

# Informe final preparación de VECO COSTA RICA para el FORO INTERNACIONAL



VECO-CR 15 de marzo de 2006



VECO COSTA RICA

## **INFORME: PREPARACION PARA EL FORO INTERNACIONAL desde el programa de VECO COSTA RICA**

### **1. Introducción**

Este informe resume los resultados alcanzados en el proceso de preparación del Foro Internacional de Vredeseilanden, desde Costa Rica, a efectos del análisis del tema central Acceso a Mercados en el contexto global que se prepara desde la sede en Bélgica de la organización Vredeseilanden. En este trayecto, se hizo una consulta a más de 38 personas de diferentes partes involucradas en el tema central, a saber, acceso a mercados para [l@s pequeñ@s](mailto:l@s_pequeñ@s) productor@s. Mediante entrevistas sistematizadas por un consultor externo, se realizó un taller de análisis de factores claves y fuerzas conductoras de este tema en Costa Rica, concluyendo con gráficos de los aspectos de mayor incertidumbre y mayor impacto. El análisis está complementado con revisión de literatura sobre el contexto del país.

Después de una breve reseña de la metodología seguida en este proceso, este informe pasa revista de los resultados del análisis documental y de actores involucrados en el tema, así como las conclusiones del análisis de entrevistas y del taller analítico. Concluye formulando algunas conclusiones preliminares. El proceso hacia el Foro Internacional continúa en la sede Vredeseilanden en Lovaina (análisis de contexto global), pero regresa con retroalimentación hacia Costa Rica después de la planificación estratégica al final del año.

Desde ya, podemos adelantar algunas lecciones aprendidas, en el proceso metodológico y de contenido:

- se necesita prever tiempo de asimilación –aprendizaje de metodologías nuevas para el personal local y consultores/as externos, tal como el análisis de factores claves y fuerzas conductoras exige;
- se necesita desplegar diversas acciones de involucramiento de partes involucradas, si deseamos aplicar efectivamente un enfoque multi-actor orientado hacia acciones y resultados y no únicamente hacia información;
- en términos de contenido y como efecto secundario positivo, las consultas realizadas dan suficiente información que retroalimenta el plan de acción de VECO Costa Rica (nuevas pistas dentro del programa quinquenal), particularmente en relación con las posibilidades de alianzas y colaboraciones estratégicas entre diferentes actores en la cadena productiva;
- Por fin, nos permitimos sugerir algunas personas costarricenses que podrían participar en Foro Internacional propiamente dicho. Se trata de las personas siguientes:
  - Sonia Herrera de Pizza Hut
  - Marcela Mora de PROAGROIN
  - Keith Carter de ASOPROCONA

Para mayor información sobre las opiniones declaradas por estas personas, referimos a las entrevistas en anexos.

## 2. Metodología

El aporte de VECO Costa Rica al Foro Internacional fue preparado siguiendo el proceso preparado por la Sede de la organización. La Oficina Nacional realizó 25 entrevistas y redactó este informe, y un consultor externo sistematizó las entrevistas, facilitó el taller y rindió informes parciales.

Al comienzo, el equipo revisó brevemente posibles partes involucradas y concluyó en un listado de personas en 13 categorías de stakeholders, que fue revisado y ajustado por dos personas independientes de VECO Costa Rica. La Oficina Nacional priorizó las entrevistas con personas de stakeholders (partes involucradas) con las cuales VECO tiene ninguna o poca relación, dejando –pero sin descartar– a contrapartes y consultores como segunda prioridad. Esto con la finalidad de obtener un abanico de opiniones diverso (eventualmente divergente) e, indirectamente, prospectar posibles alianzas con otros stakeholders.

Después de adaptar la boleta de entrevista (anexo 3.5.4.2) aplicada en Ecuador, 25 personas informantes claves fueron entrevistadas.<sup>1</sup> Un consultor analizó las entrevistas y revisó literatura adicional para análisis de contexto.

El consultor sistematizó las opiniones en las entrevistas,<sup>2</sup> detectando y seleccionando Factores Claves y Fuerzas Conductoras, manteniendo el sentido o juicio de valor con el que cada aspecto fue planteado por el entrevistado para luego establecer criterios de éxito o fracaso, amenazas, oportunidades, etc. La sistematización concluyó en Variables e Indicadores, presentados en el apartado de resultados de entrevistas (Factores Claves y Fuerzas Conductoras, más una tercera que se le denominó Tendencias). Véase anexo 3.5.4.3.

Se analizó las entrevistas con los criterios analíticos: 1) Las variables éxito o fracaso, oportunidad o amenaza, tomadas de la metodología orientada por la sede Vredeseilanden en Bélgica; 2) Los Indicadores equivalen a las diversas opiniones, en donde el consultor hizo una lectura de los puntos de vista que daban un sentido (o éxito o fracaso u oportunidad o amenaza) al planteamiento; 3) El agrupamiento de opiniones coincidentes, produjo una identificación de Indicadores principales, que reflejan desde 2 a 6 opiniones coincidentes. Después del taller, el consultor analizó “factores predeterminados” tomando los planteamientos más reiterados, que suponen visiones comunes que las partes consideran que tendrán desarrollo.

El taller fue hecho con base en la metodología prevista, entregando a los/as participantes, de la sistematización de entrevistas (como única fuente del taller). En tres grupos, inició con una revisión individual de los listados y luego, cada grupo seleccionó de 3 a 5 Factores o Fuerzas relevantes valorándolas según grado de incertidumbre, en escala creciente de 1 a 10. Finalmente, el resultado se graficó (impactos x incertidumbres). Como resultado, una selección de Factores Claves y Fuerzas Conductoras, jerarquizadas, categorizadas y graficadas por los grupos. El gráfico de Fuerzas Conductoras fue hecho después del taller por la Oficina Nacional y el consultor.

La metodología del taller también despertó discusión en dos asuntos: i) la propuesta de analizar incertidumbres en vez del tradicional FODA y ii) relevar disensos en vez de buscar que consensos. En la práctica, estos factores estuvieron presentes en el taller.

La Oficina Nacional ofreció enviar la memoria del taller a participantes, así como la guía metodológica del mismo a quienes estuvieron interesados en profundizar por considerarla innovadora y provechosa.

---

<sup>1</sup> No fue posible entrevistar a algunas personas, por variadas razones: no mostraron interés (2 personas, empresa privada), no fue localizada (1, universidad), fuerza mayor a última hora (1, gremio campesino), falta de tiempo del equipo de Oficina Nacional (sólo 2,6 FTE personal oficial de programa, representante).

<sup>2</sup> Por razones de tiempo, 14 de 24 entrevistas fueron sistematizadas como insumo para el taller.

### 3. Resultados

#### 3.1. Resultados del estudio de documentos

En Costa Rica se estima que un 54% de la población vive en zonas rurales (Censo 2001). Sin embargo, el porcentaje de la población económicamente activa en agricultura está rápidamente disminuyendo: del 49% de la población total en 1970, al 20% en el 2000 y al 15% en el 2003 (PNUD, 2004). En 2004, la pobreza es más prominente en las zonas rurales del país, con un 18% de los hogares rurales viviendo en situación de pobreza; el 8% en situación de pobreza extrema. En algunas partes rurales la pobreza llega al 40%.

Las políticas de comercio exterior aperturistas impulsan un modelo orientado hacia fuera y transnacionalizado, que empezó con los programas de ajuste estructural en los años 80s que, en la agricultura, se profundiza a partir de 1994.<sup>3</sup> Se caracteriza por una apertura comercial acelerada, generalizada y unilateral, donde la arancelización es el único instrumento de relativa protección interna. En este modelo, la economía se especializa hacia fuera, en el marco de una división internacional del trabajo y globalización capitalista, con desestructuración interna, sin interrelaciones entre sectores y sin reforzar un mercado interno nacional y regional.<sup>4</sup> El CAFTA (Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Centroamérica y República Dominicana) sería un punto culminante de la estrategia aperturista.

En lo político, el CAFTA, exige a los países firmantes mayores reducciones arancelarias, y reduce la flexibilidad de los países en desarrollo para utilizar instrumentos de políticas. En varios aspectos como aranceles y salvaguardas, el CAFTA obvia ventajas establecidas por la OMC y con ello propicia el trato especial en beneficio del más fuerte.<sup>5</sup>

En lo económico, se prevé que sobrevivirán las empresas y sectores económicos con capacidad (financiera, técnica, empresarial y administrativa) para adecuarse a las nuevas reglas del juego, particularmente empresas de gran capital y sectores exportadores. Son sectores vulnerables aquellos que no cuentan con capacidad de adecuación, generalmente microempresas, pequeña y medianas empresas, agricultura de subsistencia o para consumo de mercado interno.<sup>6</sup>

Por otra parte, es previsible el deterioro de exportaciones desde Costa Rica al mercado regional centroamericano, donde tendría que competir con la producción subsidiada de Estados Unidos.<sup>7</sup> Entonces, socialmente, el CAFTA arriesga la desaparición del sector agropecuario familiar y el campesino, principal sustento de la producción para el mercado interno.

El manejo de información acerca del CAFTA (igual como en el caso del inminente tratado comercial con la Unión Europea) es escaso o parcial o signado por tendencias ideológicas, lo cual provoca desinformación y especulación.<sup>8</sup> Hay un importante sector que adversa el CAFTA, lo cual podría ser factor de cambio, y podría empujar hacia políticas sociales y medidas complementarias o compensatorias a los efectos de aquel tratado comercial, escenario que encontrará el nuevo gobierno

<sup>3</sup> Fernández Arias, Mario. La evolución de las políticas de comercio exterior en Costa Rica en el marco del nuevo modelo de desarrollo:... EN: *Costa Rica hacia el siglo XXI: Balance de las Reformas Económicas 1983-1998*, 1ª ed., EFUNA, Heredia C.R., 1999.

<sup>4</sup> Fernández Arias, Mario E. La agricultura costarricense ante la globalización: las nuevas reglas del comercio internacional y su impacto en el agro. UCR/Instituto de Investigaciones Sociales, C.R., feb. 2003. P.183. (documento)

<sup>5</sup> OXFAM Internacional. El CAFTA discrimina a los campesinos centroamericanos... Abril 2005.

<sup>6</sup> Idem.

<sup>7</sup> Fernández Mario. El TLC CA.EE.UU. : Repercusiones en el sector agropecuario de Costa Rica. EN: *Revista Perspectivas Rurales*, UNA, Heredia, C.R. 2004. P.168

<sup>8</sup> Conferencia sobre el TLC dictada por el Dr. Carlos Jiménez, Jefe de Planificación del BCIE, Costa Rica, IIDH, 7-8 febrero 2006.

de Oscar Arias (PLN 2006-2010) quien deberá tomar en cuenta un ambiente cívico cambiado, en gran parte por el casi empate electoral con su rival Otton Solís del Partido Acción Ciudadana.

### 3.2. Resultados del análisis de partes involucradas

En el proceso participaron tres categorías de stakeholders, a saber: organizaciones económicas, organizaciones político-gremiales y organizaciones de servicios.

Entre las organizaciones económicas participaron 4 empresas campesinas, cuyo rol esencialmente consiste en “mejoramiento continuo de la empresa, en equilibrio con principios sociales. Calidad total en producto, mercado, familia. Garantizar mercados (diversificación y diferenciación) para los agricultores/as”. También, 2 organizaciones económicas de beneficio privado, que se proveen de productos agroalimentarios para distribución o venta final. Su rol es planteado como “contar con proveedores que suplan productos con regularidad y cantidad, negociación directa con productores y base en confianza hasta donde posible”. Además, una empresa social plantea su rol como “fortalecimiento organizacional para acceso a mercados” con “eficiencia y eficacia en la producción”.

Entre las organizaciones político-gremiales, participaron sindicatos campesinos y empresariales. Un sindicato campesino y una gremial nacional de mujeres campesinas planean su rol ligado a negociación (ante el Estado) de propuestas de desarrollo (seguridad alimentaria, p.ej.) y multiplicación de proyectos y experiencias exitosas, y búsqueda de mercados”. Un sindicato o cámara empresarial de industria alimentaria, ve un rol de “instrumentalizar a pequeños/as productores/as en capacidad gerencial para competir”.<sup>9</sup> En esta categoría, también participó una corporación nacional, la involucra /representa diferentes actores en la cadena productiva de arroz, visto su rol como ‘posicionar en el mercado nacional el consumo ético de arroz nacional’. Y se hizo una entrevista corta con el candidato presidencial de PAC.

Entre las organizaciones que entregan servicios, en el proceso participaron dos entidades certificadoras (normas orgánicas y sostenible), siendo su rol el control para certificación, más información de mercados (normas, calidad). Dos ONGs de servicios participaron, cuales tienen programas (promoción, capacitación, asesoría) con enfoque de cadena o enfoque multiactor. Dos agencias internacionales, cooperación técnica y para el desarrollo, facilitan procesos técnicos y de desarrollo institucional: facilitar procesos, crear contactos y confianza entre diversos actores. También, participaron personas vinculadas a investigación desde universidades.

Instituciones públicas también participaron: ministerio de comercio exterior y departamento acreditador de agricultura orgánica. El primero posiciona una imagen-país en el extranjero y promueve la vinculación productos-mercados, el segundo lleva control técnico del proceso de certificación en agricultura orgánica.

Después de concluido el taller, abstrayendo particularidades, vemos que el tema “acceso a mercados” afecta y provoca movimiento de las partes involucradas en tres maneras (casi nunca combinadas):

- i) económicamente: buscando objetivos de rentabilidad de su negocio: las organizaciones económicas campesinas buscan garantizar mercados para sus socios y empresas privadas (comercio de alimentos) buscan satisfacer productos para sus clientes (constancia, volúmenes, calidad). Se mueven especialmente en la esfera privada;
- ii) políticamente: buscando estabilidad macroeconómica, políticas públicas: organizaciones gremiales (campesinas y empresariales), gobierno central e instituciones públicas, partidos políticos. Se mueven especialmente en la escena política;

<sup>9</sup> En la práctica, esta Cámara no juega este rol significativamente.

iii) técnicamente: buscan eficacia en los servicios que entregan (investigación, apoyo técnico) e impacto: ONGs de servicio, agencias de cooperación internacional, universidades. Se mueven especialmente en la esfera privada, eventualmente en la escena política.

Lastimosamente, no hubo participación de industria privada (procesamiento de materias primas).

### Resultados de las entrevistas

Los 26 indicadores de éxito y los 18 indicadores de fracaso identificados dentro de los Factores Claves, provienen de opiniones desde 11 representaciones de la Sociedad Civil<sup>10</sup>. Los 7 indicadores principales de éxito presentan coincidencias de opinión, como sigue:

Principales Factores/ indicadores de Éxito	Coincidencias
Unir esfuerzos entre organizaciones.	4
Producir de forma planificada y con control de registros y estadísticas.	4
Mayor poder de negociación con supermercados.	2
Mantener una oferta constante para satisfacer la demanda de consumo interno o local.	2
Cultural. El rescate de tradiciones y oficios en agricultura.	2
Que las mujeres sean también beneficiarias del IDA en reparto de tierras y titulaciones.	2
Producir con mejor calidad y aumentar volumen y bajos precios.	2

Los 7 indicadores principales de fracaso presentan coincidencias, a saber:

Principales Factores/ indicadores de Fracaso	Coincidencias
No acceso a información y conocimiento de mercado y requisitos comercialización internacional.	6
Dificultad de pequeños/as productores/as para ofrecer oferta conjunta, cultura individualista, desarticulación.	5
No hay capacidad de oferta con volúmenes grandes.	4
No acceso a capital, a crédito e infraestructura de exportación.	3
Muy poca capacidad de negociación.	3
Desmantelamiento de instituciones de apoyo a producción agrícola como el CNP, MAG.	3
Falta de control de producción, estadísticas y costos, baja capacidad empresarial.	3

Los 19 indicadores de oportunidad desde Fuerzas Conductoras, expresan la opinión de 8 stakeholders;<sup>11</sup> los 25 indicadores de amenaza provienen de 10. Hay 7 indicadores principales de oportunidad:

Principales Fuerzas / indicadores de Oportunidad	Coincidencias
Apertura comercial ha diversificado producción y abre mayores posibilidades para exportación, a condición de mejorar la capacidad empresarial, planificación, calidad y visión (pensar en grande).	4
Certificación orgánica abre oportunidades con grandes compañías y venta con sello.	3
Género. Hombres y Mujeres tienen mismas oportunidades en comercio justo de productos orgánicos por ser un campo nuevo.	3
Se abre posibilidad de vender internacionalmente marcas locales (producto y denominación de origen) apelando a economías solidarias.	3
La Agricultura Orgánica da posibilidades de cambio positivo para los pequeños/as productores/as pero tienen que buscar ventajas en cuanto volumen, calidades, inteligencia de mercado y vender con valor agregado.	2
Posicionamiento de Costa Rica en tema ambiental ayuda a abrir mercado y es factor de competitividad.	2
Apertura comercial abre posibilidades con 80 millones de latinos que viven en EE.UU. y en	2

<sup>10</sup> A saber: 3 Cámaras, 1 Comercializadora de productos orgánicos, 1 Certificadora, 1 Pequeña empresa agrícola; 2 ONGs, 2 Organizaciones campesinas, 1 Cooperativa agrícola; y dos entidades internacionales (IICA e HIVOS).

<sup>11</sup> Una Cámara, 1 Comercializadora de productos orgánicos, 1 Certificadora, 1 Pequeña empresa agrícola, 2 ONGs, 1 Organización campesina, 1 Cooperativa agrícola, y dos entidades internacionales (IICA e HIVOS).

general habrán más consumidores y se genera ingreso divisas.

En su caso, los 9 indicadores principales de Amenaza, por el número de coincidencias, son:

Principales Fuerzas/ indicadores de Amenaza u Obstáculo	Coincidencias
Nivel interno: poder cada vez mayor de supermercados en logística y organización proceso comercialización, es muy difícil para pequeños/as productores/as cumplir con requisitos. Ingreso al mercado de empresas como Wal-mart que es un gran distribuidor de alimentos.	7
TLC una gran amenaza para los pequeños/as productores/as por procesos de eliminación de protección a la producción, invasión de productos, pérdida seguridad alimentaria y retroceso reforma agraria, ventajas en concesión de aguas para inversionistas extranjeros, desaparición de agricultores e industriales del arroz, privatización de recursos y servicios.	5
Importación de productos subsidiados, con bajo arancel y producidos con tecnología avanzada.	3
Intermediación excesiva dificulta acceso a mercado nacional.	3
Concentración de la oferta en grandes productores y comercializadores, monopolio transnacional en transgénicos y alimentos y concentración de exportaciones desde Costa Rica.	2

### Extractos de entrevistas.

Algunos puntos de vista destacamos ("Todos los agricultores tienen acceso al mercado, pero ¿qué mercado? ¿cómo paga? Son preguntas como éstas que habría que buscar respuesta", ASOPROCONA)

#### Sobre el mercado nacional:

"Como compradora, lo más importante es que (los Pequeños/as Productores/as) sean responsables, que traigan buena calidad y que se negocie de forma adecuada, como empresas pequeñas a las que se les ha dado oportunidad de ser exitosas" (Pizza Hut)

"El asunto de calidad, consistencia, responsabilidad con los pequeños productores: no siempre se ha aprendido más allá de la producción, por ejemplo, servicio al cliente: tengo dos semanas llamando a una gente de la Tigra para que me vendan y no me responden, siendo yo su cliente, más bien debe ser al revés". (ASOPROCONA).

"El mercado interno, está dominado en casi 60% por productos importados, por ser más competitivos" (Coopesanjuan R.L.)

"El tema de regulación, exceso control sin ninguna razón, excesivas regulaciones que ni siquiera el Estado puede cumplir, por ejemplo, en materia ambiental, las regulaciones no tienen ningún impacto sobre los principios, por ejemplo, el control de contaminación de un río no se hace por papelería, burocracia" (CACIA)

"Estamos pensando en la posibilidad de un sello para la producción de arroz (nacional)" (CONARROZ).

"La ventaja a nivel nacional: las exigencias de calidad y volumen son menores (no hay costos de transporte ni aranceles) que para el caso internacional, puede servir como aprendizaje" (HIVOS).

En las entrevistas hay tanto opiniones críticas sobre condiciones del mercado nacional, y otras expresan que hay oportunidades allí, para posicionamiento de productos y para aprendizaje.

#### Imagen de Costa Rica en el extranjero:

"El posicionamiento de Costa Rica en el tema ambiental ayuda en los mercados" (Eco-lógica).

"Lo ambiental y lo social son factores de competitividad para Costa Rica" (Coopesanjuan R.L)

"A nivel internacional hay la posibilidad de vender marcas locales --el producto y la denominación de origen"-- (UPANACIONAL).

Son opiniones optimistas.

#### Sobre la apertura comercial:

Hay opiniones que apuntan oportunidades en la exportación, por la apertura comercial, así como otras que mencionan las raíces fatales del sistema para la producción de mercado interno y de subsistencia.

"Con la apertura el mercado es más grande, hay y habrán más consumidores" (Coopesanjuan).

"La apertura comercial genera que 80 millones de latinos que viven en EE.UU. quienes compran 800 mil dólares por minuto, son una oportunidad". (IICA).

"Un supermercado grande en Inglaterra está tratando de cambiar sus prácticas de compra y quiere comprar directamente en Africa y América Latina. Con pequeños productores/as, aun las compañías grandes quieren relaciones más directas y estrechas con pequeños productores" (Rainforest Alliance).

"Si no se fijan muy bien cuáles son los objetivos como país, estamos tirados. Si nos ponemos a competir por la globalización que existe, pero en cosas que no vamos a ser productivos, entonces nos irá muy mal" (Pizza Hut).

"El sistema internacional es injusto...la inconsistencia del comercio mundial genera la brecha de pobreza". (CONARROZ).

"Sobre la situación de agricultura en Costa Rica y Centroamérica, el factor mas decisivo ha sido el proceso de la apertura comercial; para bien (Costa Rica ha diversificado su producción hacia el mercado de exportación) y para mal, el detrimento de la producción agrícola para el mercado local" (HIVOS)

#### EL CAFTA o TLC:

"El TLC es positivo, porque el mercado interno está saturado, el arancel de producción está muy bajo y la búsqueda de nuevos mercados es muy importante" (CACIA)

"La mayor amenaza principal es no aprovechar las oportunidades" (CACIA)

"La entrada en vigencia del CAFTA es una gran amenaza a los pequeños productores... Estamos en procesos de eliminación de los niveles de protección" (CACIA).

"Con el TLC la más grande amenaza será para los productos sensibles, perecederos" (ASOPROCONA)

"El TLC llevará a una invasión de productos, pérdida de seguridad alimentaria y un retroceso en reforma agraria... Con TLC los inversionistas extranjeros tendrán ventajas para concesión de aguas." (UPANACIONAL).

"Si se firma el TLC, en ese escenario desaparecen los agricultores y también los industriales del arroz, porque el arroz vendría en granza" (CONARROZ).

"Hablamos que el TLC toca otros temas como salud, agua, biodiversidad que también nos va afectar con su privatización" (CMC).

El CAFTA despierta opiniones enfrentadas, no obstante en las entrevistas destacaron aquellas que le adversan por estimarlo contrario a los intereses del sector de agricultura familiar. Así lo mencionan los extractos de organizaciones gremiales entrevistadas (Upanacional, Conarroz, CMC), organizaciones económicas campesinas (ASOPROCONA) e incluso la Cámara empresarial de la agroindustria de alimentos (CACIA).

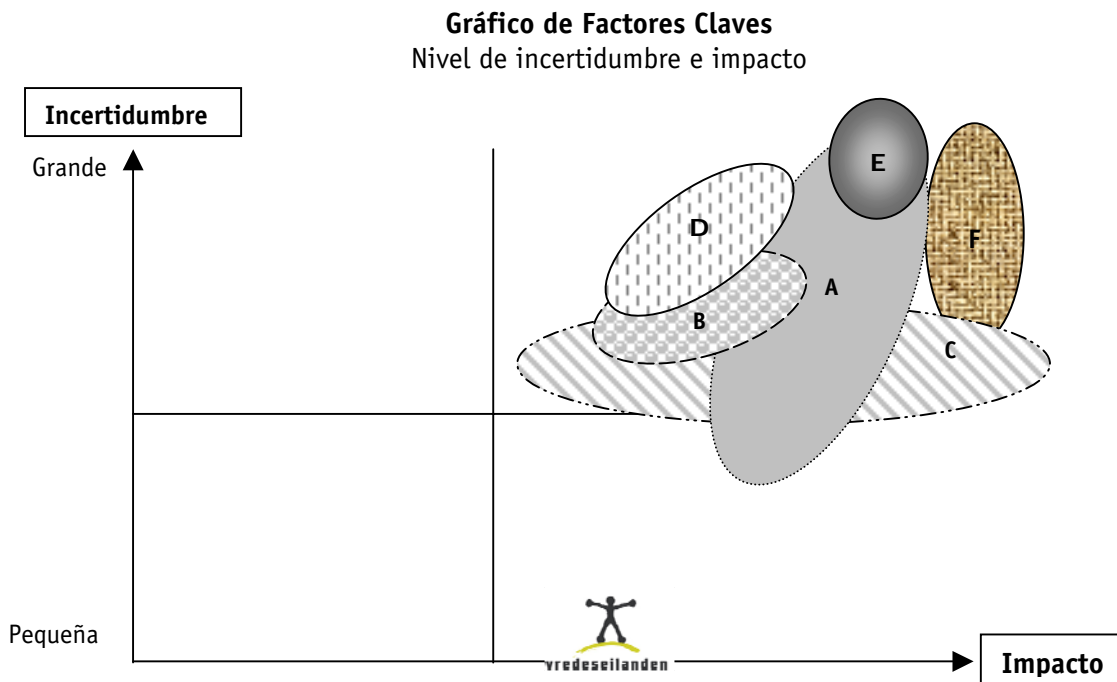
### 3.3. Resultados del taller

#### Los diferentes factores claves de éxito o fracaso para el tema central

Del análisis de factores claves en tres subgrupos, el taller propuso la siguiente selección:

- A. Acceso a información y conocimiento (inteligencia de mercados): un factor de alto impacto e incertidumbre alta o media.
- B. Capacidad de agregar valor: factor con alto impacto e incertidumbre mencionado por dos subgrupos del taller, si bien un tercer grupo no lo consideró.
- C. Mercado local: fue considerado por dos grupos, como de impacto medio o alto (para ciertos productos) e incertidumbre media. Refiere generalmente a ferias del agricultor.
- D. Capacidad empresarial: visto como capacidad gerencial y comercial, con alto impacto e incertidumbre media. Visto como capacidad de negociación con compradores de productos orgánicos, con alto impacto y alta incertidumbre (discutió qué significa si los compradores llegan a buscar el producto). Otro grupo, ve este factor como capacidad de producir de forma planificada, con registros y estadísticas propias; con impacto medio que tiende a alto y con incertidumbre alta.
- E. Incidencia en políticas públicas: un grupo ve alto impacto y alta incertidumbre (debilitamiento de los servicios públicos a pequeños/as productores/as, lo cuales no inciden al respecto). Políticas públicas: un grupo le ve como infraestructura pública, es factor de impacto medio y baja incertidumbre. Visto como infraestructura para exportación, es de alto impacto e incertidumbre alta. Políticas para impulsar la oferta y valor agregado, hay criterios dispersos de impacto e incertidumbre alta.
- F. Organización (o articulación) de pequeños/as productores/as: alto impacto en términos gremiales y de juntar oferta, con incertidumbre media hacia alta.

El gráfico representa los criterios del taller:



- A. Inteligencia de mercado ( acceso a información de mercado)
- B. Valor agregado (de la producción)

Leve

Alto

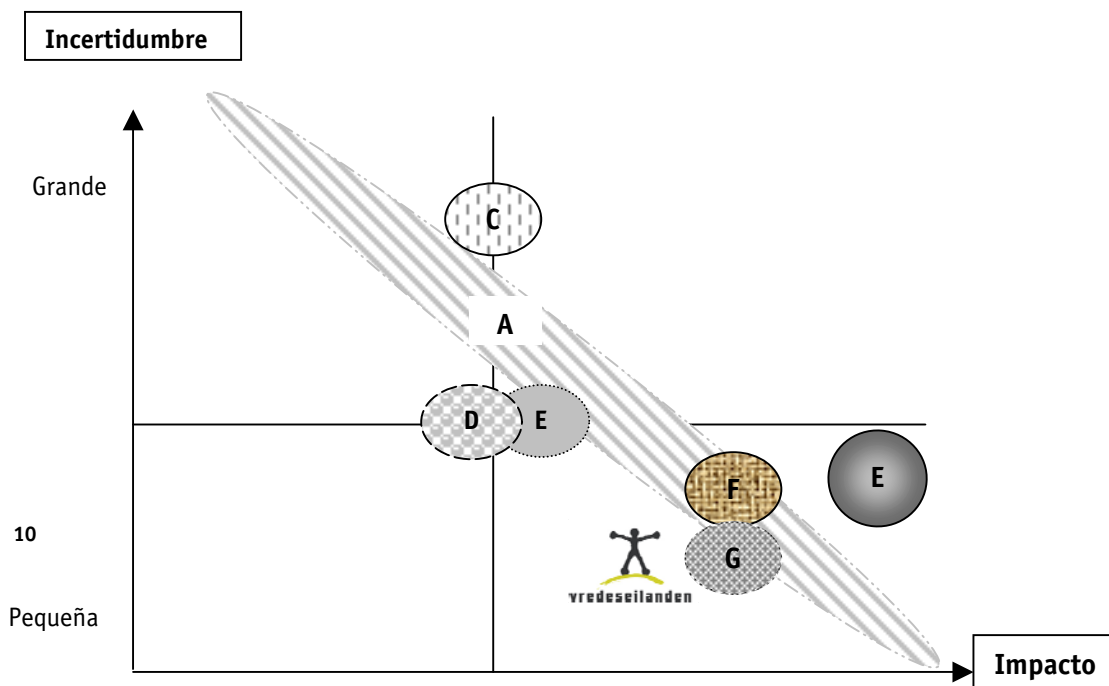
Las fuerzas conductoras (y cuellos de botella) que afectan o pueden afectar los factores claves

Del análisis de fuerzas conductoras, en el taller, resultó una selección de las siguientes:

- A. La apertura comercial: abre posibilidades de vender internacionalmente marcas o sellos locales (producto y denominación de origen) a grandes supermercados en Europa y otras compañías grandes, que muestran disposición de comprar directamente a los pequeños/as productores/as.
- B. Concentración de poder de mercado.
- C. Competitividad de los pequeños/as productores/as.
- D. El papel del estado.
- E. El turismo: está generando cambios en la cultura rural y ha propiciado el agroturismo rural.
- F. La agricultura orgánica: tiene reales oportunidades de mercado para pequeños/as productores/as.
- G. Supermercados: en el mercado nacional hay una influencia cada vez mayor de los supermercados, en la logística y organización del proceso de comercialización.

Este es el gráfico de fuerzas conductoras, por su nivel de impacto y grado de incertidumbre.

**Gráfico de Fuerzas Conductoras**  
Nivel de incertidumbre e impacto



Algunos aspectos destacamos en seguida, que resultaron de la discusión y debate:

#### Otras consideraciones:

En el análisis de factores claves, un grupo debatió respecto al significado de “rescate de tradiciones y oficios en agricultura, mantener prácticas de cultura productiva campesina”. El panorama es distinto si se trata de agricultores/as orgánicos/as o convencionales; en éste caso, se observa pérdida de cultura (alimenticia, patrimonio de tierra, cosmovisión), mientras en agricultura orgánica se aprecia como rescate de cultura productiva. Igualmente, hubo matices al analizar otros factores desde productor/a convencional u orgánico /sostenible.

También se mencionó la necesidad de considerar la comunicación como factor claves: “redes que provocan esfuerzos entre productores y consumidores”. Y también, que “consumidores” puede ser discutido como fuerza conductora, en vez de “patrones de consumo” como factor clave. En realidad, el tema “consumidores/as” reapareció en el debate, por su importancia creciente. Cobra fuerza una corriente de consumo sano, justo; pero también “asusta el sentido de valor (el balance importación-exportación, el efecto sobre la seguridad alimentaria, la cultura de consumo, etc.)”.

Se planteó un matiz en “información de mercados” como factor clave, no solamente para mercados externos (como usual) pero también interno: “Estamos produciendo como hace 50 años atrás, no produciendo en función del mercado. Esto tiene que ver con políticas agrarias, con lo que las organizaciones definen, con lo que quiere el consumidor”.

En el análisis de fuerzas conductoras, hubo diferencias al apreciar la fuerza “apertura comercial”. Algunas personas estiman que ésta tiene bajo impacto, aunque es de alta incertidumbre. Al contrario, para otras personas tiene alto impacto, y baja incertidumbre. Esto coincide con sus respectivas opiniones en contra o a favor del TLC.

También, se mencionó tomar en cuenta los vínculos (de los pequeños/as productores/as con otros sectores) y la mayor presencia de mujeres en la comercialización.

#### Elementos Predeterminados:

Principales Factores Claves que se consideran predeterminados:

1. Acceso a información y conocimiento de mercado por pequeños/as productores/as, desconocimiento de requisitos comerciales internacionales, falta de experiencia.

2. Capacidad de producir de forma planificada, con control de la producción, registros y estadísticas/capacidad empresarial, se espera un desarrollo.
3. Articulación de pequeños/as productores/as para tener oferta conjunta, pesa mucho una cultura individualista y de desconfianza. Es una debilidad por resolver.

Principales Fuerzas Conductoras que se consideran predeterminadas:

1. Apertura comercial externa ha diversificado la producción para la exportación, más oportunidades si mejora la capacidad empresarial de pequeños/as productores/as.
2. Poder e influencia cada vez mayor de los supermercados en la logística y organización del proceso de comercialización en mercado nacional.
3. Se abre posibilidad de vender internacionalmente marcas locales (certificaciones varias) apelando a economías solidarias, grandes supermercados y otras compañías grandes en el extranjero quieren cambiar sus prácticas y comprar directamente a pequeños/as productores/as.

### 3.4. Conclusiones

1. El proceso de apertura comercial y, particularmente, el CAFTA es ineludible en el análisis y definición de políticas de acceso a mercados para agricultura sostenible de pequeños/as productores/as. El mismo es reconocido como oportunidad para acceso a mercados en el extranjero, especialmente en Estados Unidos, pero también sus impactos por el ingreso de bienes importados que desplazarían gran parte de la producción local, particularmente de empresas micro y pequeñas.
2. La acción del Estado en el contexto de CAFTA, estaría sumamente limitado en su margen de acción. Un factor de cambio está ligado la necesidad de procesos de 'concertación nacional' que podrían tener lugar en los próximos años, como una respuesta a los resultados electorales recientes en Costa Rica y, más en general, a la revisión general de la ortodoxia liberal como sucede alrededor del mundo. Idealmente, partidos políticos y organizaciones sociales deberían poder canalizar demandas de democratización del acceso a mercados para pequeños/as productores/as, vinculando los temas de producción y comercio con el problema de la pobreza, empleo, ingresos y necesidades básicas de educación y salud (visto la concentración del abstencionismo electoral en zonas deprimidas).
3. Lo anterior remite a oportunidades para incidir políticamente, por distintos stakeholders. Este potencial está limitado por variados factores: escasa historia de acción concertada entre éstos, desarticulación en y entre las esferas económica/privada ↔ político-reivindicativa, disparidades de poder entre los actores y, especialmente, ausencia de mecanismos y espacios sólidos de encuentro y negociación.
4. La concentración de poder en los eslabones de comercialización (supermercados, compañías exportadoras) tiene su correlato en la dispersión y desorganización de la oferta por los pequeños productores. Es reconocido, por distintas partes involucradas, que existe un potencial –a mediano o largo plazo- para más y mejor acceso a mercados por pequeños/as productores/as con redistribución de riqueza producida. Ello pasa por la organización y articulación de la producción e industria para producir bienes de calidad según los estándares del mercado, cuando se dispone de información y conocimiento acerca de cómo jugar en él mediante acuerdos de cadena productiva.
5. Lo anterior apunta un marco ideal, pero existen dudas acerca de cómo lograr niveles de transparencia aceptables en tales procesos y el papel de ciertos actores allí, particularmente, políticas e instituciones públicas y el papel del consumidor/a final.
6. Factores culturales son también aspectos que han sido tratados someramente, tales como tendencias emergentes vs prácticas dominantes en el consumo, individualismo de productores/as vs empresarialidad asociativa, economicismo vs politicismo en determinados actores.
7. El papel de la cooperación internacional, según la opinión de las partes implicadas, puede ser muy variado: desde fortalecimiento organizacional y técnico en la producción hasta la facilitación de procesos de encuentro y contacto entre actores, pasando por el reforzamiento a las capacidades empresariales y de comercialización de pequeños/as productores/as. En varias oportunidades, se ha mencionado que se espera juegue un papel innovador y creativo, experiencias piloto a nivel nacional y con vinculaciones regionales e internacionales.

### 3.5. Anexos

#### 3.5.1 Bibliografía

Fernández Arias, Mario E. **La agricultura costarricense ante la globalización: las nuevas reglas del comercio internacional y su impacto en el agro**. UCR/Instituto de Investigaciones Sociales, San José, 2003.

Fernández Arias, Mario. "La evolución de las políticas de comercio exterior en Costa Rica en el marco del nuevo modelo de desarrollo" En: **Costa Rica hacia el siglo XXI: Balance de las Reformas Económicas 1983-1998**, 1ª ed., EFUNA, Heredia, 1999.

Fernández, Mario. "El TLC Centroamérica-EE.UU.: Repercusiones en el sector agropecuario de Costa Rica". En: Revista **Perspectivas Rurales**, UNA, Heredia, C.R. 2004. P.168

Jiménez, Carlos; Jefe de Planificación del BCIE. **Conferencia sobre el TLC** dictada en Instituto Interamericano de Derechos Humanos, 7-8 febrero 2006.

OXFAM Internacional. **EL CAFTA discrimina a los campesinos centroamericanos**, Abril 2005.

### 3.5.2 Cuestionario

## Foro Internacional: acceso a mercados para pequeños agricultores(as) (2005-2015)

Fase de entrevistas: Guía de preguntas  
VECO Costa Rica

Objetivo: recoger los puntos de vista de varios actores(as) sobre el acceso a mercado de pequeños agricultores(as) como punto de partida para la construcción de escenarios (proyectando el posible futuro o cómo el mundo se desenvolverá en los próximos 10-15 años) con la intención de identificar fuerzas y factores influyentes.

Fecha: \_\_\_\_\_

Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_

Institución: \_\_\_\_\_

Ocupación: \_\_\_\_\_

Sector al que representa: \_\_\_\_\_

Código: \_\_\_\_\_

---

#### 1) Podría usted conceptualizar:

a) Pequeño agricultor(a):

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

b) Acceso a mercados :

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

#### 2) Usted o la institución a la cual pertenece está vinculada al tema de acceso a mercados?

SI       NO

Cómo?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**3) Cómo usted describiría la situación actual en cuanto el acceso al mercado de los pequeños agricultores(as)?**

---

---

**A nivel nacional:**

**Problemas** \_\_\_\_\_

---

---

**Ventajas** \_\_\_\_\_

---

---

**A nivel internacional:**

**Problemas** \_\_\_\_\_

---

---

**Ventajas** \_\_\_\_\_

---

---

**4) Mirando la historia reciente, ¿cuáles factores significativos han producido la situación actual? ¿cuáles son las lecciones mas importantes?**

---

---

---

**5) Cree usted que la situación va a ser la misma en los próximos 10 años?**

SI                      NO

Por qué?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**6) Podría usted identificar los principales obstáculos y oportunidades en la próxima década que los pequeños agricultores enfrentarán para acceder a los mercados?**

**Mercado interno:**

Obstáculos:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Oportunidades:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Mercado internacional:**

Obstáculos:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Oportunidades:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**7) Específicamente, en caso de las pequeñas productoras, ¿cuáles son sus obstáculos y oportunidades en la próxima década respecto a acceso a los mercados?**

**Mercado interno:**

Obstáculos:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Oportunidades:

---

---

---

**Mercado internacional:**

Obstáculos:

---

---

---

Oportunidades:

---

---

---

**8)Cuál cree usted que son las perspectivas optimistas, pero realistas, en cuanto el acceso de los pequeños agricultores en los mercados (próximo 10 años)?**

---

---

---

---

---

---

**9) Cómo describiría usted un escenario pesimista, si las cosas salen mal, qué aspectos te preocuparían?**

---

---

---

---

---

---

**10) ¿Qué elementos de la cultura es importante valorizar y cuales deben ser revalorizados para ayudar a alcanzar un resultado deseado?**

---

---

---

---

---

---

---

**11) Considerando todo lo anterior, qué decisiones tomaría usted en su ámbito de acción para mejorar el acceso a mercados por parte de los pequeños agricultores?**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**12) Considerando todo lo anterior, qué decisiones deberían tomar los siguientes actores para mejorar el acceso de los pequeños agricultores en el país?**

El Gobierno:

---

---

---

---

Los Gobiernos Locales:

---

---

---

---

La empresa privada:

---

---

---

---

La cooperación internacional?

---

---

---

---

**13) Finalmente, en relación a los temas tratados en este cuestionario, ¿hay otro punto que quisieras incluir?**

---

---

---

### 3.5.3 Lista de personas entrevistadas y participantes en el taller

	Nombre	Entrevista	Taller	Organización	e-mail
1	Alejandra Bonilla		x	CNC	<a href="mailto:familiarebo@racsa.co.cr">familiarebo@racsa.co.cr</a>
2	Alexander Vallejos	x		Perimercados S.A.	-
3	Anthony García	x	x	CNCU	<a href="mailto:consumidor.cr@latinmail.com">consumidor.cr@latinmail.com</a>
4	Armando Núñez	x		Coopesanjuan	-
5	Bernardo Jaén	x		PROAGROIN	<a href="mailto:prozona@racsa.co.cr">prozona@racsa.co.cr</a>
6	Bernardo Rojas	x		APROCAM	<a href="tel:573-8696">573-8696</a>
7	Chris Wille	x		Rainforest Alliance	<a href="mailto:cwille@racsa.co.cr">cwille@racsa.co.cr</a>
8	Doris Osterlof	x		COMEX	-
9	Eduardo Ramírez	x		Semanario Universidad	-
10	Eduardo Rodríguez		x	APROCAM	<a href="mailto:aprocama@racsa.co.cr">aprocama@racsa.co.cr</a>
11	Elizabeth Ramírez	x	x	MAG	<a href="mailto:eramirez@protecnet.go.cr">eramirez@protecnet.go.cr</a>
12	Faye Campos		x	CNC	<a href="mailto:exportadora@coopelibertad.co.cr">exportadora@coopelibertad.co.cr</a>
13	Felicia Echeverría	x		CNC	<a href="mailto:agriorg@racsa.co.cr">agriorg@racsa.co.cr</a>
14	Geovanny Delgado	x	x	Eco-logica	<a href="mailto:gdelgado@eco-logica.com">gdelgado@eco-logica.com</a>
15	Giovanni Beluche		x	CDR-Ula	<a href="mailto:gbeluche@cdr-ula.co.cr">gbeluche@cdr-ula.co.cr</a>
16	Guido Vargas	x		UPANACIONAL	<a href="mailto:upanac@racsa.co.cr">upanac@racsa.co.cr</a>
17	Hernan Alvarado		x	CNC	<a href="mailto:pampirol@racsa.co.cr">pampirol@racsa.co.cr</a>
18	Jorge Hernández	x	x	UPANACIONAL	<a href="mailto:joyah4@racsa.co.cr">joyah4@racsa.co.cr</a>
19	José Carlos Arze		x	IICA	<a href="mailto:jose.carlos.arze@iica.int">jose.carlos.arze@iica.int</a>
20	Juan Aguirre		x		<a href="mailto:jaguirre@racsa.co.cr">jaguirre@racsa.co.cr</a>
21	Juliana Espinoza	x	x	CMC	<a href="mailto:cmc@ice.co.cr">cmc@ice.co.cr</a>
22	Keith Carter	x		ASOPROCONA	-
23	Liliana León		x	CNC	<a href="mailto:lilileon@vocesnuestras.org">lilileon@vocesnuestras.org</a>
24	Luis Samandú		x	CUDECA	<a href="mailto:luis@cudeca.or.cr">luis@cudeca.or.cr</a>
25	Manuel Amador	x	x	CEDECO	<a href="mailto:amadore@racsa.co.cr">amadore@racsa.co.cr</a>
26	Manuel Jiménez	x		FENASCO	<a href="mailto:fenasco@hotmail.com">fenasco@hotmail.com</a>
27	Marcela Mora	x	x	PROAGROIN	<a href="http://www.proagroin.org">www.proagroin.org</a>
28	Mario Ahumada		x	MAELA	<a href="mailto:maa@ctcreuna.cl">maa@ctcreuna.cl</a>
29	Mario Samper	x	x	UCR	<a href="mailto:msamperk@yahoo.com">msamperk@yahoo.com</a>
30	Mayra López	x		Oro Verde	<a href="mailto:oroverde@cedeco.or.cr">oroverde@cedeco.or.cr</a>
31	Oscar Campos	x		Conarroz	<a href="mailto:oscardelcampo@costarricense.cr">oscardelcampo@costarricense.cr</a>
32	Ottón Solís	X		PAC	
33	Pablo Alvarez	x	x	HIVOS	<a href="mailto:pablo@hivos.or.cr">pablo@hivos.or.cr</a>
34	Ricardo Araya		x	FICOSA	<a href="mailto:cerrodeoro@yahoo.com">cerrodeoro@yahoo.com</a>
35	Roberto Cubillo	x		FICOSA	<a href="mailto:cerrodeoro@yahoo.com">cerrodeoro@yahoo.com</a>
36	Santiago Vélez	x		IICA	-
37	Sonia Herrera	x		Pizzahut	-
38		x		CACIA	-
	Byron Barillas			Consultor	<a href="mailto:bbarillas@iidh.ed.cr">bbarillas@iidh.ed.cr</a>
	Javier Sánchez			VECO CR	<a href="mailto:javier@veco.or.cr">javier@veco.or.cr</a>
	Róger Chaves			VECO CR	<a href="mailto:roger@veco.or.cr">roger@veco.or.cr</a>
	Sandra Galbusera			VECO CR	<a href="mailto:sandra@veco.or.cr">sandra@veco.or.cr</a>

