversificación e insuficientes volúmenes de producción.
5. Poca experiencia en el funcionamiento y costos de los sistemas de transporte.
6. Bajos niveles de calidad y manejo poscosecha de la producción.

## CAPACITACION Y ACCESO A MERCADOS

Los enfoques de capacitación y educación formal han presentado limitaciones en el ámbito rural para integrar a las comunidades los procesos de desarrollo: “en la práctica la disciplina ha insistido exageradamente en la capacitación para los papeles domésticos de las mujeres y en las tecnologías familiares, lo que da la sensación que éste es un campo de punta y agitación” (Balakrishaman s/f). Los temas aplicados a la economía, a la dinámica de los mercados y al desarrollo y organización de oportunidades de acceso a los mercados son pocas veces incorporados en los programas y proyectos organizados para el desarrollo de recursos humanos.

En su racionalidad, las familias rurales plantean estrategias para maximizar el bienestar familiar mediante el aprovechamiento eficiente y eficaz de su base de recursos. En estos procesos, la capacitación es fundamental, pero se ha concentrado más en variables endógenas al sistema de producción, siguiendo aspectos ligados a la producción y tecnología; abandonan los contenidos no agrícolas, que conforman las variables exógenas al sistema. Los servicios, el desarrollo de estrategias de vinculación, el mercado, transporte, precios, etc., son insuficientemente tratados en los temas de capacitación; eso constituye una limitación *a posteriori*, una vez que la producción ha sido lograda.

Por otra parte, la capacitación orientada a mujeres se especializa en temas vinculados a la integración familiar, al papel de la mujer dentro de la familia; en pocas acciones se encuentran programas innovadores que permitan un mejor aprovechamiento de los recursos existentes en relación a los mercados asequibles, es decir, que propicien estrategias de maximización del bienestar familiar vinculado a oportunidades de mercado.

Los estilos seguidos por los procesos de aprendizaje constituyen algunas de las barreras que en la actualidad limitan la transmisión del conocimiento entre profesionales y la población rural, aunque las ONG han logrado innovar en procesos de educación no formal. Pero el sistema educativo (formal y no formal) debe incorporar elementos innovadores que permitan preparar estrategias de vínculo con lo no agrícola y los mercados a nivel rural, de tal forma que mejoren la relación entre los participantes de programas de capacitación.

## **BOLSA AGROPECUARIA**

Las bolsas agropecuarias o bolsa de físicos son de gran importancia para la comercialización de productos perecederos, tales como frutas, hortalizas, carnes, mariscos, lácteos. En Centroamérica no existe una cultura comercial que permita ver con transparencia las posibilidades que se pueden alcanzar a partir del descubrimiento de precios públicos, negociación de comisiones, elaboración de contratos de garantía y realización de operaciones.

El propósito fundamental de las bolsas es permitir la venta y compra de productos en una de las formas más competitivas, de mayor rapidez y garantía. Las bolsas son medios de facilitación para la realización de bienes y servicios, por medio de sistemas especializados en el análisis de información sobre precios, costos, transporte y mercados; logran desarrollar una opción alternativa a los mercados mayoristas y resuelven los problemas que comúnmente se le presentan a productores, procesadores, distribuidores y consumidores. Las bolsas pueden ser mejoradas en el futuro por medio de los sistemas de información que pueden encontrarse a disposición del productor rural, el consumidor y de la misma bolsa.

Costa Rica y El Salvador han logrado, para granos básicos y productos de mayor perecibilidad, desarrollar sistemas que no han logrado consolidarse. Aún el sistema no es conocido y manejado por todos los intermediarios y productores que comercian en la región, pero está ganando espacio y podría convertirse en un sistema alternativo para los productores de zonas rurales.

## **ALTERNATIVAS PARA LOS PRODUCTORES ORGANICOS**

En cuanto a la comercialización, en Estados Unidos, Europa y algunos países del Este se están desarrollando sistemas de comercialización y tiendas especializadas en la venta de productos orgánicos. Estos productos se fueron introduciendo poco a poco y se proyecta que podrían ocupar espacios muy importantes en los mercados del futuro.

Con objetivos de comercialización, la agricultura orgánica empezó en pequeña escala y bajos volúmenes hace más de 20 años en Europa; en la actualidad los consumidores exigen grandes volúmenes de producción, lo cual obliga a un proceso de organizar redes de comercialización que implican la producción a pequeña escala, intensiva en mano de obra. Las ONG se perfilan como entes de apoyo al desarrollo de esas oportunidades.

Las experiencias iniciadas en Centroamérica en los ochenta para exportar productos orgánicos encontraron varias limitaciones en cuanto a tipos de productos, volumen, complementariedad de mercados, calidad, sistemas de transporte, pero estos problemas podrían ser superados a partir de las organizaciones de redes comerciales y con modelos de gestión modernos.

Entre los atractivos para iniciar proyectos de exportación en países centroamericanos se encuentran actualmente el café, el banano, y otras frutas tropicales (Brul y Elzakiar s/f:262). Las tiendas en Europa presentan sobreprecios que van del 25% hasta más del 100%, dependiendo de los volúmenes ofrecidos y de los costos de distribución, pero los sobreprecios que se pagan a los productores van de un 15% a un 20% (Ibid). En los últimos años se han incorporado nuevos conceptos de calidad y han surgido las casas certificadoras de productos orgánicos que se encuentran en los países desarrollados; estos nuevos servicios podrían elevar el precio de los productores orgánicos y bajar los sobreprecios que reciben los productores.

Los productos orgánicos son demandados con más frecuencia por las poblaciones que tienen conciencia sobre los problemas del ambiente y por aquellos que procuran mejorar su salud nutricional; por lo tanto, son consumidores de países desarrollados o de clase media y alta en desarrollo, pero el hecho es que, con su impulso, se podría mejorar la dieta de las familias rurales productoras.

En Centroamérica se han venido desarrollando experiencias sobre agricultura orgánica, pero se desconoce el potencial de la oferta actual, así como la ubicación de los proyectos; ese desconocimiento limita la organización de programas de apoyo, de transferencia tecnológica y comercialización. Entre los principales alcances de los encuentros realizados en Centroamérica se encuentran los siguientes:

1. Promoción e intercambio de prácticas orgánicas.
2. Transferencia de principios básicos de la agricultura orgánica.
3. Coordinación de la cooperación internacional sobre investigación y extensión.
4. Promoción de normas nacionales que regulen la certificación. *“El proceso de certificación orgánica de un producto se lleva a cabo mediante la verificación, evaluación y dictamen de una actividad agrícola, pecuaria o de transformación industrial, la cual cumple con los métodos, técnica, prácticas y materiales considerados en las normas de producción ecológica u orgánica, con lo cual se garantiza que el producto se encuentra libre de residuos y químicos nocivos para la salud humana y que, además, los procesos de producción y transformación son compatibles con la conservación y, por lo tanto, no dañan al ambiente” (Rivera s/f).*
5. Organización de sistemas de comercialización.

Estas oportunidades podrían ser acentuadas a partir del desarrollo de la conciencia sobre aspectos de sostenibilidad, en el futuro próximo.

## OTRAS TENDENCIAS

A nivel mundial surgen nuevos conceptos y formas que modifican las relaciones comerciales entre individuos y que plantean nuevos conceptos de rentabilidad. Entre los nombres que han recibido estas formas de sentido comercial se encuentran: *marketing* interactivo; multinivel, y *network marketing*. Bajo el sistema de red la estructura diseñada cumple las funciones de distribución, comercialización y consumo de diversos productos.

Los productos que hasta el momento han ingresado al sistema son pocos, pero la red promete abarcar nuevos productos y, por supuesto, los agrícolas. “A diferencia de la venta directa, donde las ganancias se obtienen sólo de la comercialización al por menor de ciertos productos, el trabajo en redes constituye una fórmula basada en los contratos y en la duplicación del esfuerzo personal. En lugar de salir a vender algún determinado artículo y recibir un porcentaje o una comisión, este negocio ofrece la posibilidad de crear una red de contactos permanentes que consumen y distribuyen una cantidad cada vez mayor de productos y que, en esa medida, generan ganancias que se reparten de manera proporcional entre las personas que forman la red.” (Foster 1997: 10). Por supuesto, el sistema beneficiaría a quienes entren en las primeras etapas de desarrollo, pero en general se podría revolucionar las formas de concepción del mercado.

Esta red llegó a Centroamérica en los años noventa y ha logrado ir concentrando redes interactivas en cada país; el único país en que no ha ingresado es en Nicaragua. La pregunta que surge es: ¿Cuál podría ser la participación que pueden alcanzar los productores de zonas rurales que tienen productos que no califican con los estándares que exige la red? Los estándares exigidos parten de superar la perecibilidad de los productos agrícolas. La tendencia podría llevar a la concentración de la producción en consorcios que establecieran las condiciones de participación de los productores y que pudieran profundizar su grado de dependencia de los intermediarios.

## CONCLUSIONES

1. La política de comercialización y precios en Centroamérica se ha dirigido al fortalecimiento de las orientaciones macroeconómicas, básicamente a la eliminación de controles de precios, subsidios y aranceles.
2. Los programas de apoyo a la promoción de exportaciones no se han dedicado suficientemente a atender los problemas de comercialización existentes a nivel de productores rurales y a superar los problemas de heterogeneidad estructural existentes en el sector; esto ha limitado la integración de estrategias y alianzas para la comercialización.
3. Los procesos de promoción de exportaciones profundizan la dicotomía entre la agricultura campesina y la moderna. Es un fenómeno que se profundiza por los complejos niveles de gestión que exige la participación en los mercados internacionales.
4. Las tendencias demuestran que hay una serie de funciones que no pueden dejarse libradas a la mano invisible y que exigen la intervención del gobierno, pero en un nuevo

contexto en el que deben definirse cuantitativamente perdedores y beneficiados del proceso, de tal modo que los problemas puedan ser superados mediante el desarrollo de políticas.

5. Los mercados de productos básicos muestran un alto dinamismo y una tendencia hacia el aumento de los precios, mientras que los países no establecen estrategias coherentes en su disponibilidad de recursos para hacer frente a la seguridad alimentaria.
6. Los programas y proyectos de desarrollo rural y de capacitación no incorporan la información y las formas de aprender la dinámica que generan el comportamiento de los multimercados agrícolas y no agrícolas a nivel rural, lo cual limita el aprovechamiento de oportunidades.
7. Surgen nuevas formas de comercialización de productos agrícolas que aún no son del conocimiento de la población rural, lo cual podría afectar la participación de los productores en el mediano plazo.
8. El mercado para los productos orgánicos evoluciona en forma muy dinámica y está atrayendo la atención de las transnacionales, tanto en comercialización como en promoción.
9. Los nuevos cambios en el contexto internacional exigen el diseño de estrategias comerciales apropiadas, que se sustenten en las exportaciones pasadas y que tomen en cuenta los tipos de consumidores y cadenas de comercialización.

## **BIBLIOGRAFIA**

- Astori, Danilo. 1990. Las funciones del Mercado y el Estado en una estrategia de desarrollo agropecuario.
- Balakrishman, Revath. Reorientación de la economía del hogar para el desarrollo rural en los países en desarrollo: un método de capacitación para la transferencia de tecnología.
- BIOFAR. 1996. Foro Mundial del Comercio de Productos Orgánicos Certificados.
- Brul y Elzakiar, s/f. La comercialización de productos orgánicos en Europa. Agro Eco Consultancy, Utrecht. Holanda.
- Castañeda, O. La agricultura orgánica en Guatemala. 1995. En: Simposio Centroamericano sobre Agricultura Orgánica. Primera Ponencia.
- CEDECO y GÜILOMBE. 1997. Taller sobre comercialización de productos orgánicos.
- CEPAL. s/f. Especialización, internacionalización y competitividad de las exportaciones agropecuarias en América Latina y el Caribe en los mercados de la OCDE. Documento preparado por Gutman, G. E. y Miotti.
- CEPAL. 1996a. Exportaciones agroindustriales de América Latina y el Caribe.
- CEPAL. 1996b. La cooperación vertical entre la agricultura familiar y el complejo agroindustrial. Preparado por Peter Von Moya U.-GTZ.
- CNAA. 1994. Hacia la agricultura del Siglo XXI. Costa Rica.
- Costa Rica. Ministerio de Agricultura y Ganadería. 1990. Diagnóstico de la producción y comercialización de las flores tradicionales de importancia económica en Costa Rica.
- FAO. 1995-1996. Situación de los mercados de productos básicos. Roma.
- FAO. 1993. Educación, mercados y tecnología en la pequeña agricultura de América Latina. Chile.
- FAO. 1990-91. Examen de las políticas-carreteras.

- FAO. 1991. Experiencias de mercadeo de pequeños agricultores en el marco de proyectos de desarrollo rural. Roma.
- FAO. 1993. Integración de políticas agrícolas y alimentaria en el ámbito macroeconómico en América Latina. Elaborado por Róger D. Norton. Roma.
- FAO. 1992. Políticas agrícolas y políticas macroeconómicas en América Latina.
- Foster, Allan. 1997. Network & megatendencias. Una mirada al Futuro Comercial. Tiones Editores.
- González, Jaime. 1996. La agricultura ecológica en Costa Rica: Situación actual y perspectivas. UNED.
- Granados, Evelio. 1997. Contexto internacional y retos para la inserción comercial en América Latina. Aportes. N° 116. San José, Costa Rica.
- Granados, Evelio. 1997b. Posibilidades para los pequeños productores rurales. Perspectivas Rurales. Año 1 No. 1.
- GTZ. Certification of organics foodstuffs in developing countries. Preparado por Jochen Newendorff, en colaboración con Robert Ropkamp y Wilrich Sabel-Koschella.
- Hauwermeriven, S. 1996. El comercio justo como alternativa para avanzar hacia la sustentabilidad. Ecología y Política.
- Jordán, Ricardo. En: Ciudades Intermedias. CEPAL, marzo 1997.
- Lizarazo M., Luis. 1997. Las bolsas de físicos de contacto. IICA/CIDAE.
- Revista Actualidad Económica. No. 8, Vol. X. San José, Costa Rica
- Revista Rumbo. Mayo 1997. San José, Costa Rica.
- Rivera, Noé Abiud. s/f. Viabilidad para la potenciación de Agencias Certificadoras en Centro América
- Simposio Centroamericano sobre Agricultura Orgánica. Memoria. 1995. Compilado por Jaime García y Julián Nájera.

