

## INFORMACION ASIMETRICA Y ACTIVOS ESPECIFICOS EN LA AGRICULTURA ORGANICA: UNA INTERPRETACION NEOINSTITUCIONAL

Ricardo Castillo López  
Hilda Alejua Álvarez

Profesores  
Decanato de Ingeniería Agronómica  
UCLA

### RESUMEN

**E**l objetivo del presente trabajo es analizar las posibles consecuencias de la *información asimétrica* y los *activos específicos* en las actividades económicas relacionadas con la agricultura orgánica, haciendo uso del marco teórico de la economía neoinstitucional. Para lograr el objetivo propuesto, el trabajo ha sido estructurado de acuerdo al siguiente esquema: En primer lugar, se revisan los planteamientos de la economía neoinstitucional, destacando las implicaciones de los *costos de transacción* en el desenvolvimiento de las actividades económicas. Posteriormente, se realiza una interpretación neoinstitucional de la agricultura orgánica, resaltando dos aspectos fundamentales: Por un lado, la relación existente entre la *información asimétrica* de la agricultura orgánica y la necesidad de *certificación* de esos productos, y, por el otro, la *especificidad de los activos* de esos sistemas productivos. Por último, se analizan las posibles consecuencias de los aspectos revisados, en la dinámica económica relacionada con las referidas actividades productivas. Dentro de los resultados se puede decir que el análisis de la agricultura orgánica desde esta perspectiva teórica, permite evidenciar que ese sector productivo presenta una proporción de *activos específicos* involucrados mayor que la agricultura “tradicional”. Ese aspecto, si bien podría disminuir la tendencia al *comportamiento oportunista* por parte de los productores agrícolas, también implica mayores riesgos relacionados con el mercado de ese tipo de productos.

**Palabras claves:** Economía neoinstitucional; Costos de transacción; Agricultura orgánica; Activos específicos; Información asimétrica.

## SUMMARY

The objective of the present work is to analyze the possible consequences of *the asymmetric information* and *the specific assets* in the economic activities related to organic agriculture, making use of the theoretical frame of the neoinstitutional economics. In order to obtain the proposed objective, the work has been structured according to the following scheme: In the first place, the expositions of the neoinstitutional economy are reviewed, emphasizing the implications of *the transaction costs* in the unfolding of the economic activities. Later, an neoinstitutional interpretation of organic agriculture is made, emphasizing two fundamental aspects: On the one hand, the relation existing between *the asymmetric information* of organic agriculture and the necessity of *certification* of those products, and, by the other, *the specificity of the assets* of those productive systems. Finally, the possible consequences of the reviewed aspects are analyzed, in the economic dynamics related to the referred productive activities. The analysis of organic agriculture from this theoretical perspective, allows to demonstrate that productive sector presents a proportion of *involved specific* assets greater than "traditional" agriculture. That aspect, although could to diminish the tendency to *the opportunistic behavior* on the part of the agricultural producers, also implies greater risks related to the market of that type of products.

*Key words:* Neoinstitutional economics;  
Transaction cost; Organic agriculture;  
Specifics asset; Asymmetric information.

## Asymmetric information and Specific assets in organic agriculture.

Ricardo Castillo Lopez  
Hilda Alejua Alvarez

Professors  
Decanato de Ingeniería Agronómica  
UCLA

## INTRODUCCION

**En** las últimas décadas, la caída de los precios de los productos agrícolas en los mercados internacionales ha causado un progresivo deterioro de las condiciones de vida de los agricultores de los países en desarrollo. Sumado a ese problema, la disminución paulatina de la intervención del Estado en sus economías ha puesto en peligro las posibilidades de reproducción de los procesos productivos, que no sólo constituyen la única fuente de generación de ingresos sino que, además, representan el “modo de vida” de tales agentes.

El escenario planteado ha propiciado la búsqueda de alternativas que pudieran permitir combatir la pobreza en el medio rural de los países en desarrollo, y, dentro de éstas, se ha fijado la atención en las oportunidades que parecieran derivarse de la agricultura orgánica. Esa especial atención en este tipo de agricultura parece descansar en el hecho de que “*bajo ciertas condiciones, la adopción de métodos de producción orgánica puede tener resultados positivos en el ingreso de los pequeños agricultores y en el de los asalariados rurales*” (FIDA, 2003: 1). De esta forma, en opinión del FIDA (2003), la producción orgánica podría constituir una alternativa interesante para los pequeños productores y, por lo tanto, debería ser considerada como una opción adicional dentro del menú de alternativas con que cuentan los proyectos de desarrollo agrícola y rural.

Sin embargo, desde nuestro particular punto de vista, la referida propuesta pareciera pasar por alto algunas características propias de los mercados de productos orgánicos, relacionados con la *información asimétrica* y la *especificidad de los activos* cuyas consecuencias podrían hacer insostenible, en el largo plazo, el logro de

los objetivos de los programas de esa naturaleza. Es por ello que, el objetivo del presente trabajo es analizar las posibles consecuencias de la *información asimétrica* y los *activos específicos* en la agricultura orgánica, desde la perspectiva teórica de la economía neoinstitucional. La selección del referido enfoque teórico se sustenta en el hecho de que la agricultura orgánica se basa en la presencia de *atributos de confianza* y, además, presenta una considerable proporción de *activos específicos* involucrados en el respectivo proceso productivo; ambas categorías conceptuales, así como las implicaciones de las mismas en el desenvolvimiento económico, pueden ser analizadas desde esa perspectiva teórica.

Para lograr el objetivo propuesto, el trabajo ha sido estructurado de acuerdo al siguiente esquema metodológico: En primer lugar, se revisan los planteamientos de la economía neoinstitucional, destacando las implicaciones de los costos de transacción en el desenvolvimiento de las actividades económicas. Posteriormente, en una segunda etapa, se realiza una interpretación neoinstitucional de la agricultura orgánica, resaltando dos aspectos fundamentales: por un lado, la relación existente entre la *información asimétrica* de la agricultura orgánica y la necesidad de *certificación* de esos productos, y, por el otro, la *especificidad de los activos* de esos sistemas productivos. Por último, se analizan las posibles consecuencias de los elementos revisados, en la dinámica económica relacionada con las referidas actividades productivas.

### LOS PLANTEAMIENTOS DE LA ECONOMÍA NEOINSTITUCIONAL.

Los supuestos en que se apoya el planteamiento teórico de la economía

neoinstitucional son cinco, a saber: 1) la existencia de información incompleta y asimétrica; 2) la racionalidad limitada de los agentes; 3) el comportamiento oportunista; 4) la incertidumbre en el entorno de las transacciones, y, 5) la existencia de activos específicos.

El planteamiento de la teoría neoinstitucional parte del supuesto de que la información acerca de las condiciones del mercado es incompleta y, además, está distribuida de manera asimétrica entre los agentes económicos. Lo anterior se sustenta en que la producción, adquisición y procesamiento de la información es costosa, ya que los mercados no la proporcionan adecuadamente (Ayala, 1999). El supuesto de la *información incompleta y asimétrica* contradice un supuesto fundamental de la teoría neoclásica, *la información perfecta*, el cual es considerado el sustento fundamental de todo el “edificio” teórico sobre el que se ha construido “la corriente principal” de la teoría económica.

La *información incompleta* se presenta en los mercados debido a que los precios no transmiten toda la información que se requiere para llevar a cabo el intercambio, lo que, a su vez, aumenta la incertidumbre y los riesgos relacionados con los intercambios y posibilita la formación de mercados incompletos y segmentados.

En lo que se refiere a la *información asimétrica*, esta obedece al hecho de que un grupo de individuos involucrados en el intercambio de ciertos bienes tiene acceso más fácil a la información, y debido a esa ventaja, tendrá mayor poder de negociación porque está mejor informado que su contraparte (Coase, 1994).

En relación a la racionalidad, y en abierta

oposición al planteamiento de la *racionalidad sustancial* de la economía neoclásica, el supuesto en que se apoya la economía neoinstitucional es que los agentes económicos están sujetos a una "*racionalidad limitada*", de modo que, aunque su comportamiento es intencionalmente racional, éste presenta ciertas limitaciones debido, entre otras cosas, a la elección entre un número limitado de alternativas posibles, al conocimiento imperfecto de las consecuencias de cada elección, y, a la dificultad de estimar el valor de las consecuencias (Simon, 1986).

Con respecto al *comportamiento oportunista* puede señalarse que implica la revelación incompleta o distorsionada de la información por parte de los agentes, enfatizando, especialmente, los esfuerzos premeditados para distorsionar, ocultar, engañar o confundir a los otros agentes que participan en las transacciones (Williamson, 1989).

En cuanto a la *incertidumbre*, ésta se refiere al riesgo de posibles modificaciones en el número y medida de las diversas actividades planteadas en una transacción. En opinión de Rodríguez (1999), en un entorno de incertidumbre, el cumplimiento de lo pactado en la transacción es dificultado por el frecuente cambio de fechas, precios, condiciones o cantidades; estos cambios implican frecuentes modificaciones de los acuerdos, lo que a su vez conlleva incrementos de costos.

El último supuesto es el de la existencia de *activos específicos*. Williamson (1989) los define como aquellas inversiones que se realizan en apoyo a las transacciones particulares, cuyo costo de oportunidad es mucho menor en los mejores usos alternativos si la transacción original se termina prematuramente. El problema de las transacciones apoyadas por inversiones en

*activos específicos* es que experimentan efectos de “encerramiento” debido a que no pueden cambiarse de lugar o de uso sin sacrificar su valor productivo.

Como es lógico pensar, para llevar a cabo las transacciones bajo las condiciones supuestas por la economía neoinstitucional, es necesario que los agentes económicos realicen un conjunto de actividades, que incluyen, entre otras, las siguientes: La búsqueda de información sobre la distribución del precio y calidad de los productos así como de compradores y vendedores potenciales; la búsqueda de información sobre la mejor forma de establecer las transacciones; la implementación de mecanismos de control para saber si las partes respetan o no los términos de los acuerdos; el establecimiento de las previsiones necesarias por el posible incumplimiento; la protección de los derechos de propiedad contra el abuso de terceros (Eggertsson, 1995). La lógica de llevar a cabo ese conjunto de actividades es que realizar transacciones a través del mercado implica muchos riesgos para los agentes, entre los que vale la pena mencionar: El riesgo de no conseguir otro agente para realizar las transacciones; el riesgo de que una de las partes intente vender productos de mala calidad a precio de productos de calidad superior; el riesgo de que las relaciones con los otros agentes terminen antes de la amortización total de los activos específicos, y, el riesgo de que los agentes no cumplan con los plazos pautados.

Por supuesto, ese conjunto de actividades necesarias para llevar a cabo las transacciones, genera costos para los agentes, que se han denominado en el enfoque neoinstitucional, costos de transacción. La magnitud de estos costos dependerá, evidentemente, del conjunto de actividades que cada agente deba realizar

para disminuir los riesgos de llevar a cabo los intercambios en el mercado. Para un análisis detallado de las implicaciones de los costos de transacción, consideramos conveniente dividirlo en dos grupos: 1) las implicaciones en el comportamiento de los empresarios, y, 2) las implicaciones en el comportamiento del consumidor. La revisión de cada una de ellas se realiza seguidamente.

#### **LAS IMPLICACIONES DE LOS COSTOS DE TRANSACCIÓN EN LA CONDUCTA DE LOS EMPRESARIOS**

Williamson (1989) señala que la magnitud de los *costos de transacción* depende, fundamentalmente de dos aspectos: 1) de la frecuencia con que se realicen los intercambios, y, 2) de la magnitud de las inversiones específicas involucradas en las transacciones. En este sentido, el referido autor sostiene que cuando las transacciones no incluyen inversiones en *activos específicos*, la mejor manera de realizar los intercambios es a través del mercado ya que los costos de transacción relacionados con la búsqueda de información son relativamente bajos. Esto se debe a que, al tratarse de activos de uso general, la información relativa al comportamiento de los otros agentes con los cuales se lleva a cabo la transacción es irrelevante, dado que, en caso de que el mismo se comporte de manera oportunista, la relación de intercambio se suspende sin pérdida de valor de los recursos involucrados. Pero, a diferencia de las anteriores, *en las transacciones que involucran inversiones en activos específicos, los intercambios a través del mercado no son, en opinión del mencionado autor, satisfactorios.* Esto es debido a que, una vez que se acuerda realizar un intercambio, los propietarios de tales inversiones tienen fuertes motivaciones para continuar la relación, ya que la transferencia de tales activos a otros usos traería pérdidas para

ese agente. Además, el propietario de los activos específicos tiene que asegurarse de que las relaciones de intercambio continúen, por lo menos, hasta la amortización total de dichas inversiones. Este hecho, por supuesto, eleva los costos de transacción relacionados con la búsqueda de información y con el establecimiento de mecanismos de control que garanticen que, una vez que se acuerda un intercambio, la otra parte no tendrá un comportamiento oportunista, apropiándose de las *cuasi rentas* que pudieran generarse.

Tal como se señaló, al existir inversiones específicas involucradas en una transacción, puede motivarse el comportamiento oportunista de algunos agentes. De allí que el mercado podría resultar poco satisfactorio para realizar transacciones que involucren activos específicos. Debido a ello, los agentes pueden disminuir esos riesgos a través de formas alternativas de organización de los intercambios. Una de estas formas alternativas es la *integración vertical*, en donde dos o más fases sucesivas de un sistema de producción se integran dentro de una *empresa* para coordinarse internamente. Por supuesto, esa forma de organización alternativa podría ser relativamente costosa (pues involucra costos administrativos) por lo que su creación debe justificarse a través de la comparación entre lo que ahorra (los costos de transacción) y lo que cuesta (los costos de administración). Si la comparación entre los beneficios y los costos de la integración vertical, es decir, de la creación de una empresa, no es favorable, se recurriría al uso de formas de organización intermedias entre el mercado y la empresa, esto es, a *los contratos* (Williamson, 1996).

Del planteamiento anterior puede derivarse que el modo de coordinación vertical de los intercambios depende, fundamentalmente, de los costos de transacción. En opinión de

Williamson (1989), *el modo de coordinación vertical imperante será aquel que reduzca los costos de transacción de los agentes económicos.*

Una vez que se acepta como válido el planteamiento de Williamson (1989), es conveniente señalar que el ahorro en los costos de transacción no deriva solamente del mecanismo de coordinación vertical que éstos elijan para realizar sus relaciones de intercambio, sino de la disminución de todas aquellas actividades relacionadas con la generación de tales costos, principalmente, de la búsqueda de información y medición de los atributos de los productos que se intercambian (Eggertsson, 1995).

Para el empresario, el problema de los *costos de transacción*, es que éstos se adicionan a los *costos de producción* para dar por resultado lo que se denomina "*los costos totales*". Así, desde el punto de vista neoinstitucional, los *costos totales* pueden calcularse por medio de la ecuación siguiente:

$$\text{Costos totales} = \text{Costos de Producción} + \text{Costos de Transacción}$$

De la ecuación anterior se puede derivar que una disminución de los costos de transacción produciría los mismos efectos que una disminución de los costos de producción, en lo que respecta a los costos totales. Como uno de los pilares fundamentales de la competitividad de una empresa, circuito o sector económico, son precisamente tales costos, las estrategias empresariales se orientarán a la disminución de los mismos. Es por eso que, una vez que se selecciona el modo de coordinación vertical, una buena estrategia empresarial descansaría en que esa disminución se siga produciendo, dentro de ese modo de coordinación específico.

### LAS IMPLICACIONES DE LOS COSTOS DE TRANSACCIÓN EN LA CONDUCTA DE LOS CONSUMIDORES

El planteamiento básico de la economía neoinstitucional en relación al consumo es que los *costos de transacción* del consumidor se adicionan al “*precio de venta*” del producto para dar por resultado lo que se denomina “*el precio verdadero*”. Ese *Precio Verdadero* corresponde a la cantidad de dinero que los consumidores deberán desembolsar con el objeto de adquirir un producto, tal como se plantea en la siguiente ecuación:

$$\text{Precio Verdadero} = \text{Precio de Venta} + \text{Costos de Transacción}$$

De allí se deduce que un aumento en los *costos de transacción* afectará de igual forma el *precio verdadero*, que un aumento en la misma magnitud del *precio de venta* del producto. Por analogía, una disminución de los *costos de transacción* produciría el mismo efecto, en el *precio verdadero*, que una disminución en el *precio de venta* del producto.

Con el objeto de ampliar la explicación relativa a los costos de transacción para el consumidor, es necesario resaltar que, para el enfoque teórico de la economía neoinstitucional, el producto es definido como la suma de sus atributos (Lancaster, citado por Eggertsson, 1995), los cuales pueden dividirse en tres categorías: 1) *los atributos de búsqueda*, definidos como aquellas características del producto que pueden ser conocidas antes de la adquisición del mismo; 2) *los atributos de experiencia*, que constituyen aquellas características del producto que pueden ser conocidas sólo después de la adquisición del mismo, y, 3) *los atributos de confianza*, que son aquellas características del producto que no pueden ser conocidas ni siquiera después de la

adquisición del mismo o, en caso de que fuera posible su medición, ésta sería muy costosa. De estas tres categorías, son los *atributos de confianza* los que generan mayores problemas de información asimétrica y de costos de transacción.

Los *atributos de búsqueda* no generan problemas de información asimétrica, aunque si generan costos de transacción (Compés, 2001). Como el consumidor puede conocer las características de los productos antes de la compra, podría decirse que la información, para este tipo de productos en particular, se distribuye de manera simétrica.

A diferencia de los atributos de búsqueda, los atributos de experiencia y de confianza si generan problemas de información asimétrica, y por supuesto, mayores costos de transacción. Esto es debido, para el caso de los atributos de experiencia, a que el consumidor no sólo debe localizar el producto, sino que también debe comprarlo para conocer las características del mismo, lo cual constituye un riesgo relativamente alto, sobre todo en la medida en que el valor del producto represente un porcentaje importante del presupuesto del consumidor, o, en la medida en que la calidad del mismo pueda afectar su salud, tal como en el caso de los alimentos. Para el caso de los atributos de confianza, por su parte, los costos de transacción derivan de la búsqueda de información necesaria para intentar asegurarse que el producto cumple con los requerimiento de calidad del consumidor.

Debido a que la elección del consumidor está basada en seleccionar aquel producto que tenga un menor “*precio verdadero*”, el cual viene dado por la sumatoria de los costos de transacción y el precio de venta del producto, las empresas buscarán disminuir los costos de transacción con el objeto de atraer clientes. Esto

lo hacen las empresas a través de un mecanismo conocido como “*mecanismo de señalización*”, que no es más que el envío de señales al consumidor con el objeto de orientarlo en sus decisiones de compra, por medio de la disminución de los costos de búsqueda, clasificación y medición de los productos en el mercado. Con el envío de estas señales, las empresas tratarían de transformar los atributos de experiencia y de confianza en atributos de búsqueda, eliminando con ello (o al menos reduciendo) la información asimétrica y, por ende, disminuyendo los costos de transacción (San Martín et al, s/f).

Los principales mecanismos que se pueden utilizar para inferir las características del producto, antes de tomar una decisión de compra, son los siguientes: a) *los contratos*, los cuales suelen definir las reglas que rigen el intercambio y a las cuales se someten las partes, concientes de las consecuencias legales y económicas en caso de incumplimiento; b) *la reputación y el nombre de marca*, las cuales se consideran una señal de calidad, variables que resumen la información sobre el producto y que son utilizadas por el consumidor para reducir el esfuerzo de búsqueda de información y el riesgo de error en el que puede incurrir en la elección; c) *la inversión publicitaria*, que puede servir como una señal de calidad porque, en principio, sólo incurren en esos gastos las empresas honestas y de calidad que pueden recuperar la inversión realizada a través de ingresos por ventas futuras; d) *El precio del producto*, el cual puede servir de dos formas, bien sea como precio de lanzamiento bajo o como *prima de precio*; y, e) *la garantía*, que puede ser considerada una señal porque a una empresa que ofrece productos de baja calidad no le interesa ofrecerla, puesto que le supondría unos costos mayores debido a la probable necesidad de más reparaciones en ese tipo de productos.

Es necesario mencionar que esas “señales” funcionan relativamente bien cuando las características que le importan al consumidor son atributos de experiencia. Sin embargo, cuando esas características son atributos de confianza, es probable que ninguno de esos mecanismos funcione. Esto se debe a que las empresas podrían manifestar que sus productos presentan dicha características aunque en realidad no la tengan, comportándose de manera oportunista. En esas circunstancias, el consumidor sólo confiará en la información suministrada por el vendedor si viene avalada por un tercero independiente, pudiendo ser necesario incluso, la intervención del Estado. Esa señal avalada por un tercero independiente es lo que se conoce como *certificación*. En opinión de Compés (2001), *la certificación es la confirmación de que una empresa cumple con una determinada norma o estándar en la que se estipulan características del producto o del proceso productivo*.

Una vez realizada la revisión de los planteamientos de la economía neoinstitucional, se procederá, en la sección siguiente, a la interpretación de la agricultura orgánica desde esa perspectiva teórica, con el objeto de poder realizar, posteriormente, un análisis de las posibles consecuencias de la información asimétrica y los activos específicos en la dinámica económica de ese sector productivo.

### **UNA INTERPRETACIÓN NEOINSTITUCIONAL DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA**

La presente sección se ha dividido en tres partes: En la primera, se revisan algunas características propias de la agricultura orgánica que tienen particular importancia para los efectos de este trabajo. Posteriormente, se analizan las implicaciones de la *información*



*asimétrica* en la agricultura orgánica. En esta parte, se revisa la relación existente entre la información asimétrica, los *atributos de confianza* y el proceso de *certificación* en este sector productivo. Finalmente, en una tercera parte, se analiza la *especificidad de los activos* de la agricultura orgánica.

### ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA

En términos generales, se dice que un producto es “orgánico” cuando posee las siguientes características: 1) Es obtenido, empacado y almacenado a través de procesos productivos “ambientalmente limpios”; 2) está libre de elementos tóxicos, y 3) cumple con normas y estándares establecidos por organizaciones nacionales o internacionales que reglamentan el respectivo proceso de producción (Mejía y Landaverde, 2003).

Dentro de este orden de ideas, el *Codex Alimentarius* (1999) indica que la agricultura orgánica es un sistema holístico de ordenación de la producción, que promueve y potencia la salud del ecosistema, teniendo en cuenta la biodiversidad, los ciclos biológicos y la actividad biológica del terreno.

Una definición alternativa es suministrada por Andersen (2003), quien plantea que la agricultura orgánica es “*todo sistema de producción sustentable en el tiempo que, mediante el manejo racional de los recursos naturales y sin la utilización de productos de síntesis química, brinde alimentos sanos y abundantes, mantenga o incremente la fertilidad del suelo y la diversidad biológica y que, así mismo, permita la identificación clara por parte de los consumidores, de las características señaladas a través de un sistema de certificación que las garantice*” [El subrayado es nuestro] (Andersen, 2003: 5).

La revisión de esos conceptos permite derivar algunas características claves de la agricultura orgánica. En primer lugar, se resalta el hecho de que la misma se debe adecuar a ciertos estándares cuyos principios fundamentales se encuentran establecidos internacionalmente. Esto se logra por medio del proceso de *certificación orgánica*, a través del cual una empresa de reconocido prestigio avala que el proceso productivo cumple con los estándares necesarios para que un producto pueda ser considerado “orgánico”. En segundo lugar, se destaca el aspecto relacionado con que los consumidores deben poder diferenciar, claramente, los productos “orgánicos” de los productos “convencionales”. Eso es posible gracias a las normas de *etiquetado orgánico*, por medio de las cuales los productores certificados hacen uso de un *sello* distintivo otorgado por las empresas certificadoras orgánicas. Así, los procesos de *certificación* y *etiquetado orgánico*, se han convertido en elementos fundamentales de la agricultura orgánica.

Una vez aclarado estos aspectos, es conveniente resaltar en este punto, que el referido proceso de certificación se lleva a cabo mediante una secuencia que, si bien podría cambiar de acuerdo a la empresa certificadora, pudiera resumirse, de manera general, en cuatro pasos: a) El proceso de transición; b) la solicitud de certificación; c) la inspección de la finca, y, d) la emisión del certificado orgánico. Cada uno de esos pasos, dada su importancia para los objetivos de este trabajo, será revisado brevemente a continuación.

a) El proceso de transición o de conversión: Es un período de tiempo que pasa la finca, desde que se implementa el sistema de producción orgánico hasta que logra la certificación, el cual, en el caso de la producción vegetal oscila entre 2 y 3 años. Ese

proceso incluye la implementación de prácticas básicas de la agricultura orgánica, tales como: La diversificación de la producción, la utilización exclusiva de sustancias o insumos permitidos en la agricultura orgánica, el mantenimiento de una adecuada documentación de manejo general, el establecimiento de un plan de manejo a corto, mediano y largo plazo, entre otras (FIDA, 2003).

Es necesario resaltar que el mencionado período, en opinión de Mejía y Landaverde (2003), resulta costoso para el productor, ya que mientras pasan los 2 ó 3 años, el producto se vende a precio de producto “convencional”, debiendo el productor cumplir con los principios de la producción orgánica, lo cual además de aumentar sus costos de producción puede, en muchos casos, disminuir su productividad.

b) La solicitud de certificación: Una vez que el productor ha cumplido con el período de transición, puede proceder a realizar la solicitud de certificación. En ese momento, la empresa certificadora le hace entrega de algunos documentos que conforman el denominado “Paquete de Certificación”, el cual consta, por lo general, de lo siguiente: El manual de normas y procedimientos de la certificadora; la solicitud de certificación; la declaración jurada del productor, y los materiales de apoyo (Gómez, 2003).

c) La inspección de la finca: La inspección es una visita que hace un inspector de la empresa certificadora a la finca con el fin de verificar la información suministrada por el productor, y en la cual, además, se inspecciona detalladamente la finca para comparar las prácticas de manejo con las normas de producción respectivas. En general, el inspector evalúa el riesgo de contaminación del suelo, del producto o de las aguas, y, si existe alguna

sospecha de contaminación, puede tomar las muestras respectivas para ser analizadas en un laboratorio autorizado.

d) La emisión del certificado orgánico: Una vez que el inspector entrega el respectivo informe, la empresa certificadora lo pasa al *Comité de Certificación*, el cual lo compara con los estándares para ver si se están cumpliendo realmente las normas de certificación. Si es así, se procede a emitir el *Certificado Orgánico*, el cual, por lo general, tiene una validez de un año. Durante ese período los inspectores visitan la finca dos veces, sin previo aviso. Una vez que la finca está certificada, el productor puede vender los productos provenientes de ésta como “orgánicos”.

Uno de los principales problemas de la certificación deriva del hecho de que, en su mayor parte, el trabajo y los gastos se acumulan precisamente en el proceso de transición, período en el que los agricultores están menos posibilitados para asumir los gastos que esto supone. Además, el costo del servicio de certificación puede ascender a una cantidad equivalente a los ingresos netos medios que un agricultor percibe en todo un año, en especial, cuando el órgano de certificación es extranjero (Gómez, 2003).

Sumado al problema de los costos de la certificación, en opinión de Gómez (2003), se encuentra el hecho relacionado con la *falta de armonización* de las normas de certificación existente. Al respecto, el mencionado autor plantea que, prácticamente para cada país, existen normas y estándares de certificación diferentes. Esto origina un inconveniente de mucha importancia a la hora de realizar transacciones internacionales, y, aunque se han realizado importantes esfuerzos en un intento de armonizar tales estándares, las limitaciones al ingreso de productos orgánicos hacia los

principales mercados ha venido aumentando considerablemente.

#### LA INFORMACIÓN ASIMÉTRICA Y LOS ATRIBUTOS DE CONFIANZA EN LA AGRICULTURA ORGÁNICA

De los párrafos anteriores se deriva que, para poder comercializar productos orgánicos, como tales, los mismos deben haber sido *certificados*. La certificación, tal como ha sido señalado, constituye un mecanismo de “señalización” que permite a los consumidores verificar que los productos que adquieren han sido producidos bajo las condiciones descritas en los estándares de producción orgánica. Así mismo, la certificación permite transformar los *atributos de confianza*, propios de la agricultura orgánica, en *atributos de búsqueda*, con la consecuente disminución de los *costos de transacción* del consumidor.

Así pues, la necesidad de certificación deriva del hecho de que el consumidor no tiene la capacidad de evidenciar, a un costo razonable, que los atributos ofrecidos por el productor están realmente presentes en el producto. Dicho de otra forma, la certificación es necesaria debido a que la agricultura orgánica está basada en un sistema de producción que se fundamenta en *atributos de confianza*. La importancia de ese aspecto es tal, que los consumidores, en general, no confían en el carácter “orgánico” de productos que no han sido certificados (Gitli y Arce, 2001). Más aún, algunas leyes sobre agricultura en muchos países, han prohibido el uso de términos como “orgánico” o “natural” para cualquier producto que no haya sido certificado (Sahota, 2004). Como consecuencia de lo anterior, un producto no certificado probablemente será vendido como “convencional”, aún cuando en su producción se hayan cumplido todas las especificaciones de la producción orgánica.

El problema de la presencia de *atributos de confianza* en la agricultura orgánica es que, tal como es descrito por Gitli y Arce (2001), los productos orgánicos se han caracterizado, hasta la fecha, por la obtención de un sobreprecio. Adicionalmente, los costos de producción de la agricultura orgánica son relativamente mayores que los de la agricultura “convencional” (Sahota, 2004). Al respecto, el citado autor plantea que, aunque se produce una disminución muy marcada en los costos por concepto de insumos químicos, se observa también un aumento de los costos relacionados con la mano de obra. Lo cierto es que, en general, los costos de producción de los sistemas orgánicos son mayores que los de la producción convencional. Estos dos aspectos (mayores precios y mayores costos), conjugados, podrían estimular el *comportamiento oportunista* por parte de muchos productores y distribuidores, quienes podrían intentar vender productos “tradicionales” a precios de productos “orgánicos”, con lo que obtendrían unas ganancias extraordinarias. El comportamiento descrito, de presentarse de manera recurrente, podría dar lugar a la desaparición de los mercados orgánicos, sobre todo a nivel internacional. Por ello la certificación constituye, tal como ha sido analizado, una alternativa para diferenciar los productos orgánicos de los productos “convencionales”.

#### LA ESPECIFICIDAD DE LOS ACTIVOS EN LA AGRICULTURA ORGÁNICA

En la agricultura orgánica existe una importante proporción de *activos específicos*, pudiendo identificarse cinco tipos, a saber: 1) especificidad temporal; 2) especificidad por “nichos” de mercado; 3) especificidad del certificado; 4) Especificidad del uso de los recursos, y, 5) Especificidad del período de transición.

### La especificidad temporal

Al igual que en la agricultura “convencional”, los productos orgánicos poseen un período de mercadeo relativamente corto por el mismo hecho de ser organismos vivos; dicho con otras palabras, los productos orgánicos son, por lo general, altamente perecederos. Este hecho le confiere *especificidad temporal*. El problema de la *especificidad temporal* es que las *cuasi rentas* que pudieran derivarse de la venta podrían ser apropiadas por los compradores, quienes saben que los productores deben vender el producto en un período muy corto. Este hecho pudiera generar que los distribuidores de los productos orgánicos se comporten de manera oportunista, pagando al “productor orgánico” un sobreprecio menor al que pudiera corresponderle, pudiendo incluso apropiarse de todo el referido sobreprecio, dependiendo de las condiciones de la competencia en este sector específico.

### La especificidad por “nichos” de mercado

En un estudio realizado por Sahota (2004), se concluye que el “consumidor típico” de productos orgánicos posee las siguientes características: a) vive en áreas urbanas; b) al momento de comprar toma en cuenta la calidad del producto y los métodos de producción; c) tiene un nivel educativo alto, y, d) pertenece a la clase alta o media-alta. Estas dos últimas características, sobre todo, hacen que la mayor parte de las ventas de los productos orgánicos esté concentrada, precisamente, en los países desarrollados, en los cuales la población tiene un nivel educativo alto y predomina la clase media-alta y alta.

Los aspectos reseñados en el párrafo anterior, originan que en la mayoría de los países en desarrollo, la agricultura orgánica

haya sido promovida para la exportación, pues el mercado local de productos orgánicos es incipiente, incluso al punto de que *el conocimiento de los consumidores sobre la producción orgánica es escaso* (Amador, 2001). Esos elementos le otorgan un cierto tipo de *especificidad* a los productos provenientes de la agricultura orgánica para el caso de los países en desarrollo, pues, *en caso de que la exportación no pueda ser realizada, existen muy pocas alternativas para colocar los productos orgánicos en sus respectivos mercados nacionales*, caracterizados por niveles de ingreso y educativo relativamente bajos. *Esa dificultad para exportar, de presentarse, podría implicar la venta de los referidos productos a precios de los productos agrícolas “convencionales”, lo que se traduciría en una pérdida importante de valor de los mismos*, hecho que caracteriza, precisamente, a los *activos específicos*.

### La especificidad del certificado

El certificado para la producción orgánica se podría considerar un *activo específico*, puesto que, en el caso de que los productores orgánicos no puedan dirigir sus productos hacia los mercados en los cuales ese certificado sea reconocido, posiblemente deberán vender sus productos como provenientes de la agricultura “convencional”.

Tal como se ha comentado, al no existir una armonización de los estándares y normas de certificación a nivel internacional, se ha originado una situación en la cual, prácticamente, cada país tiene sus propias normas acerca de lo que es considerado como producto “orgánico”. Este hecho ocasiona que los requisitos de importación de los países puedan constituirse en un verdadero obstáculo al comercio internacional. Así, debido a que cada país tiene sus propias normas de

certificación y acepta, dentro de sus mercados, sólo aquellos productos certificados o acreditados por empresas ampliamente reconocidas, los “sellos orgánicos” se han constituido en específicos para cada país de destino de las exportaciones. Esto implica que los referidos “sellos orgánicos” que son válidos en un país, son prácticamente desconocidos en otros. De allí, que puede afirmarse que los certificados son considerados *activos específicos*, en el sentido de que si los productos no pueden ser vendidos en el lugar al cual el “sello” está destinado, los productos seguramente deberán ser vendidos en otros mercados a precios de productos “tradicionales”.

#### **La especificidad en el uso de los recursos**

Como se sabe, una vez que los productores deciden implementar un sistema de producción orgánico, los recursos no pueden ser utilizados para la producción agrícola “convencional”, sin el riesgo de ser multado y/o de que se retire el certificado. Esto significa que, desde que se implementa ese sistema de producción, incluso antes de que la finca sea considerada “orgánica”, los recursos productivos de la unidad de explotación presentan pocos usos alternativos, sin que se incurra en una pérdida relativamente considerable. El hecho referido anteriormente podría ocasionar una menor capacidad de respuesta de los productores agrícolas ante cambios en la situación de los mercados. En este punto es conveniente resaltar que, tradicionalmente, los productores agrícolas pudieran reaccionar variando la superficie sembrada e incluso los rubros sembrados cuando las condiciones del mercado se modifican. Pero, una vez que se decide certificarse como “productor orgánico”, esta capacidad de respuesta disminuye considerablemente. Este hecho podría ocasionar mayores riesgos de mercado, que se traducen,

por supuesto, en mayores *costos de transacción*.

Así, el hecho de que el productor decida implementar un sistema de producción orgánico, le produce un efecto de “encerramiento” a los recursos de la finca, pues se limita, de manera considerable, la utilización de los mismos en procesos productivos alternativos, de forma tal que los referidos recursos pueden ser considerados “activos específicos”.

#### **El proceso de transición como inversión específica**

Tal como ha sido señalado, durante el proceso de transición los productores deben producir en forma orgánica sin poder aún obtener la certificación. Esos costos que enfrentan los productores durante el proceso de transición pueden visualizarse como una inversión que rendirá retornos posteriormente. El problema que presenta el proceso de transición, sin embargo, es que puede ser considerado como una *inversión específica*, puesto que, una vez que el productor decide iniciar un sistema de producción orgánica y que ha realizado las inversiones necesarias, el cambio de uso hacia la agricultura “tradicional” hace perder el valor de la inversión que ha sido ejecutada.

#### **LAS CONSECUENCIAS DE LA INFORMACIÓN ASIMÉTRICA Y LOS ACTIVOS ESPECÍFICOS EN LA AGRICULTURA ORGÁNICA**

Tal como ha sido adelantado, la agricultura orgánica se basa en la presencia de *atributos de confianza*, los cuales originan un problema de *información asimétrica* en esa actividad. Para disminuir el referido problema, se hace uso del proceso de certificación, por medio del cual es

posible transformar los *atributos de confianza* en *atributos de búsqueda*. Sin embargo, al convertirse ese proceso de certificación en un activo específico, se produce un efecto de “encerramiento” de muchos de los recursos relacionados con esas actividades productivas, sobre todo tomando en cuenta la magnitud de dicha inversión. En pocas palabras, la presencia de *atributos de confianza* es la causa de la existencia de algunos de los *activos específicos* de la agricultura orgánica.

Se debe reconocer que la existencia de esos *activos específicos* en ese tipo de agricultura, en cierta forma, disminuye las posibilidades de *comportamiento oportunista* por parte de los productores agrícolas. Esto se debe a que esos productores perderían las inversiones que hubiesen realizado en caso de descubrirse que intentan engañar a los demás agentes involucrados en ese sistema de producción y distribución de alimentos. Así, la presencia de *activos específicos* en ese subsector económico, otorga una cierta garantía de que los productores no intentarían aprovecharse de la *información asimétrica* que caracteriza a la agricultura orgánica.

El problema es que a pesar de que la presencia de *activos específicos* disminuye la tendencia al *comportamiento oportunista* por parte de los productores orgánicos, los mismos elevan los riesgos de mercado de estos productos. Esto se debe al hecho de que son los productores agrícolas los agentes económicos que poseen una mayor proporción de inversiones en activos específicos dentro de esa cadena productiva. Así, los demás productores no tienen los mismos incentivos económicos para disminuir la tendencia al *comportamiento oportunista*. Esto podría originar un potencial aprovechamiento de las *cuasi rentas* de los productores orgánicos por parte de algunos agentes económicos. Por supuesto, se debe

reconocer que para el logro del equilibrio a mediano y largo plazo de la agricultura orgánica, debiera existir un sobreprecio para los productores de manera que se compensen los mayores riesgos, sin embargo, también se debe reconocer que un cambio en las condiciones de competencia en los mercados podría inducir a una variación de los niveles de los referidos sobreprecios.

Cabe señalar, adicionalmente, que tal como está planteado en el marco teórico de la economía neoinstitucional, cuando en un sector productivo los activos específicos constituyen una proporción importante de los activos totales, el mercado seguramente no constituya una alternativa viable de coordinación vertical de las actividades productivas, puesto que los agentes económicos requerirían de una cierta garantía de que las relaciones de intercambio habrían de continuar, por lo menos hasta la amortización total de los activos específicos involucrados. De allí que la integración vertical y la contratación podrían convertirse en los mecanismos de *coordinación vertical* para este tipo de actividades. La integración vertical, por un lado, implicaría la adquisición por parte de una empresa, de los diversos eslabones que conforman la cadena de producción y distribución de alimentos orgánicos. Esto, por supuesto, sería una opción difícil de instrumentar para los pequeños productores. La contratación, por su parte, implicaría que los distribuidores establecerían contratos con los productores orgánicos mediante los cuales estos últimos estarían subordinados a las órdenes de los primeros.

El problema de ese último mecanismo de coordinación es que los distribuidores tienen una proporción menor de activos específicos que los productores, lo que implicaría que los referidos agentes distribuidores se encontrarían con menores dificultades de suspender las

relaciones de intercambio cuando así convenga a sus intereses. Como los productores tienen inversiones específicas en una magnitud mucho mayor que los distribuidores (al menos proporcionalmente), esto los convierte en agentes muy vulnerables al comportamiento oportunista de sus socios comerciales.

Por último, consideramos conveniente resaltar el hecho relacionado con la tendencia que podría presentar el sobreprecio de los productos orgánicos y su relación con la presencia de activos específicos. Aunque existe un debate entre diversos autores relativo a la supuesta tendencia que podría presentar ese sobreprecio, es importante analizar las consecuencias de que éstos disminuyan con el paso del tiempo. En este sentido, podría decirse que un aumento de la oferta de productos orgánicos por parte de los países desarrollados a una tasa mayor que el crecimiento de su respectiva demanda, se traduciría en una menor disposición, por parte de esos países, a permitir el ingreso de los productos orgánicos provenientes de los países en desarrollo. Esta situación, como es bien sabido, ocurre en los mercados de productos agrícolas tradicionales, lo que podría indicar que el referido comportamiento se repetiría. Ese escenario, de presentarse, implicaría un problema para los productores de los países en desarrollo, los cuales se verían en dificultades para la colocación de sus productos en los mercados internacionales, más específicamente, en sus “nichos de mercado”.

A este aspecto, se debe agregar que el mercado interno de productos orgánicos de los países en desarrollo es incipiente, lo que ocasiona que posiblemente tales productos deban venderse como producto tradicional. Si no existieran activos específicos involucrados, este hecho no representaría mayores riesgos para los productores orgánicos. Sin embargo,

una vez que los productores han establecido ese sistema de producción, la salida de los mercados implicaría una pérdida importante del valor de los activos involucrados.

Una situación similar se presentaría en el caso de que se produzca un aumento de la oferta de productos orgánicos por parte de los países en desarrollo, a una tasa mayor que el incremento de la demanda de este tipo de productos. Este hecho implicaría una disminución de los precios de esos productos, lo cual, lógicamente, perjudicaría a los propios productores agrícolas.

### A MANERA DE CONCLUSIÓN

El análisis de la agricultura orgánica desde la perspectiva teórica de la economía neoinstitucional, permite evidenciar que ese sector productivo presenta una proporción de *activos específicos* involucrados mayor que la agricultura “tradicional”. Ese aspecto, si bien podría disminuir la tendencia al *comportamiento oportunista* por parte de los productores agrícolas, también implica mayores riesgos relacionados con el mercado de ese tipo de productos. Esos riesgos, por supuesto, son en la actualidad compensados por un sobreprecio de estos productos.

Sin embargo, las consecuencias de la existencia de la *información asimétrica* y los *activos específicos* en la agricultura orgánica, a nuestro juicio, deberían ser analizadas con suma cautela en conjunción con las tendencias que pudieran presentarse en los precios de los productos orgánicos, debido a los riesgos implícitos de los mismos en los pequeños productores agrícolas de los países en desarrollo. Por supuesto, se debe reconocer que una parte de estos *activos específicos* podrían ser (y de hecho son) financiados por el Estado o por organismos multilaterales pero, desde

nuestro particular punto de vista, una parte importante de esos recursos podrían no llegar a cumplir el objetivo para el que realmente fueron destinados: el logro del *desarrollo rural*.

Finalmente, queremos manifestar que nos sentiríamos sumamente satisfechos si el contenido de este trabajo es interpretado como una invitación a un debate riguroso que conduzca a un abordaje concienzudo de esta temática, que se considera de vital importancia para el logro del tan anhelado *desarrollo sustentable*. ©

#### REFERENCIAS

- AMADOR, M. 2001. *La situación de la producción orgánica en Centro América*. Ponencia presentada en el Taller de Comercialización de Productos Orgánicos en Centro América. Abril, 2001. IICA.
- ANDERSEN, MIKKEL. 2003. *¿Es la certificación algo para mí?: Una guía práctica sobre por qué, cómo y con quién certificar productos agrícolas para la exportación*. Serie de publicaciones RUTA. FAO. San José.
- AYALA, JOSE. 1999. *Instituciones y Economía. Una introducción al neoinstitucionalismo económico*. Fondo de Cultura Económica. México.
- COASE, RONALD. 1994. *La empresa, el mercado y la ley*. Alianza Editorial S.A. Madrid.
- CODEX ALIMENTARIUS. 1999. *Guidelines for the production, processing, labeling and marketing of organic produced products*. GL-32 - 1999. Rev. 2001.
- COMPES, RAUL. 2001. *Atributos de confianza, normas y certificación. Comparación de estándares para hortalizas*. Universidad Politécnica de Valencia. Valencia. España. En: [www.infoagro.com/hortalizas/atributos\\_certificacion\\_hortalizas.htm](http://www.infoagro.com/hortalizas/atributos_certificacion_hortalizas.htm)
- EGGERTSSON, T. 1995. *El Comportamiento Económico y Las Instituciones*. Alianza Editorial. Traducido al español por Consuelo Varela. Madrid.
- FIDA, 2003. *La adopción de la agricultura orgánica por parte de los pequeños productores de América Latina y el Caribe*. Informe 1337.
- GITLI, MANUEL Y ARCE, RANDALL. 2001. *Consideraciones sobre el comercio internacional de los productos orgánicos en Centroamérica: Ideas sobre Costa Rica*. Centro Internacional de Política económica para el Desarrollo Sostenible. Costa Rica.
- GOMEZ M. 2003. *Producción, comercialización y certificación de la agricultura orgánica en América Latina*. CIESTAAM y AUNA-Cuba. Chapingo.
- MEJIA, CRISTOBAL Y LANDAVERDE AMÍLCAR. 2003. *Informe de Coyuntura Enero-Junio 2003: Agricultura Orgánica*. Oficina de Políticas y Estrategias del Ministerio de Agricultura y Ganadería. El Salvador.
- RODRIGUEZ, J. 1999. *Introducción al enfoque del neoinstitucionalismo económico sobre la Organización*. En: [www2.alcala.es/estudios\\_de\\_organización/temas-organización/teor-organ12/introduccion-neoinstitucionalismo.htm](http://www2.alcala.es/estudios_de_organización/temas-organización/teor-organ12/introduccion-neoinstitucionalismo.htm)



- SAHOTA AMARJIT. 2004. *Overview of the global market for organic food and drink*. En: The world of organic agriculture. Statistics and emerging trends 2004. IFOAM, FIBL, SOL. Alemania.
- SAN MARTIN, SONIA; GUTIERREZ, JESUS Y CAMARERO, CARMEN. S/f. *Los problemas de oportunismo en las relaciones empresa-consumidor*. En: marketing.ugr.es/ponencias/martin\_gutierrez\_camarero.pdf
- SIMON, H. 1986. *De la racionalidad sustantiva a la procesal*. En Hahn y Hollis (comp.). Filosofía y Teoría Económica. Fondo de Cultura Económica. Pág. 130-171. México.
- WILLIAMSON, O. 1989. *Las instituciones económicas del capitalismo*. Traducido por Eduardo Suárez del Ingles "The Economics Institutions of Capitalism". Fondo de Cultura Económica. México.
- WILLIAMSON, O. 1996. *La lógica de la organización económica*. En: Williamson O. y Winter S. (compiladores). 1996. Fondo de Cultura Económica. México.