



Ingeniero agrónomo
y consultor (geovany.
delgado@gmail.com)

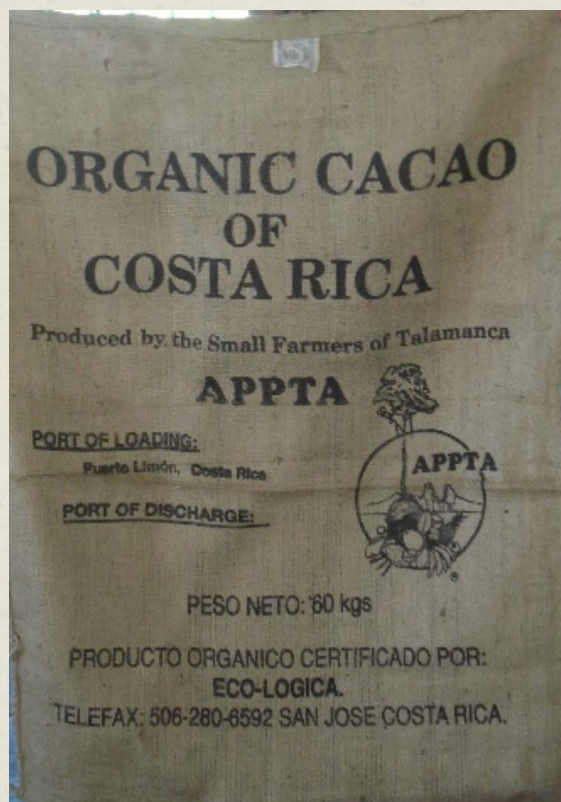
Certificación de productos orgánicos: mitos y realidades

..... || Giovanni Delgado Hidalgo ||



Las certificaciones agrícolas llegaron para quedarse. La independencia de criterio aporta mayor credibilidad y confianza para asegurar los requisitos de calidad de un bien o servicio, especialmente cuando quien lo produce y quien lo consume están separados o no se conocen. Implican costos, tanto externos como internos, pero en muchos casos son una herramienta que marca la diferencia entre poder vender y competir o quedar fuera del mercado. Existen mitos y realidades acerca de las certificaciones agrícolas —especialmente de agricultura orgánica, comercio justo, buenas prácticas agrícolas y sostenibilidad— que vale la pena aclarar. Este artículo aborda algunos de los más comunes.

“Certificación” es un proceso de evaluación mediante el cual se confirma si un producto o proceso cumple con requisitos o normas previamente establecidos. Debe ser un proceso independiente; es decir, la entidad que certifica no debe tener intereses en el producto evaluado. En el sector agrícola, la certificación se ha vuelto indispensable, sobre todo para mercados internacionales, cuando se busca diferenciar un producto como orgánico, de comercio justo, sostenible o producido bajo buenas prácticas agrícolas.



A lo largo de mi trayectoria profesional he tenido la oportunidad de participar en distintos eslabones del proceso de certificación: he sido productor orgánico certificado y no certificado, encargado de un sistema de control interno, inspector, certificador, consultor, comercializador y consumidor. También he colaborado en procesos de evaluación de empresas certificadoras, apoyando a los entes responsables de su acreditación. Esta experiencia amplia y diversa, sumada a los aprendizajes compartidos con colegas a lo largo de los años, me ha permitido identificar los mitos y realidades más recurrentes en torno a la certificación de productos agrícolas. A partir de esta perspectiva, presento en

este artículo una síntesis de esos temas que considero especialmente relevantes para comprender mejor el papel, los desafíos y el valor de la certificación, con énfasis en lo orgánico y el comercio justo.

Mito o realidad 1: “Las empresas certificadoras nos imponen sus normas”

Esto no es correcto. Las agencias certificadoras no elaboran las normas ni obligan a nadie a certificarse. Estas regulaciones son definidas por las autoridades competentes de los países destino (como el USDA para National Organic Program -NOP). Las certificadoras interpretan y aplican las normas, pero no las crean.

Resumen: no imponen normas; su trabajo es aplicarlas correctamente.

Mito o realidad 2: “Las certificadoras piden requisitos sin sentido”

El contenido de las normas no depende de las certificadoras. Sin embargo, sí deben contar con personal técnico competente que conozca la cultura, el cultivo y la realidad local. Un inspector mal preparado puede afectar la confianza del productor y el proceso. En la práctica, a pesar de que los principios sean los mismos, no se puede aplicar el mismo nivel de exigencia documental a un productor indígena que no sabe leer o escribir, que a un productor piñero mediano que cuenta con tecnología y acceso a otros medios, o a una empresa transnacional exportadora de banano que cuenta con un equipo de profesionales dedicados exclusivamente al manejo de las certificaciones y gestión de la calidad.

Conocí el caso de un inspector extranjero que vino a Costa Rica a ver unas fincas para certificar; no hablaba bien español ni tenía idea del clima y condiciones de la zona; sólo caminaba, tomaba puñados de tierra del cafetal, los olía y gesticulaba negativamente con su cabeza sin decir nada. Esto es un ejemplo de qué tanto puede influir (positiva o negativamente) la competencia del personal técnico. Un personal competente está en el deber de “aterrizar” los requisitos o normas a la realidad.

Resumen: las certificadoras deben exigir lo establecido, pero con personal idóneo que aplique los criterios de manera contextualizada.

Mito o realidad 3: “La certificación es cara”

Toda certificación tiene costos, no por culpa de las certificadoras, sino por los procesos de acreditación y verificación que estas deben cumplir. La creación de certificadoras locales redujo costos en América Latina, pero siempre habrá gastos que deben cubrirse. Con la consolidación de iniciativas locales de certificación (MAYACERT en Guatemala, ARGENCERT y OIA en Argentina, BOLICERT en Colombia, Eco-LOGICA en Costa Rica, entre otras), se formaron inspectores locales con mayor conocimiento de la realidad local y regional vigente, y se dio una mayor competencia por precios, logrando una reducción importante de éstos. Sin embargo, actualmente alguien debe cubrir este costo. O

el consumidor, o el productor, o las agencias de cooperación, o los gobiernos, o bien algunos o todos ellos.

Para que su certificación sea reconocida en los mercados destino, las empresas certificadoras deben someterse a rigurosos procesos de acreditación nacional e internacional, y eso suma costos importantes a la cadena. En el caso de Costa Rica, toda empresa certificadora debe estar acreditada ante las autoridades nacionales (Ministerio de Agricultura a través del Ente Costarricense de Acreditación, ECA), y si desea certificar para mercados internacionales, debe pagar una acreditación para cada mercado (ejemplo, *National Organic Program* -NOP- en Estados Unidos, JAS en Japón). Por tanto, normalmente un alto porcentaje de los cobros que realiza una empresa certificadora es para pagar sus propias acreditaciones y poder así estar habilitada para ofrecer el servicio. Sin acreditaciones, la certificación no tiene valor.

Resumen: la certificación tiene un costo inevitable; el debate es quién debe asumirlo.

Mito o realidad 4: “Las certificadoras se hacen millonarias a costa de los productores”

Algunas certificadoras ofrecen su servicio a un alto volumen de clientes; en casos como estos, se puede dar la economía de escala, y podrían generar mejores dividendos que las compañías certificadoras más locales. Pero me atrevería a decir que ninguna de estas empresas (incluso

si juntásemos todas las certificadoras orgánicas del mundo en un solo grupo) van a aparecer en el grupo de las empresas más ricas del país o del mundo. Respecto a que sea a costa de los productores, depende de quién pague finalmente la certificación (el comprador, una ONG, etc.; lo que sí es razonable es que el precio del producto final incluya estos costos. Sus ingresos deben cubrir personal, auditorías y acreditaciones.

Resumen: el negocio no es “millonario”; es un servicio que debe ser sostenible.

Mito o realidad 5: “La certificación es pura papelería”

Los requisitos para obtener la certificación son diversos; la mayoría de ellos son de campo y manejo, así como de

documentación. Por ejemplo: por medio de la revisión de registros de compras de insumos y aplicaciones en campo, se puede evaluar si dichas prácticas cumplen con las normativas establecidas. Se debe reconocer que, entre más compleja es la organización o empresa, será más complejo el mantenimiento de registros. Es importante lograr manejar los registros y documentación al menor costo y con la menor papelería posible. Entonces, la documentación es una parte necesaria, pues permite verificar el cumplimiento. Entre mayor sea la escala y complejidad de la empresa, mayor documentación se requiere.

Resumen: la documentación es necesaria, pero debe gestionarse de forma eficiente.



Mito o realidad 6: “A los certificados sí nos controlan, pero a los no certificados no”

A los productores certificados nos controlan, nos cobran, nos sancionan, mientras los que no se certifican pueden etiquetar su producto como orgánico y los dejan hacer lo que quieran. He visto esta realidad ocurrir, y esto no es justo para los productores certificados. Las certificadoras no tienen la potestad de obligar a un productor a certificarse. Existen por reglamento otros organismos encargados del control a nivel nacional (esto puede variar en cada país), pero evidentemente no se ha dado lo que se conoce en inglés como “enforcement”, esto debido en parte a deficiencias de coordinación interinstitucional, por lo cual la ley que está hecha para todos, no se les aplica a todos, sino para los que voluntariamente se acogen a ella. Este es un asunto de priorización estatal y de voluntad política, así como de falta de comprensión por parte de las máximas autoridades.

Por tanto, un productor orgánico certificado está en desventaja con uno “orgánico no certificado” porque el segundo puede etiquetar sin ser sancionado, no debe pagar la certificación y quizás hasta cobrar su producto como “certificado” sin ninguna consecuencia. Las instituciones a cargo (MAG-MEIC) están en deuda con el sector, porque no han asumido la responsabilidad de un verdadero y completo control de la actividad y se tiran la bola la una a la otra.

Resumen: en muchos países existe una falta de fiscalización adecuada para quienes usan el término “orgánico” sin certificarse. Esto genera desventaja para quienes sí cumplen. Por tanto, se requiere mayor control estatal para evitar competencia desleal.

Mito o realidad 7: “La certificación es solo para exportación”

Para mercados internacionales, por ejemplo, es un requisito inevitable. A nivel nacional es en teoría necesario certificarse si se quiere nombrar el producto como “orgánico” (ej. un supermercado; sin embargo, como se mencionó anteriormente, el control se da sobre quienes se certifican, pero los que no lo hacen pueden igualmente etiquetar su producto sin mayor consecuencia. Ante dicha situación, está la opción de la certificación participativa (también permitida por ley), o bien la opción de la confianza mutua entre productor y consumidor, y la opción de idear nuevos conceptos que no tengan que estar ligados a un proceso de certificación formal. Si usted como consumidor conoce a su proveedor, conoce su finca, y confía, la certificación no suma porque ya la confianza existe.

Resumen: depende del mercado, para exportar la certificación es obligatoria; para mercado local de bajo volumen y menos formal, así como venta directa, lo primero es la relación productor-consumidor, por lo que la certificación formal para mercados locales puede no ser necesaria.

Mito o realidad 8: “La certificación no asegura al 100% que un producto sea orgánico”

No hay sistema infalible. La certificación se basa en un muestreo, el inspector visita la finca una o dos veces por año. Como todo proceso de verificación, puede fallar, pero hay que recordar que también los organismos certificadores son auditados por los acreditadores, precisamente para evitar que esto suceda.

Resumen: es un sistema serio y controlado, aunque no perfecto.

Mito o realidad 9: “La certificación es una estafa”

Un productor me contó que un certificador llegó, no hizo nada y le cobró 2 mil dólares. Si se da una situación en la que esté involucrada mala praxis intencional, lo conveniente es realizar las denuncias del caso (a las autoridades competentes).



Resumen: casos de mala praxis deben denunciarse ante las autoridades. Una mala experiencia no invalida el sistema completo.

Espero que esta exposición haya aportado. Curiosamente, en todos los seminarios, congresos y talleres relacionados con agricultura orgánica en los que he participado —sin excepción— la discusión termina girando alrededor de la certificación. Lo llamativo es que, con el paso de los años, los debates siguen tocando los mismos temas y problemas (varios de los cuales mencioné en este artículo), lo que sugiere que no hemos avanzado lo suficiente en resolverlos, aun cuando en muchos casos sí sería posible hacerlo. ¿Será que llegó el momento de analizar y actuar de forma distinta para poder avanzar? ¿Será que nos hemos agotado intentando resolver asuntos que no siempre están

bajo nuestro control, aplicando métodos tradicionales de pensamiento y solución?

Los temas abordados nos colocan frente al reto principal: lograr que la certificación, cuando sea necesaria, se convierta en una herramienta accesible, realista y adecuada para los diferentes segmentos de la cadena productiva, y que el productor pueda verla como un valor agregado y no como un “dolor de cabeza adicional”.