

ECONOMÍA Y FINANZAS

AGRICULTURA INCLUSIVA Y SOSTENIBLE EN COSTA RICA

Un sello para promover el comercio solidario

Andreas Stamm
Noviembre, 2020



En comparación con otros países de Latinoamérica, Costa Rica tiene buenos indicadores de crecimiento económico y desarrollo social. Sin embargo, están creciendo la desigualdad social y las disparidades espaciales.



Una parte de la población rural de Costa Rica se siente desacoplada de la dinámica y ha perdido confianza en el sistema político. Esto pone en peligro la gobernabilidad del país.



El documento propone un sello para la agricultura familiar campesina, como un instrumento para fomentar la cohesión social y territorial. Puede ayudar a la agricultura familiar competir con importaciones y asegurar buenos niveles de venta y precios atractivos.

ECONOMÍA Y FINANZAS

AGRICULTURA INCLUSIVA Y SOSTENIBLE EN COSTA RICA

Un sello para promover el comercio solidario

d·i·e

Deutsches Institut für
Entwicklungspolitik



German Development
Institute

1

DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE COSTA RICA

Costa Rica tiene buenos indicadores de crecimiento económico y desarrollo social. Sin embargo, el país está experimentando una creciente polarización social y territorial. Mientras que la promesa de ascenso social se limita a grupos de población altamente educada que radica en el Gran Área Metropolitana (GAM), las zonas rurales y mucha de su gente se ven desacopladas de la dinámica. Esto pone en peligro la gobernabilidad del país. El documento propone un sello para la agricultura familiar campesina del país, como un instrumento para fomentar la cohesión social y territorial.

Históricamente el desarrollo económico de Costa Rica ha combinado un crecimiento hacia el interior con un uso inteligente de las opciones que los mercados internacionales ofrecen, tales como la exportación de café desde el decenio de los 1820, las exportaciones de banano a partir de 1880 y, más recientemente, el turismo, la industria ligera y la prestación internacional de servicios empresariales. Tasas de crecimiento económico nunca espectaculares, pero constantes han dado lugar a un aumento del 60 % del ingreso per cápita¹ entre 2000 y 2018. En combinación con una tradición de servicios públicos para fomentar la inclusión social (educa-

ción, salud), también las tasas de pobreza multidimensional bajaron de 31 % en 2010 a 21 % en 2018². En total, esto ha colocado a Costa Rica a la vanguardia del desarrollo humano en América Latina. En 2019 Costa Rica se ubicó en el rango 68 entre 189 países del mundo en el Índice del Desarrollo Humano, que refleja rendimientos en expectativa de vida, educación e ingresos per cápita³.

¿ENTONCES TODO “PURA VIDA” EN COSTA RICA?

Lamentablemente, una segunda mirada muestra que el país ha perdido, en las últimas dos a tres décadas, mucho terreno en un área que históricamente fue una característica distintiva del país: la igualdad relativa y la cohesión social. El Índice Gini mide la concentración de los ingresos de los hogares en una sociedad y va de cero (distribución completamente equitativa de los ingresos) a uno (máxima desigualdad). Hace unos treinta años, Costa Rica se clasificó bastante bien en una de las regiones más desiguales del mundo. Su índice de Gini fue de 0,45, inferior al de casi todos los países de la región (ver cuadro 1).

Cuadro 1
Índice Gini, Costa Rica y países de comparación¹.

Índice Gini, Costa Rica y países de comparación				
	1990/1992	1999/2000	2009/2011	2017/2018
Costa Rica	0,45	0,47	0,48	0,48
Uruguay	0,40	0,43	0,45	0,40
Chile	0,57	0,53	0,46	0,44
Bolivia	0,49	0,62	0,49	0,44
Brasil	0,61	0,59	0,54	0,54
Honduras	0,57	0,55	0,53	0,52
El Salvador	n.d.	0,52	0,44	0,39

Fuente: World Bank, World Development Indicators, accedido 27 Octubre 2020

1 Valores constantes en \$ de 2017, paridad de poder adquisitivo, cálculos propios basados en datos de los World Development Indicators.
 2 Primer año para el cual se calculó este indicador.
 3 <http://hdr.undp.org/en/content/2019-human-development-index-ranking>

Desde entonces, en varios países el Índice de Gini bajó, como en Brasil y Chile bajo gobiernos de centroizquierda en los años 2000. No fue así en Costa Rica, donde el nivel de desigualdad no bajó, sino subió. La distribución de ingresos en Costa Rica es hoy más desigual que en países como Chile o El Salvador, tradicionalmente sociedades con extrema desigualdad social. Servicios sociales como educación y salud siguen manteniendo la cohesión social en Costa Rica, pero la creciente disparidad en los ingresos amenaza con erosionarla.

Una creciente disparidad espacial es la otra cara de la misma moneda. Ocupaciones (legales) con buenas expectativas de ingresos se encuentran localizadas en su gran mayoría en el Gran Área Metropolitana (GAM). Las zonas verdaderamente rurales no han tenido una oportunidad adecuada de beneficiarse de las nuevas oportunidades de empleo e ingreso, como la industria ligera (ensamblaje de equipos médicos) y los servicios modernos (call centers, software), fuertemente concentrados en zonas francas de la GAM. Fuera del Valle Central, agroexportaciones tradicionales (banano) y algunas no tradicionales (piña) han crecido, pero absorben poca mano de obra por hectárea cultivada y muchas veces significan severos efectos ecológicos secundarios. Para las áreas periféricas, y sobre todo las zonas costeras, el turismo es la principal actividad no-tradicional, ofreciendo empleo y trabajos independientes decentes. Pero es la excepción de la regla que el crecimiento económico de las últimas décadas no haya llegado a las zonas rurales.

Las disparidades sociales y espaciales conducen a serios problemas de gobernabilidad y estabilidad política, tales como la fragmentación partidaria y el surgimiento de figuras populistas de derecha radical. Los movimientos evangélicos y pentecostales, y con ellos una posición de conservadurismo radical (Kourliandsky 2019), avanzan en Latinoamérica desde hace varias décadas. Su primera puerta de entrada son grupos pobres de la población, que radican en su mayoría en las zonas rurales.

Esto se puede observar para el caso de Costa Rica. En 2013, había 3645 congregaciones evangélicas en Costa Rica, de las cuales 1566 (43 %) estaban ubicadas en las tres provincias plenamente rurales: Guanacaste, Puntarenas y Limón⁴. Estas provincias representan solamente 26% de la población costarricense y son precisamente aquellas zonas en las cuales el Partido Renovación y su candidato presidencial Fabricio Alvarado ganaron muchos votos en la primera ronda electoral de 2018 (Pignataro / Treminio 2018). También son las áreas periféricas las zonas que mostraron mayores niveles de abstencionismo, lo que indica un bajo nivel de confianza en el sistema político⁵. Los movimientos pentecostales relacionados con un giro ultraconservador vinieron con fuerza a Costa Rica como a otros países del continente, y vinieron para quedarse. El vínculo del populismo derechista con grupos de la población que se sienten marginados y perciben pocas perspectivas para conseguir un mejor futuro para sí y sus descen-

dientes se puede observar también en países de Europa y en los EE.UU., lo cual indica que no es un fenómeno transitorio.

Recuperar mayores niveles de confianza en la capacidad de control del Estado y así obtener mayores niveles de gobernabilidad es un reto importantísimo para Costa Rica, considerando los retos que el país está enfrentando a corto y mediano plazo. Aún no se sabe con exactitud el impacto que tendrá la pandemia covid-19 a mediano y largo plazo. Para una economía fuertemente afectada por la globalización, será muy importante el impacto que la pandemia tendrá en los principales mercados de exportación. Una crisis profunda y alargada podría afectar seriamente las oportunidades de exportación en productos como banano, piña, plantas ornamentales; y definitivamente el turismo. Esto no solo implicaría problemas macroeconómicos, sino también mayores niveles de desequilibrios sociales y territoriales.

Para mitigar los problemas hay que tomar medidas para estabilizar la economía y las relaciones sociales en las zonas rurales del país. Una opción que se esbozará a continuación es desarrollar e implementar un sello que logre diferenciar a productos provenientes de la agricultura familiar campesina (AFC) y aumentar su competitividad frente a las importaciones de productos agrícolas, muchas veces altamente subsidiados. Permitir a los pequeños productores canalizar mayores cantidades de productos a los mercados y conseguir mejores precios puede ser un elemento importante de una estrategia integral para fomentar la cohesión social y territorial de Costa Rica. Un sello para la AFC puede también tener un importante valor simbólico, transmitiendo el mensaje de solidaridad e identidad compartida entre la población urbana y las zonas rurales.

AGRICULTURA FAMILIAR: IMPORTANTE LEGADO HISTÓRICO

Costa Rica ha alcanzado niveles de desarrollo socioeconómico satisfactorios y buen rendimiento político no a pesar de haber sido la provincia más pobre de las colonias españolas. Más bien, la falta de recursos primarios y una población indígena relativamente escasa fue la base para una dinámica mucho más sólida y sana hasta la fecha, comparado con otros países de la región. Áreas del continente naturalmente ricas (en metales preciosos y mano de obra para esclavizar) fueron colonizadas de una manera que implicó la polarización social y étnica desde el principio, entre latifundistas y peones empobrecidos; entre operadoras de minas y su proletariado. En Costa Rica, los inmigrantes durante el tiempo de la colonia llegaron al territorio con la única promesa de recibir una parcela para cultivar y producir sus propios alimentos. Al terminar la época de la colonia, Costa Rica fue un país netamente de pequeños agricultores (Rankin 2012). Fue así como el primer cultivo comercial exitoso, el café, a partir de los 1820 creció en una amplia base social, en contraste con países co-

⁴ <https://www.elfinancierocr.com/economia-y-politica/movimiento-evangelico-en-costa-rica-del-servicio/5NROWY6WQVHHRIFU2JSSV2JHEE/story/>

⁵ <https://semanariouniversidad.com/pais/abstencionistas-se-ocultan-las-ciudades/>

mo El Salvador, donde un puñado de terratenientes se aseguraron el acceso a los ingresos por exportación del grano. Historiadores vinculan el tipo de colonialismo (colonias de asentamiento, de explotación) con el tipo de instituciones que se manifiestan en una sociedad décadas y siglos después. De este modo, no es descabellado asumir que el hecho de que Costa Rica apostó por una serie de instituciones burguesas (educación universal, democracia) y no feudales, como otros países de Latinoamérica, tiene sus raíces en el estado de colonia pobre y una equidad social entre pequeños agricultores. Así, recurrir a la agricultura familiar al diseñar políticas para una mayor inclusión y cohesión social tiene un importante legado histórico.

Costa Rica ha pasado por transformaciones muy significativas en las últimas décadas que también han afectado al sector agrícola y las zonas rurales, como la diversificación de las agroexportaciones y el aumento de otras actividades económicas, como el turismo internacional. En el último censo

agropecuario de 2014, se contó un total de 93 017 fincas agrícolas, una disminución de 9% en comparación con el censo de treinta años atrás (1984), pero 12 000 unidades más que en 1973. Esto significa que la pequeña y mediana finca agropecuaria sigue jugando un papel importante en las estructuras productivas y sociales del país. Para el presente documento es importante constatar que la agricultura familiar de Costa Rica es muy diversificada, siendo el café (24,3 %) y la ganadería (28,5 %) la principal actividad para muchas fincas, seguido por frutas (12,3 %), granos (8,4 %) y hortalizas (4,8 %). Bajo el amplio concepto de "otras actividades" (21,7 %) se encuentran árboles forestales, caña de azúcar, ornamentales, palma aceitera, raíces y tubérculos, entre otros (INEC 2015).

2

PATRONES DE CONSUMO SOSTENIBLES

HACIA UN MODELO DE DESARROLLO MÁS INCLUSIVO Y COMPATIBLE CON LOS LÍMITES PLANETARIOS

El llamamiento a un consumo más sostenible no es nuevo, más bien puede rastrearse hasta la Cumbre de la Tierra en Rio de Janeiro en 1992 y la Agenda 21, allí aprobada. El consumo sostenible no solamente debería reducir la huella ecológica de los productos que se consumen, sino también fomentar un desarrollo socialmente equitativo. A nivel de Naciones Unidas, en 2012 se estableció el 10-Year Framework of Programmes on Sustainable Consumption and Production Patterns, 10YFP. La agenda 2030, aprobada en 2015 con sus Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), en el número 12 enfatiza de nuevo el compromiso global de llegar a una transformación de los patrones de consumo hacia mayores niveles de sostenibilidad.

Costa Rica es muy activa internacionalmente en discursos y programas para fomentar patrones de producción y consumo sostenibles. Entre otros, el país participa en el Comité Asesor de Múltiples Partes Interesadas (Multi-stakeholder Advisory Committee) del “10YFP Sustainable Food Systems Programme” (Programa de Sistemas Alimentarios Sostenibles) de las Naciones Unidas. Sin embargo, aún no existe una caja de herramientas para estimular la transición acelerada hacia patrones de consumo más sostenibles.

El instrumento que proponemos en este documento es establecer un sistema de certificación vinculado con un sello o una etiqueta que distinga productos agrícolas provenientes de la agricultura familiar campesina y que ayude al comprador para tomar decisiones relevantes para un consumo más sostenible. Cuando hablamos del comprador, nos referimos tanto al consumidor privado como a las compras del estado. El objetivo de llegar a patrones de compras públicas sostenibles ha sido un elemento clave en los discursos sobre el consumo sostenible desde la Agenda 21. La lógica principal es que en la mayoría de los países y territorios subnacionales, tanto del Norte como del Sur, al menos entre un 10 % y un 20 % del Producto Interno Bruto (PIB) se genera mediante las compras que las instituciones públicas efectúan para su propio funcionamiento y para prestar servicios a las sociedades, en educación, salud, obras públicas y transporte etc. Y como el Estado puede definir las reglas bajo las cuales efectúa sus

adquisiciones, es una idea obvia fomentar el desarrollo sostenible mediante las compras públicas.

CERTIFICADOS, SELLOS Y ETIQUETAS PARA GUIAR DECISIONES DE COMPRA

Certificados y sellos de sustentabilidad son un instrumento eficaz para reducir costos de transacción relacionados con la verificación de las características de un producto con relación a la sostenibilidad. Las normas voluntarias de sostenibilidad (voluntary sustainability standards, VSS) tienen sus raíces en el decenio de 1940, cuando surgió el interés por la agricultura orgánica. Para hacer posible identificar productos de la agricultura orgánica, se empezó a utilizar etiquetas con un nombre reconocible, como fue “Demeter”. Con la creciente formación de cadenas internacionales de productos agrarios y forestales se crearon otros VSS a partir de los 1980, tales como Fairtrade (1988), Rainforest Alliance (1989) o Forest Stewardship Council, FSC (1993). Con la globalización de la manufactura también se iniciaron VSS en otros sectores, como los certificados de textiles y prendas de vestir, como Fair Labor Association en 1999 y Global Organic Textile Standard (GOTS) en 2006.

Después de alrededor de treinta años de experiencias con VSS en las relaciones comerciales se pueden señalar, como una especie de conclusión provisional, algunas lecciones importantes:

- Los sellos o etiquetas pueden ser un instrumento eficaz para guiar las decisiones de los compradores (privados y públicos);
- Los sellos siempre implican una simplificación de la realidad porque certifican sistemas complejos contra un mismo estándar;
- sin embargo, el éxito sostenido depende en gran medida de la credibilidad del sello en su mensaje clave;
- se requiere de un gran esfuerzo colectivo para lograr una penetración significativa de los mercados (privados y públicos);
- la certificación de un estándar, mientras que tiene que ser confiable, no debería disparar los costos para la unidad a certificar, por ejemplo, una finca familiar o una empresa cooperativa.

Desde finales de la década de 2000 ha surgido gradualmente una nueva tendencia: actores en el Sur han comenzado a hacerse cargo de la definición y aprobación de normas de sostenibilidad para sus productos y servicios (turismo). De particular importancia para el presente documento son las iniciativas con el propósito de visibilizar el trabajo, esfuerzo y dedicación de campesinas y campesinos. En 2007, por iniciativa de la Reunión Especializada sobre Agricultura Familiar (REAF), en el contexto del MERCOSUR, se impulsó la idea de implementar sellos que identifiquen productos y servicios de la pequeña agricultura de cada país, y ya ha sido parcialmente transpuesto:

- Argentina: 2015, Sello “Producto de la agricultura familiar”, Secretaría de Agricultura Familiar de la Nación;
- Brasil: 2009, “Selo de Identificação da Participação da Agricultura Familiar” (SIPAF), Ministério do Desenvolvimento Agrário;
- Chile, 2015, “Sello Manos Campesinas”, Ministerio de Agricultura;
- Paraguay, 2016, “Sello de la Agricultura Familiar, chokokué rembiapo”, Ministerio de Agricultura y Ganadería;
- En Uruguay en el año 2015 se iniciaron diálogos para lanzar un sello semejante.

SELLO MANOS CAMPESINAS DE CHILE

El Sello Manos Campesinas (SMC) en Chile es el sello más avanzado y mejor documentado en la región. Existe un estudio de factibilidad (Köbrich et al. 2014) y una evaluación de sus impactos dos años después de que el SMC fue lanzado al mercado (Alvial & Köbrich 2018). El SMC busca visibilizar la producción campesina acreditando cuatro atributos que los consumidores reconocen como campesinos: origen campesino, producto artesanal, sano y que fomenta el desarrollo local.

En Chile, el último censo agropecuario se realizó en 2007. En este momento el total de explotaciones agrarias llegó a 296 000 unidades, de las cuales alrededor de 220 000 cultivaron menos de 20 ha de tierra, lo que puede considerarse una aproximación a unidades de la AF. El 26 % de todas las fincas fueron cultivadas por mujeres y 53 064 productores pertenecían a los grupos indígenas. La gran mayoría de las fincas familiares combinan la producción para el autoconsumo con la comercialización de una parte de los productos. Los canales de venta principales son las ferias y la venta directa (en la finca). Algunos productores han conseguido asegurar la venta de su producción a la administración pública para abastecer comedores escolares y centros hospitalarios. Otros han logrado trascender las barreras nacionales y exportar sus productos (ODEPA 2018).

La idea de desarrollar un sello para la AFC en Chile tiene sus raíces en el inicio del siglo. Un estudio del Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP) de 2001 identificó que un sector de la población urbana asocia al campo, el campesino y sus productos con valores, creencias y opiniones que constituyen un patrimonio positivo. De esta observación nació la idea de

desarrollar una marca que potencie las posibilidades comerciales de una gama considerable de productos campesinos. Un estudio del 2013 destacó que los consumidores asocian, con productos campesinos, bienes “elaborados en la mayoría del proceso a mano, por pequeños productores, que viven en el campo y emplean recetas tradicionales en base a materia prima local, sin químicos”. Basado en el estudio de Köbrich et al. (2014) se lanzó el concepto “Sello Manos Campesinas” (SMC), con un isologotipo fácil de reconocer. El otorgamiento del sello está gobernado por un Comité Técnico compuesto por representantes de las organizaciones nacionales campesinas, representantes de la Universidad de Chile y del Instituto de Desarrollo Agropecuario (Indap). El SMC acreditó los primeros productos en junio de 2015. En marzo de 2018 había unos 400 productores y 1500 productos acreditados, entre alimentos frescos (frutas y verduras); alimentos procesados, tanto de origen vegetal (mermeladas, encurtidos, etc.) como animal (lácteos y productos apícolas); y también artesanías.

Un estudio realizado después de dos años del ciclo de vida del SMC (Alvial & Köbrich 2018) indicó que, para los productores, la principal motivación para ingresar al programa fue la de mejorar las condiciones de comercialización de los productos, ya fuera porque el cliente valora o destaca la calidad del producto (50 %), para tener nuevos canales de venta (10 %) o directamente para vender más y a mejor precio (7 %). Otro 11 % señaló que el programa les permitiría valorarse como productores. El estudio clasifica los encuestados en cuatro categorías, entre contentos (6 %), satisfechos (20 %), “esperaban más” (45 %) y finalmente indiferentes (29 %). Cabe señalar, que la mayoría de los productores en las categorías “contentos” y “satisfechos” fueron mujeres comercializando alimentos procesados, productos apícolas o artesanía. Importantes canales de venta son hoteles, restaurantes y servicios de catering. Los autores de la evaluación mencionan, como principales factores del éxito modesto, que el SMC en los primeros dos años se había enfocado en establecer las normas técnicas, diseñar los procedimientos operativos e incorporar a pequeños productores agrícolas. Al otro lado, la promoción del sello ante los clientes y el desarrollo de canales de venta en los cuales encontrar los productos había sido postergado. Sin embargo, llegan a la conclusión de que el sello sí puede ser un instrumento eficaz para mejorar las oportunidades comerciales, sea mediante mayores volúmenes de venta y/o mejores precios (Alvial & Köbrich 2018, 23).

LA EXPERIENCIA CHILENA Y CONCLUSIONES PARA COSTA RICA

Las experiencias de Chile merecen ser analizadas más de cerca si se va a desarrollar una etiqueta para la AFC en Costa Rica. Tanto Chile como Costa Rica son países de relativamente altos ingresos basados en una economía diversificada. En ambos países, las agroexportaciones han sido un eje importante del crecimiento económico de las décadas pasadas y con cierta integración de pequeños productores. El cooperativismo es parte importante de la institucionalidad agraria de ambos países. El estudio de factibilidad del SMC en Chile in-

dica que un sello sí puede ayudar a desarrollar productos agrícolas y agroindustriales diferenciados y que los consumidores lo reconocen y ven las características señaladas como algo deseable.

De la evaluación del SMC de Alvia & Köbrich (2018) y experiencias con otros sellos para productos diferenciados, se pueden sacar algunas conclusiones preliminares: basado en procesos de consultas y diálogos con múltiples partes interesadas, se puede diseñar un sello autóctono que refleje las realidades nacionales y que premie productos con las características deseadas. El nivel de satisfacción limitado que la encuesta de Alvia & Köbrich ha encontrado entre productos que participan en el programa SMC señala tres aspectos:

- Primero, establecer una etiqueta con impacto significativo requiere tiempo. Las VSS en países como Alemania tienen una penetración modesta, por ejemplo 4,5 % en café de Fairtrade (2018), y 0,28 % en Global Organic Textile Standard (GOTS) (2017).
- Segundo: El proceso de certificación de una etiqueta de agricultura familiar en Costa Rica debería ser sencilla, eficiente en términos de costos y tiempo requerido para obtener el sello.
- Tercero, y probablemente lo más importante: El concepto de un sello para la AFC debería ser pensado desde el resultado deseado. Es decir, ¿cómo puede ayudar a desarrollar los canales de comercialización de los agricultores, asegurando mayores volúmenes de venta y/o mejores precios?

En su última parte el presente documento enfocará dos aspectos. Primero, ¿cuáles serían canales de venta de productos de la AFC en Costa Rica que podrían beneficiar a los campesinos en forma sostenida? Segundo, ¿cuáles serían las características que una etiqueta de la AFC debería transmitir a los mercados?

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Un punto de partida del SMC en Chile fue la observación de que una parte de la población urbana asocia con la producción campesina una serie de atributos positivos. Evidentemente, el consumidor urbano tiene que ser también el primer punto de referencia en Costa Rica, puesto que hoy en día cuatro de cada cinco costarricenses viven en la ciudad (ver cuadro 3). Vale mencionar, que Costa Rica, en comparación con Chile y otros países de la región, es un país de urbanización tardía. En 1990 la misma proporción de costarricenses vivía en el campo y en la ciudad, mientras que en Chile en el mismo año el 83 % vivía en zonas urbanas (en Argentina 87 %, México 71 %, Colombia 69 %). Esto indica, que muchos de los costarricenses viviendo en la ciudad hoy crecieron en una zona rural o vienen de padres con raíces en “lo rural”. Se puede asumir que el vínculo emocional entre la población urbana y los territorios rurales podría ser mayor que el observado en Chile, lo que podría constituir una buena base afectiva para un sello de la AFC para productos comercializados en las ciudades de Costa Rica.

En cuanto a los canales de comercialización, los supermercados son imprescindibles si se quiere obtener alcance y repercusión. La urbanización rápida en Costa Rica fue de la mano con una rápida “supermercadización” del comercio minorista. Ya para el año 2000, Reardon & Berdegué (2002: 374) señalan que el 50 % de los alimentos de Costa Rica se vendió en supermercados. Sin disponer de datos más recientes, no es descabellado asumir que en los últimos veinte años la participación de los supermercados en el comercio minorista de productos agrarios ha aumentado más. Si se logra posicionar productos con un sello de la AFC en las cadenas de supermercados de Costa Rica, se podría obtener un efecto significativo. También las ventas electrónicas deberían incluirse como posible canal de comercialización.

Cuadro 2
Tasa de urbanización Chile y Costa Rica 1971 - 2019

Tasa de urbanización Chile y Costa Rica 1971 - 2019						
	1971	1980	1990	2000	2010	2019
Chile	76%	81%	83%	86%	87%	88%
Costa Rica	39%	43%	50%	59%	71%	80%

Fuente: World Bank World Development Indicators, accedido el 05 de noviembre de 2020

Otro canal relevante son comedores de las instituciones públicas, hospitales y hogares de personas adultas mayores. Desde 2015, Costa Rica persigue una estrategia de compras públicas sustentables, y un sello de la AFC podría incluirse como criterio de selección y adjudicación en licitaciones pú-

blicas para la distribución de alimentos en instituciones del estado y servicios de catering en eventos públicos. Significaría que productores con el sello AFC reciben puntos adicionales a la hora de evaluar su oferta, junto con la calidad y el precio del producto.

En Chile, un canal muy relevante para los productores encuestados en la evaluación de 2017/2018 fueron servicios de restauración, hotelería y catering. Esto es otro canal de venta relevante en Costa Rica, dado que muchos costarricenses tie-

nen por costumbre consumir alimentos fuera de la casa. En 2014, un 86 % de los ticos residentes del Gran Área Metropolitana señaló que visitaba restaurantes⁶.

Cuadro 3

Turismo internacional como posible mercado de productos de la Agricultura Familiar (AF) en Costa Rica

Turismo internacional como posible mercado de productos de la AF en Costa Rica		
	Llegadas de turistas (en Miles)	Días de estancia
2015	2 899	11,3
2017	3 231	11,9
2019	3 366	12,6

Fuente: <https://www.e-unwto.org>, accedido el 05 de noviembre de 2020

Finalmente, aunque el grupo meta principal sea la población urbana del país, también el turismo internacional debería considerarse. En el cuadro 4 se pueden ver los datos para las llegadas internacionales de turistas al país. Cabe señalar que el número de extranjeros que visita Costa Rica ha crecido a lo largo de los últimos años, y el tiempo de estadía ha aumentado⁷. Tomando en cuenta que muchos turistas visitan Costa Rica con la visión de un turismo sostenible, se puede esperar que una considerable parte de ellos pudiera dar preferencia a hoteles y restaurantes que ofrecen comidas provenientes de la AFC en armonía con el medio ambiente y la cultura local. Para ciertos productos podría abrirse también un nicho en el mercado internacional, tomando al turismo como “trampo-

lín”. El negocio de Café Britt tenía uno de sus fundamentos en turistas que participaron en un “Coffee Tour” y se suscribieron a un envío de café a sus domicilios internacionales. Hoy día, se puede comprar Café Britt, por ejemplo, en Amazon de Alemania.

Combinar varios canales de comercialización podría implicar que los agricultores puedan notar una ventaja tangible relativamente pronto, asegurando buenos niveles de venta y/o mejores precios. Al mismo tiempo podría ayudar con uno de los retos con el cual todos los sellos de sostenibilidad suelen lidiar: visibilidad y reconocimiento de la etiqueta.

⁶ <https://www.elfinancierocr.com/negocios/aumentan-los-costarricenses-que-comen-fuera-de-casa/NRJJK6BU5EJ3FKDUA5A7MZ37Y/story/>

⁷ No se puede estimar el impacto de la pandemia COVID-19 en el turismo internacional. Es posible que el número de visitantes baje, pero aumente el tiempo de estancia, eso también porque crece el interés por reducir la huella carbono del consumo privado.

3

RECOMENDACIONES Y CUESTIONES PENDIENTES

Experiencias internacionales indican que en una sociedad diferenciada, como es la costarricense, podría haber espacio para un sello AFC. Existe una serie de opciones para desarrollar contenido y procesos. Sin perjuicio de los diálogos entre los grupos interesados, pero reflexionando sobre las experiencias de Chile y otras similares recomendamos:

- Que un sello AFC certifique al productor y no a los productos ni a ambos en conjunto, como es la intención en el SMC de Chile. La gama de productos que la AFC de Costa Rica ofrece es muy variada y certificar calidades de frijol hasta café o plantas ornamentales requeriría todo un sistema complejo y costoso de evaluación de conformidad.
- Un sello AFC debería tener un mensaje inequívoco y relativamente sencillo. Si la idea es promocionar productos de la AFC, este tiene que ser el mensaje que se refleja en un isologotipo, como es el caso del SMC de Chile. Otros aspectos “deseables” del productor, de los productos o de los procesos deberían certificarse aparte, como por ejemplo que sea de agricultura orgánica.
- Un sello de la AFC debería incluir productos procesados, dado que allí es donde hay potencial para mayor valor agregado. Hay que encontrar métodos adecuados para certificar modelos elegibles de organizar la industrialización de productos, que podría bien ser una cooperativa de pequeños productores, pero también otros modelos asociativos.
- Finalmente, es importante que el proceso de certificación sea robusto y al mismo tiempo suficientemente simple para no incurrir en demoras y costos demasiado altos. Una opción consiste en asignar la tarea de certificación al Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica (INTECO); otra sería la oficina en Costa Rica de FLO Cert. En ambos casos, se podría sacar provecho de capacidades relacionadas con la certificación de unidades productivas.

CONSIDERACIONES FINALES

La crisis internacional relacionada con la pandemia covid-19 enseña que una sociedad corre riesgos si depende demasiado de relaciones y redes globalizadas. Europa lo ha experimentado con la no-disponibilidad de algunos productos farmacéuticos. Costa Rica, por lo menos, corre el riesgo de que ingresos por el turismo internacional y algunas agroexportaciones pudieran perder ímpetus a largo plazo. Esto afectaría particularmente a las zonas rurales y su gente. Fortalecer cadenas cortas de suministro de alimentos –no como alternativa, sino como complemento a las exportaciones– es indicado para estabilizar el campo y evitar que la gente que radica allí se aleje más del consenso democrático y progresista que ha distinguido a Costa Rica por mucho tiempo. Un sello para la AFC, en grandes rasgos discutido en este documento, no será suficiente, pero sí podría tener efectos de apalancamiento importantes. Y no es una medida que requeriría de fuertes inversiones estatales, que definitivamente es una importante ventaja, considerando la situación fiscal precaria del país.

ACERCA DEL AUTOR

El **Dr. Andreas Stamm** es geógrafo económico con especialización en el desarrollo territorial tanto en el Sur como en el Norte, cadenas de valor y cómo asegurar altos estándares sociales y medioambientales a través de normas voluntarias y regulaciones obligatorias, compras públicas sostenibles, ciencia, tecnología e innovación y sistemas de calidad para el desarrollo sostenible. Ha trabajado en Alemania, Costa Rica, Etiopía, Argentina, Sudáfrica y Sri Lanka.

IMPRESIÓN

Friedrich-Ebert-Stiftung (FES)
Costa Rica
costarica@fesamericacentral.org
www.fesamericacentral.org

Responsable:
Mirko Hempel
Representante Fundación Friedrich Ebert para Costa Rica, El Salvador y Panamá

Coordinador:
Marco Zamora
m.zamora@fesamericacentral.org

San José, noviembre, 2020

SOBRE ESTE PROYECTO

En 1965 la Friedrich-Ebert-Stiftung (FES, Fundación Friedrich Ebert) abre en Costa Rica su primera oficina en la región centroamericana. El 23 de julio de 1965 se firma el Convenio de Cooperación entre el Gobierno de Alemania y el Gobierno de Costa Rica. El 1° de setiembre de 1980 se aprueba la Ley no.6454 que lo ratifica. Por más de 55 años la Fundación en Costa Rica ha desarrollado sus actividades como plataforma de diálogo, análisis político y de asesoría política. La participación de múltiples actores y el fortalecimiento de la democracia social son bases de la cooperación realizada con instituciones sociales y políticas costarricenses.

En la actualidad, la Fundación Friedrich Ebert, a través de su oficina en Costa Rica, desarrolla los dos proyectos de trabajo regional de la FES en América Central. Por un lado, El Proyecto Transformación Social Ecológica, que busca contribuir al fortalecimiento de las capacidades de gobierno

democrático y social, aportar contenidos y apoyar diálogos hacia una economía social y ecológicamente sostenible, elaborar propuestas de modelos de desarrollo alternativo, y una política fiscal como instrumento de justicia social y de igualdad de género. Por otro lado, el Proyecto Juventudes Progresistas, que ofrece espacios de formación y fortalecimiento de liderazgos en las juventudes, e impulsar estos liderazgos para participar de manera más efectiva en proceso de defensa de la democracia y los Derechos Humanos.

El concepto de planificación y las actividades de la FES en red de las seis oficinas centroamericanas consiste en la coordinación, el intercambio y la articulación regional con implementación nacional.

Para más información, consulte
[http:// www.fesamericacentral.org](http://www.fesamericacentral.org)

AGRICULTURA INCLUSIVA Y SOSTENIBLE EN COSTA RICA

Un sello para promover el comercio solidario



En comparación con otros países de Latinoamérica, Costa Rica tiene buenos indicadores de crecimiento económico y desarrollo social. Históricamente ha logrado combinar un crecimiento hacia el interior con un uso inteligente de las opciones que los mercados internacionales ofrecen. En las últimas décadas, el país ha experimentado un fuerte cambio estructural, con nuevas actividades de exportación que generan puestos de empleo bien remunerado y una urbanización acelerada. Mientras ha permitido sólidas tasas de crecimiento económico, ha implicado también un incremento en la desigualdad social y mayores disparidades territoriales. Una considerable parte de la población que radica en las zonas rurales de Costa Rica se siente desacoplada de la dinámica y ha perdido confianza en el sistema político. Esto pone en peligro la gobernabilidad del país. El documento propone un sello para la agricultura familiar del país, como un instrumento para fomentar la cohesión social y territorial.



Un sello que destaca el origen campesino de productos agrícolas y agroindustriales puede permitir, a los productores, competir con productos importados y asegurar canales de venta atractivos y con buenos precios. Puede también tener un importante valor simbólico, transmitiendo el mensaje de solidaridad e identidad compartida entre la población urbana y las zonas rurales. Con el objetivo de que los productores perciban cambios positivos en el futuro cercano, se deberían atender varios canales de venta simultáneamente, concretamente supermercados, hoteles, restaurantes, comercio electrónico y el turismo. El proceso de certificación debería ser robusto y al mismo tiempo sencillo, para evitar demoras y costos elevados.

Más información sobre el tema aquí:
<https://www.fesamericacentral.org>