



La agricultura costarricense se reinventa frente a la pandemia del COVID-19

El sector agro produce alrededor del 70 % de la canasta básica alimentaria. Este porcentaje incluye prácticamente el 100 % de las frutas, hortalizas, carnes y lácteos que se consumen en Costa Rica. Anel Kenjekeeva

Las plataformas de comercio electrónico están logrando acercar a productores y consumidores en una relación más directa y justa

16 MAY 2020 Ciencia y Tecnología

Felicia Rodríguez González, enfermera de profesión y hoy agricultora a tiempo completo, decidió hace un año incursionar en la venta de productos orgánicos en línea y así darle un empujón al negocio familiar. Con la llegada del COVID-19, su página enraizadas.com sirve de plataforma para que 30 familias dedicadas a la agricultura orgánica comercialicen su producto de forma justa.

El negocio en línea que emprendió junto a su amiga Adriana Campos Esquivel, gestora ambiental, también se ha convertido en una fuente de ingresos para varias personas que, debido a la pandemia, se quedaron sin trabajo y ahora se dedican a entregar los pedidos a sus clientes en toda la zona de Occidente y parte de la GAM.

El caso de Felicia y Daniela es un ejemplo del cambio que el COVID-19 está impulsando en el sector agrícola nacional y que a la larga podría convertirse en el nuevo modelo de

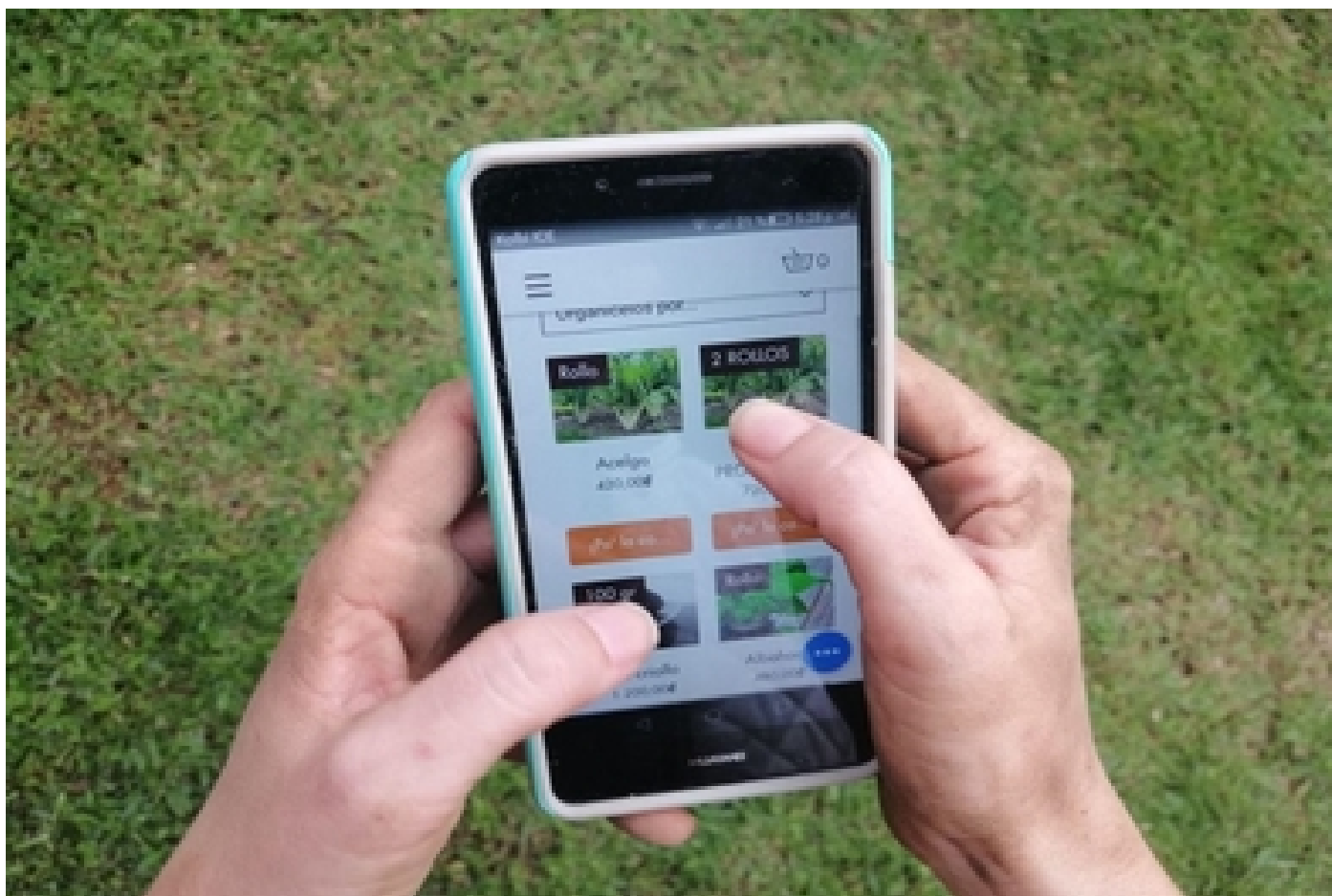
agronegocios, en el que por fin los productores y productoras sean quienes reciban la mayor parte de las ganancias por su trabajo.

Más mercados de cercanía y menos intermediarios

Para el director de la Escuela de Economía Agrícola y Agronegocios de la UCR, Mag. Enrique Montenegro Hidalgo, el comercio electrónico es una excelente alternativa para los productores agropecuarios, quienes hasta la fecha han estado sujetos a modelos de comercialización que les obliga a asumir todos los riesgos de la producción, pero que solo les permite obtener, a lo sumo, un 30 % de ganancias sobre el valor del producto.

“El COVID nos está demostrando que el modelo que teníamos estaba mal y que en realidad tenemos que apostar ahora por tener mercados de cercanía, acortar las cadenas de distribución y tener menos intermediarios”. “Entre menos eslabones tengamos en la cadena todos se benefician. El productor gana más y el consumidor paga menos”, acotó el especialista en economía agrícola.

LEA TAMBIÉN: [Voz experta: Es hora de impulsar un sector agrícola competitivo y vigoroso para salir de la crisis](#)



Las plataformas de comercio electrónico han cobrado relevancia en el marco de la pandemia, ya que permiten la compra y entrega de productos con el mínimo contacto físico entre personas. Al mismo tiempo, acercan a productores y consumidores en una relación más directa. Foto: Katzy O'neal C.

Montenegro explicó que uno de los grandes problemas que ha enfrentado el sector en los últimos 50 años, además de la falta de acceso al crédito, es la existencia de largas cadenas de comercialización en las cuales los intermediarios son los que obtienen las mayores ganancias sin asumir ningún riesgo ni aportar ningún valor al producto.

Según estimaciones realizadas por el Consejo Nacional de Producción (CNP) en el año 2015, los productores primarios obtienen entre un 10 % y 30 % de margen de utilidad, la agroindustria entre un 30 % y 45% y los intermediarios ganan hasta un 30 % o 50 % sobre el valor del producto. A esto se suma que **la mayor parte de la producción agropecuaria para consumo local, alrededor del 70 %, es comercializada por dos grandes cadenas de supermercados** que son las que fijan los precios al productor.

Un sector pujante

La situación actual ha provocado variaciones en la demanda y cambios en las cadenas de distribución debido a las medidas restrictivas que impone la pandemia, según informó el Ministro de Agricultura y Ganadería Renato Alvarado a inicios de abril. No obstante, el sector agrícola sigue produciendo eficientemente y buscando formas de abastecer a los consumidores de una forma segura, siguiendo las recomendaciones del Ministerio de Salud.

“Si en estos meses de pandemia no ha fallado la disponibilidad de alimentos en Costa Rica, ha sido por el trabajo tenaz, y a menudo no reconocido, de los agricultores y agricultoras”, reconoció el decano de la Facultad de Ciencias Agroalimentarias de la UCR, el Dr. Luis Felipe Arauz, quien destacó que **el sector agro de nuestro país produce alrededor del 70 % de la canasta básica alimentaria.**

Al respecto, el profesor Enrique Montenegro coincidió con el criterio de Arauz sobre la gran capacidad productiva del sector: “El país históricamente ha sido un excelente productor agropecuario y lo sigue siendo, pero el tema más preocupante para nuestros productores en este momento es la logística”.

ADEMÁS: [Huertas urbanas: autoabastecimiento durante la pandemia por el COVID-19](#)



"Para los pequeños productores, siempre el tema ha sido la comercialización, lleva tiempo, gastos y ha sido muy injusta. Para nosotras, es algo trascendental que al productor se le reconozca su trabajo", Felicia Rodríguez, agricultora orgánica y emprendedora de comercio electrónico. Foto: Pilar Vásquez.

En este contexto de pandemia, han surgido iniciativas como "La caja del agricultor" de la Corporación Hortícola Nacional (CHN), que rápidamente se adaptó a la nueva realidad ofreciendo canastas de productos varios a los consumidores mediante compra directa a través de una plataforma digital y utilizando como medio de transporte una aplicación ya existente.

En un mes de operaciones (entre abril y mayo), por medio de su plataforma virtual, la corporación incorporó en su catálogo 150 productos frescos cultivados por unos 100 agricultores y agricultoras, y ha generado ventas por 10 millones de colones, según detalló Gabriela Víquez, directora ejecutiva de la CHN.

"La parte más importante de esas ventas es que de eso nosotros trasladamos un 70 % para el pago a nuestros agricultores", acotó Víquez. Para ella, la pandemia ha venido a impulsar cambios y transformaciones que requiere el mercado para que los agricultores puedan mantenerse activos y reciban un pago justo por sus productos. Al mismo tiempo, los consumidores se benefician al recibir productos recién cosechados que tendrán mayor duración.

Para Montenegro, este tipo de iniciativas que han surgido debido al COVID-19 **permiten acortar las cadenas de distribución, favoreciendo al productor y haciendo que el transportista gane por el servicio que brinda y no sobre el valor del producto como suele ocurrir.** Esto, además, beneficia al consumidor, porque paga un precio justo por la comida que recibe en la puerta de su casa.

De la finca al agronegocio

Finalmente, Montenegro recomienda a los agricultores y agricultoras **dar el paso de tener una finca a convertirla en un agronegocio**, que empiecen a tomar decisiones con base en las necesidades del mercado, comprendiendo las nuevas dinámicas e incorporando las nuevas tecnologías como parte de su negocio.

Para lograr esto en un sector donde la edad promedio de los agricultores ronda los 57 años, resulta necesario un relevo generacional, donde los hijos e hijas de los agricultores, como Felicia y Adriana, tomen la batuta de la mano de la tecnología para convertir las fincas de sus padres y abuelos en verdaderos agronegocios que sean atractivos como modo de vida.

Precisamente, el COVID-19 podría ser la motivación que lleve a una nueva generación de agricultores y agricultoras a revolucionar la agricultura costarricense y a recuperar el valor de la producción de alimentos, una actividad fundamental para sustentar la vida en el planeta.





[Katzy O'neal Coto](#)

Periodista, Oficina de Divulgación e Información

Áreas de cobertura: ciencias agroalimentarias y medio ambiente

katzy.oneal@ucr.ac.cr

Etiquetas: [agricultura](#), [economía](#), [covid-19](#).