

Oferta de productos orgánicos

Comercio Equitativo en Centroamérica

Costa Rica - Honduras - Nicaragua - El Salvador

Elaborado por:



Proyecto financiado por:



Proyecto ejecutado por:



SOBRE ESTE ESTUDIO

Este estudio es un producto de ECOMERCADOS, un proyecto financiado por SECO (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de Suiza) y ejecutado por INTERCOOPERATION (Fundación Suiza para el Desarrollo y la Cooperación Internacional) que inició operaciones en la región Centroamericana (Nicaragua y Costa Rica) a partir del 2005.

El objetivo principal del proyecto es promover la comercialización de productos orgánicos y del comercio equitativo, y su incremento en los mercados de exportación, regional y local, fomentando el acceso de pequeños y medianos productores, a fin de contribuir con el aumento en sus ingresos y mejores oportunidades de empleos.

Este estudio fue elaborado por Jorge Vieto, Gerente de Operaciones de Fundación CIMS y por Wendy Alfaro, Analista de Mercados del Centro de Inteligencia sobre Mercados Sostenibles (CIMS).

Para más información referirse a:

info@cims-la.com

Teléfono: (506) 437-2200

Página Web: www.cims-la.com

Tanto ECOMERCADOS como CIMS no asumen responsabilidad alguna por cualquier información incorrecta suministrada a nosotros por productores, procesadores, distribuidores, detallistas y otras organizaciones de mercado. La información cuantitativa de mercado se basa en entrevistas y, por tanto, está sujeta a fluctuaciones. Ni ECOMERCADOS ni los autores de esta publicación garantizan, de manera expresa o implícita, la exactitud de la información presentada y no serán responsables por daños o reclamos relacionados con el uso de esta publicación o de la información contenida en ella. No se asume obligación alguna de actualizar ni enmendar esta publicación por ninguna razón, sea esta información nueva o información en sentido contrario o bien cambios en la legislación, las regulaciones, la jurisdicción, la estructura de la industria y el mercado y cualquier otra condición del mercado.

Además, ninguna parte de este reporte se puede reproducir, almacenar en un sistema de recuperación o transmitir de ninguna forma ni por ningún medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, grabación o de cualquier otro modo sin el permiso escrito de ECOMERCADOS.

Septiembre 2005

RESUMEN EJECUTIVO

En los cuatro países¹ objeto del presente estudio existen alrededor de 78,000 hectáreas certificadas bajo producción orgánica distribuidas en aproximadamente 14,000 fincas, de las cuales la gran mayoría no supera las 5 hectáreas. El 54% del área certificada en los países cubiertos en el estudio constituyen pastizales para ganado de engorde (carne orgánica). El 25% del área certificada se dedica a la producción de café, mientras que aproximadamente el 11% se dedica a la producción de frutas (piña, banano, cítricos, etc). Una menor proporción del área certificada se utiliza para la producción de semillas de oleaginosas (soya, ajonjolí) y nueces (marañón) (5%) y cacao (4%).

La investigación realizada reveló que no existe una relación directamente proporcional entre el área certificada y el volumen de producción. Seguidamente la Tabla I muestra el volumen de producción estimado de los principales 9 productos orgánicos en los cuatro países mencionados.

Aunque la región ofrece una mayor variedad de productos orgánicos certificados, el volumen de producción comercialmente atractiva a nivel internacional se centra en los pocos productos señalados en la Tabla I. La experiencia de producción de rubros ajenos a la experiencia agrícola que dispone cada país es muy limitada. Por lo tanto, la oferta orgánica actual se concentra en rubros que tradicionalmente han sido producidos para la exportación.

Además de mostrar una oferta poco diversificada, ésta es bastante desorganizada y poco sistematizada. Como se señala en un estudio realizado por CIMS para Ecomercados titulado: "Venta y Distribución de Alimentos en Centroamérica: énfasis en productos orgánicos en Costa Rica y Nicaragua", una de las mayores debilidades de la oferta actual es la fuerte desvinculación con el mercado local (demanda)³.

En términos de valor agregado el estudio evidencia que la mayor parte de la producción orgánica de Centroamérica se concentra en productos frescos y de poco valor agregado destinados a los mercados de exportación. Cabe destacar que durante los últimos años han surgido iniciativas de producción de rubros más sofisticados como lácteos, mermeladas y carne orgánica. La experiencia en el procesamiento de productos orgánicos como café (tostado y molido), ajonjolí (aceite) y algunas frutas (secas y/o puré) es prácticamente nula.

¹ Honduras, Nicaragua, Costa Rica y El Salvador

² TM de café oro

³ El documento se puede obtener en <http://www.cims-la.com/ES/ecomercados/> o <http://www.ecomercados.org>

TABLA I

Principales productos orgánicos de Centroamérica, mayo 2005 (estimación de producción en toneladas métricas por año)

Producto	Fresco Sin procesamiento	Procesado
Café		13,400 ²
Banano	10,050-10,550	Deshidratado: 20 Jugo: 30 Puré: 3,320 Mermelada: 2 Vinagre: 6
Piña	27,945	Chunks: 90 Cubos congelados: 135 Deshidratado: 450 Jugo: 3600 Puré: 225 Vinagre: 350
Coco y aceite de coco	11,700	Aceite: 448
Naranja	7,915	Jugo de naranja: 4,000
Cacao		Grano seco: 630 Cacao en polvo: 300 Licor de cacao: 370 Manteca de cacao: 580 Torta de cacao: 250
Ajonjolí		Semilla: 2000 Aceite: 10
Mango	1,365	Chunks: 12 Cubos congelados: 30 Deshidratado: 545 Jugo: 22 Puré: 96
Nuez de marañón		Sólo nuez: 720 Nuez y deshidratado: 425

Fuente: Estimaciones de CIMS, 2005

Nota: No incluye datos de Guatemala.

En gran medida, las características de la oferta de productos orgánicos de la región están estrechamente ligadas al perfil de los productores dedicados a la agricultura orgánica. Los productores orgánicos no sólo son muy pequeños sino que tienden a estar muy dispersos geográficamente. Ésto dificulta enormemente la organización y los esfuerzos de comercialización conjunta. La mayor parte están ubicados en zonas rurales con serios problemas de infraestructura tanto operativa como de logística y de comunicación.

La mayoría de los micro y pequeños productores orgánicos cuentan con muy pocos recursos y carecen de una sólida capacidad y visión empresarial. Su acceso a los mercados es muy limitado y no tienen experiencia en mercadeo ni en comercialización. Adicionalmente los productores por lo general no tienen acceso a crédito y a otros recursos necesarios para ser competitivos e integrarse en mercados formales.

Las prácticas agrícolas utilizadas son en su mayoría poco tecnificadas y planificadas. Como resultado en la mayoría de los casos se obtienen niveles de productividad y de calidad inferiores a la producción convencional para los mismos rubros.

Cabe resaltar que las limitaciones que persisten dentro del sector orgánico de Centroamérica no son exclusivas para este pequeño segmento que forma parte de la totalidad del sector agrícola. Al contrario, la mayoría de las debilidades señaladas son propias de los productores agrícolas y de la agro-industria en general en la región. Las micro, pequeñas y medianas empresas agrícolas de la región -orgánicas y convencionales- comparten en gran medida la misma situación. Entre otros aspectos, el acceso al crédito es muy escaso; la infraestructura de transporte y logística es pobre; la capacidad y visión empresarial son limitadas y el acceso a la tecnología de producción y la información de mercado están restringidos.

El futuro de la oferta es difícil de predecir. Sin embargo, se observa un gran interés con respecto al desarrollo de los mercados locales que conllevará a acciones concretas de diferentes sectores para orientar la oferta hacia la demanda local. De hecho, la mayor parte de los esfuerzos de las ONGs y las agencias de gobierno y de cooperación que apoyan el sector apuntan actualmente al mercado local. Entre las acciones que se están llevando a cabo se destacan la apertura de nuevos canales de comercialización, la diversificación de la oferta y la reorganización del sector productivo. Los esfuerzos por industrializar y agregar valor a más productos orgánicos frescos son muy escasos. Debido a ésto el panorama a mediano y corto plazo sugiere una lenta aparición de productos procesados listos para el consumidor final.

Con respecto a la oferta de productos certificados comercio equitativo ("Fairtrade") el estudio evidencia que existen muchas similitudes con la producción orgánica. Inclusive una parte importante de la producción comercio equitativo es a su vez certificada como orgánica. Esto sucede principalmente en el caso del café.

El número de cooperativas y asociaciones de la región involucradas en el comercio equitativo es más reducido que el número total de grupos de productores orgánicos. La producción se concentra en productos tradicionales (café, azúcar, banano, etc) para mercados de exportación y de poco valor agregado. La Tabla II muestra el volumen de productos comercio equitativo que se ofrecen en los cuatro países de Centroamérica.

Por último es digno de mencionar que la dinámica del sector dedicado al comercio equitativo en términos de empresas que entran y salen del mercado es mucho menor que la que se percibe en el sector orgánico. De este modo se observa una mayor estabilidad entre las empresas que participan en el comercio equitativo.

TABLA II

Oferta de productos comercio equitativo de Centroamérica, mayo 2005 (estimación de producción en toneladas métricas por año)

Producto	Número de grupos de productores certificados (asociaciones y cooperativas)	Volumen de producción anual
Café	56 ⁴	33,920 ⁵
Azúcar	3	Refinada: 49,750 Morena: 2,450
Banano	2	Fresco: 11,500 Puré: 120
Piña	2	Piña fresca: 28,240 Jugo concentrado de piña: 1,840
Naranja	1	11,700
Cacao en grano	2	460
Ajonjolí	1	Semillas: 2,025 Aceite: 10
Miel de abejas	1	135
Nuez de marañón	2	Sólo nuez: 65 Nuez y deshidratado: 425

Fuente: Estimaciones de CIMS, 2005

Nota: No incluye datos de Guatemala.

⁴ Se incluyen aquí cooperativas de segundo piso y las cooperativas que están englobadas dentro de su estructura. Sólo COOCAFE en Costa Rica incluye a 9 cooperativas vinculadas al Comercio Equitativo. Un caso similar se presenta en Honduras con La Central de Cooperativas Cafetaleras.

⁵ TM de café oro

SIGLAS

ACICAFOC	Asociación Coordinadora Indígena y Campesina de Agroforestería Comunitaria Centroamericana
ACOPO	Asociación Cooperativa de Productores Orgánicos
ADROH-ASDEL	Asociación para el Desarrollo de Honduras-Sistematización de Desarrollo Local Sostenible
AECI	Agencia Española de Cooperación Internacional
AGRONATURA	Asociación Salvadoreña de Agricultores y Procesadores de Productos No Tradicionales
APDP	Asociación de Proyectos del Pueblo
APECAFE	Asociación de Pequeños Productores de Café de El Salvador
APODAR	Asociación de Productores Orgánicos de Alfaro Ruiz
APRAINORES	Asociación de Productores Agroindustriales Orgánicos de El Salvador
ASOPROAGROIN	Asociación de Productores Usuarios de Proagroin (Programa de Desarrollo Agroindustrial)
ASOPRODULCE	Asociación de Productores Orgánicos de Dulce
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CACTRIL	Cooperativa Cafetalera Triniteca Limitada Cooperativa Agropecuaria Regional
CARSBIL	Santa Bárbara Intibuca Ltda
CARUCHIL	Cooperativa Regional Unión Chinacla Ltda. Aldea Arenales
CAUFUL	Cooperativa Unión y Fuerza Ltda
CE	Comercio Equitativo
CECOCAFEN	Central de Cooperativas Cafetaleras del Norte
CEDECO	Corporación Educativa para el Desarrollo Costarricense
CENADA	Centro Nacional de Abastecimiento y Distribución de Alimentos
CIMS	Centro de Inteligencia sobre Mercados Sostenibles
CIVITE	Centro Integral de Vida y Tecnología
CLUSA	Cooperative Leagues of the United States
COAQUIL	Cooperativa Agropecuaria Quiraguira Ltda
COARENE	Cooperativa Agropecuaria Regional Nuevo Edén Ltda
COCASAM	Cooperativa Cafetalera Sanmarqueña Ltda

COCASJOL	Cooperativa Agropecuaria Cafetalera San José Ltda
COHORSIL	Cooperativa Cafetalera Siguatepeque Ltda
COMUCAP	Coordinadora de Mujeres Campesinas de La Paz
CORALAMA	Cooperativa de la Reforma Agraria La Marañonera
DED	Servicio Alemán de Cooperación Social y Técnico
EXPRONAV	Exportadora Navas
FLO	Fair Trade Labelling Organization
GTARAO	Gerencia Técnica en Acreditación y Registro en Agricultura Orgánica
GTZ	Cooperación Técnica Alemana (German Technical Co-operation)
IICA	Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura
MAG	Ministerio de Agricultura y Ganadería
MAOCO	Movimiento de Agricultura Orgánica Costarricense
OGM	Organismo Genéticamente Modificado
OIA	Organización Internacional Agropecuaria
ONG	Organización No Gubernamental
PASOLAC	Programa para la Agricultura Sostenible en Laderas de América Central
PNA	Programa Nacional de Agricultura Orgánica
PROCHALATE	Proyecto de Rehabilitación y Desarrollo de las Áreas Afectadas por el Conflicto en Chalatenango
RAOS	Cooperativa Regional Mixta de Agricultores Organicos de la Sierra
RINAGRO	Río Nance Agroindustrial
UCRAPROBEX	Unión de Cooperativas de la Reforma Agraria de Productores, Beneficiadores y Exportadores del Café
UNEX	Unión de Exportadores

TABLA DE CONTENIDOS

1	INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS	9
2	GENERALIDADES DE LA OFERTA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y COMERCIO EQUITATIVO	10
	2.1. SITUACIÓN ACTUAL	10
	2.2. NATURALEZA DE LOS PRODUCTORES Y CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA	10
3	OFERTA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y DE COMERCIO EQUITATIVO DE COSTA RICA	13
	3.1. PANORAMA GENERAL DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA	13
	3.2. PRINCIPALES PRODUCTOS ORGÁNICOS CERTIFICADOS	13
	3.3. PRODUCCIÓN DE FRUTAS Y VEGETALES ORGÁNICOS	14
	3.4. PRODUCTOS CERTIFICADOS BAJO EL ESQUEMA DE COMERCIO EQUITATIVO	15
	3.5. CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTORES ORGÁNICOS	15
	3.6. OBSERVACIONES SOBRE LOS PRODUCTOS DISPONIBLES	18
	3.7. TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS DE LA OFERTA	18
4	OFERTA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y DE COMERCIO EQUITATIVO DE NICARAGUA	19
	4.1. PANORAMA GENERAL DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA	19
	4.2. PRINCIPALES PRODUCTOS ORGÁNICOS CERTIFICADOS	19
	4.3. PRODUCCIÓN DE FRUTAS Y VEGETALES ORGÁNICOS	19
	4.4. PRODUCTOS CERTIFICADOS BAJO EL ESQUEMA DE COMERCIO EQUITATIVO	22
	4.5. CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTORES ORGÁNICOS	22
	4.6. OBSERVACIONES SOBRE LOS PRODUCTOS DISPONIBLES	22
	4.7. TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS DE LA OFERTA	23
5	OFERTA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y DE COMERCIO EQUITATIVO DE EL SALVADOR	24
	5.1. PANORAMA GENERAL DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA	24
	5.2. PRINCIPALES PRODUCTOS ORGÁNICOS CERTIFICADOS	24
	5.3. PRODUCCIÓN DE FRUTAS Y VEGETALES ORGÁNICOS	24
	5.4. PRODUCTOS CERTIFICADOS BAJO EL ESQUEMA DE COMERCIO EQUITATIVO	26
	5.5. CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTORES ORGÁNICOS	26
	5.6. OBSERVACIONES SOBRE LOS PRODUCTOS DISPONIBLES	27
	5.7. TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS DE LA OFERTA	28
6	OFERTA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y DE COMERCIO EQUITATIVO DE HONDURAS	29

6.1.	PANORAMA GENERAL DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA	29
6.2.	PRINCIPALES PRODUCTOS ORGÁNICOS CERTIFICADOS	29
6.3.	PRODUCCIÓN DE FRUTAS Y VEGETALES ORGÁNICOS	29
6.4.	PRODUCTOS CERTIFICADOS BAJO EL ESQUEMA DE COMERCIO EQUITATIVO	30
6.5.	CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTORES ORGÁNICOS	30
6.6.	OBSERVACIONES SOBRE LOS PRODUCTOS DISPONIBLES	31
6.7.	TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS DE LA OFERTA	33
7	OBSERVACIONES FINALES	34
8	REFERENCIAS	35

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

La producción orgánica en Centroamérica muestra un comportamiento extremadamente dinámico. Nuevas empresas se certifican cada año; mientras que otras descontinúan la certificación. Sin embargo, en términos generales el sector ha crecido paulatinamente y en forma heterogénea en los países.

Por su parte la producción certificada comercio equitativo ha aumentado progresivamente y presenta menos variabilidad. No obstante, tanto los micro y pequeños productores orgánicos como los certificados comercio equitativo se encuentran en su mayoría dispersos geográficamente en zonas rurales. Por tal razón se presentan problemas de comunicación porque no son accesibles fácilmente por medios modernos como el correo electrónico o incluso vía fax.

Aún los países que tienen mejores registros y controles sobre la producción -apoyados en un marco institucional bastante bien estructurado- no cuentan con los datos más completos ni actualizados sobre la producción orgánica certificada. Ésto se debe en parte a la gran dinámica del sector y a la falta de capacidad para velar por el cumplimiento del marco jurídico existente sobre controles y registros.

Todo lo anterior ocasiona que el estudio de la oferta orgánica (principalmente) de la región sea una tarea extremadamente difícil. Su ejecución requiere de un trabajo continuo e intensivo de investigación directa con los productores, procesadores y exportadores orgánicos, agencias de certificación, ONGs que apoyan la actividad y otras agencias del sector privado y público.

El presente documento inicia con una caracterización general del sector orgánico en la región. Seguidamente se hace un minucioso análisis de la situación actual de la oferta y las perspectivas en cada país. Posteriormente se incluye un capítulo individualizado por país donde se detalla la descripción de las características de los productos y de los productores orgánicos.

El estudio fue realizado por CIMS entre enero y junio del 2005 con la colaboración de muchísimos actores del sector orgánico en toda la región. Se destaca el enorme apoyo brindado por CLUSA en Nicaragua y por AGRO-NATURA en El Salvador. Estas organizaciones colaboraron activamente en la investigación realizada en sus respectivos países.

La información fue recopilada directamente de las empresas certificadas. Seguidamente los datos obtenidos fueron verificados y completados con la información brindada por las agencias certificadoras. Finalmente se realizó un análisis comparativo de los resultados obtenidos por CIMS con la información proporcionada por las agencias de gobierno que apoyan el sector y algunas ONGs e instituciones. De este modo se garantizó la veracidad y calidad de la información que se presenta. En algunos casos los datos mostrados corresponden a estimaciones basadas en diversas fuentes que se indican claramente en cada caso específico⁶.

Paralelamente al presente estudio, CIMS preparó un documento complementario donde se incluye una descripción detallada de los orígenes del sector orgánico y del movimiento comercio equitativo en Honduras, Nicaragua, Costa Rica y El Salvador. Este documento contempla además un análisis del marco jurídico e institucional para el control de la producción y la comercialización de productos orgánicos y del desarrollo general del sector en cada país. Adicionalmente el documento incluye un breve análisis sobre los servicios de apoyo técnico, asistencia comercial, financiamiento y certificación con que cuenta el sector en la región.

Para obtener información específica de cada empresa dedicada a la agricultura orgánica y al procesamiento y comercialización de productos orgánicos en Centroamérica se recomienda obtener una copia del Directorio Centroamericano de Productores, Procesadores y Exportadores de Productos Orgánicos y de Comercio Equitativo (visite <http://www.cims-la.com/ES/ecomercados> o <http://www.ecomercados.org>).

⁶ CIMS - a solicitud de Ecomercados - desarrolló un Directorio de productores, procesadores y exportadores de productos orgánicos y Comercio Equitativo en la región centroamericana (Costa Rica, El Salvador, Honduras y Nicaragua). En este directorio usted puede encontrar información detallada (datos de la empresa, contacto, estándares de certificación, volumen de producción, ha certificadas y observaciones) sobre los diferentes productores, procesadores y exportadores de productos orgánicos. Esta información puede accederse a través de la página web de CIMS: <http://www.cims-la.com/ES/ecomercados/> o de Ecomercados: <http://www.ecomercados.org>

2. GENERALIDADES DE LA OFERTA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y COMERCIO EQUITATIVO EN LA REGIÓN

2.1 SITUACIÓN ACTUAL

Centroamérica no se ha quedado al margen del crecimiento de la producción orgánica certificada nivel global. Aunque los números son relativamente bajos en comparación con otros países, la producción orgánica certificada supera las 78,000 hectáreas, sólo en los cuatro países objeto de este estudio. Se estima que en toda la región hay más de 14,000 fincas produciendo orgánicamente. La mayoría de fincas son de micro y pequeños productores cuyas parcelas orgánicas rara vez superan las 5 hectáreas. La tabla 1 muestra las cifras más actualizadas que se encuentran disponibles a mayo del 2005.

Según se describe más adelante en el capítulo de cada país de la región, la mayor parte de la producción orgánica de Centroamérica se concentra en productos frescos y de poco valor agregado destinados a los mercados de exportación. El café representa un rubro muy importante en todos los países, seguido por las frutas, ajonjolí, cacao y más recientemente carne vacuna. La importancia relativa de cada rubro en términos de área de producción certificada en los cuatro países cubiertos en este estudio se puede observar en el gráfico 1.

TABLA 1

Producción orgánica certificada en Centroamérica, estimación a mayo 2005

País	Área certificada (Ha)	% del área agrícola total	Estimación del número de fincas dedicadas a la producción orgánica ⁵
Costa Rica	10,680 ¹	2.38	3,987
El Salvador	7,500 ²	0.47	1,000
Honduras	5,897 ³	0.16	3,000
Nicaragua	54,271 ⁴	0.90	5,977

Fuente: ¹ GTARAO, 2004. CIMS estima cerca de 9,000 ha certificadas en Costa Rica.

² Estimado por CIMS. MAG (2004) reporta 4,900 ha certificadas en El Salvador.

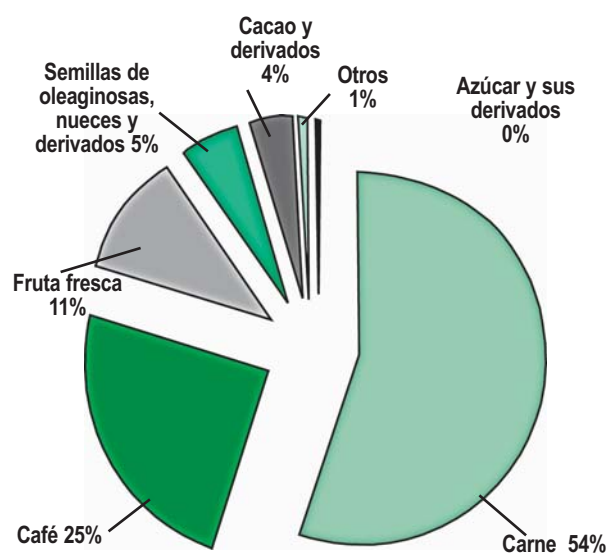
³ GTZ et al, 2004

⁴ Cussianovich, 2003; Cussianovich y Altamirano, 2005

⁵ Los datos del número de fincas fueron tomados de Cussianovich y Altamirano (2005).

GRAFICO 1

Distribución del área certificada orgánica en Centroamérica según categoría de productos⁷



Fuente: Elaborado por CIMS

2.2 NATURALEZA DE LOS PRODUCTORES Y CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA

La producción orgánica en Centroamérica se caracteriza por la participación de miles de micro y pequeños productores, en su mayoría organizados alrededor de cooperativas y asociaciones. Los productores por lo general no entregan directamente su producto al mercado sino que lo venden a intermediarios nacionales y compradores externos que se encargan de procesar y/o exportar a los mercados de destino.

Diversos estudios revelan que las fincas en promedio no superan las 5 ha de extensión (Cussianovich y Altamirano, 2005). Según el IICA (2002), las fincas orgánicas actuales se han originado a partir de las siguientes cinco categorías:

⁷ Incluye únicamente información de Honduras, Nicaragua, El Salvador y Costa Rica

1. Fincas o parcelas con escaso o nulo uso de insumos sintéticos: se trata de fincas altamente diversificadas que guardan un uso eficiente de los recursos como semillas, aguas, suelo y diversidad vegetal. Ejemplo: fincas de café con alta diversidad.

2. Fincas donde se preservan prácticas indígenas con plantas silvestres o introducidas desde hace varias décadas, o siglos, y manejadas de manera artesanal (actualmente certificadas). Ejemplo: mora orgánica en Costa Rica.

3. Fincas que han adoptado el sistema técnico de la agricultura orgánica, ecológica, biológica o permacultura, términos utilizados en la región para las prácticas en fincas orgánicas.

4. Fincas o parcelas pequeñas de agricultores de muy pocos recursos (< 1 ha) que no han logrado adquirir los agroquímicos y han optado por una producción más “limpia” debido a que no cuentan con los ingresos necesarios para la compra de los insumos químicos.

5. Fincas o parcelas que utilizaron insumos químicos, pero que se encuentran en proceso de transición o están certificadas, después de haber cumplido el período de transición establecido por las agencias certificadoras.

Un punto que se escapa de la clasificación presentada en la figura 1 es el tema de las convicciones que sustentan en muchos casos la producción orgánica. En este sentido cabe señalar que no todos los productores orgánicos optaron por el cambio producto de sus convicciones y compromiso con el medio ambiente, la salud y las comunidades involucradas. Muchos de ellos optaron por transformar sus procesos productivos y certificarse orgánicos como una alternativa a la crisis de mercado de algunos rubros como el caso del café. Otros cambiaron al visualizar una oportunidad de mercado.

A continuación se resumen algunas de las principales apreciaciones sobre la producción orgánica de la región derivadas de la investigación realizada por CIMS y de la preparación del directorio de productores y exportadores de productos orgánicos de Centroamérica⁸:

■ Los principales productos orgánicos cosechados corresponden a rubros que por tradición se han cultivado en la región. Los productores han aprendido hacer lo mismo pero orgánicamente y aprovechan la experiencia acumulada durante muchas décadas así como de la infraestructura de comercialización y la tecnología disponible. En otras palabras, con muy pocas excepciones los países de la región prácticamente no tienen experiencia con productos ajenos a la experiencia agrícola que disponen.

■ Los productos orgánicos de la región son básicos y con poco valor agregado. Durante los últimos años ha iniciado la producción de lácteos, mermeladas y carne orgánica. La experiencia en el procesamiento de productos orgánicos aparte de café (tostado y molido), ajon-

jolí (aceite) y algunas frutas (secas y/o puré) es prácticamente nula.

■ La oferta actual es además poco diversificada, desorganizada y rara vez sistematizada. Su mayor debilidad es la fuerte desvinculación con el mercado local (demanda)⁹.

■ Los productores orgánicos no solo son muy pequeños sino que tienen a estar muy dispersos geográficamente, lo que dificulta enormemente la organización y los esfuerzos de comercialización conjunta. La mayor parte están ubicados en zonas rurales, con serios problemas de infraestructura tanto operativa como de logística.

■ La mayoría de los micro y pequeños productores cuentan con muy pocos recursos y carecen de una sólida capacidad y visión empresarial. Su acceso a los mercados es muy limitado y no tienen experiencia en mercadeo ni en comercialización.

■ Los productores por lo general no tienen acceso a crédito y a otros recursos necesarios para ser competitivos e integrarse en mercados formales. Además se caracterizan por ser “poco fieles” con sus socios comerciales, por tener escasa visión de largo plazo y ser poco constantes en su producción. Al respecto cabe rescatar que en la región existen muchos extranjeros con otra visión y educación que han marcado afortunadamente la diferencia. Muchos de ellos han surgido exitosamente a pesar de las limitaciones técnicas, de infraestructura y de financiamiento que persisten en la región.

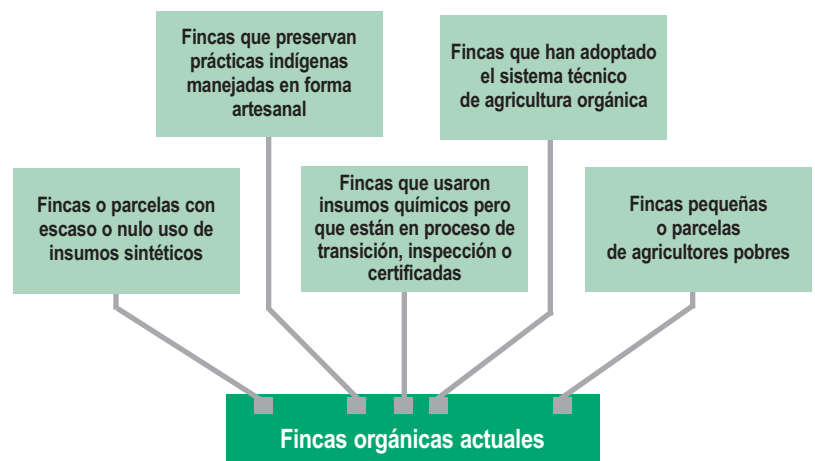
■ Las prácticas agrícolas utilizadas son en su mayoría poco tecnificadas y planificadas. Como resultado en la mayoría de los casos se obtienen niveles de productivi-

⁸ Más información en <http://www.cims-la.com/ES/ecomercados/>

⁹ Este argumento se amplía bastante en otro documento elaborado por CIMS titulado: “Venta y Distribución de Alimentos en Centroamérica: énfasis en productos orgánicos en Nicaragua y Costa Rica”, 2005. El documento se puede obte-

FIGURA 1

Situación de las unidades productivas que han dado origen a las fincas orgánicas en Centroamérica



dad y de calidad inferiores a la producción convencional para los mismos rubros.

■ Gracias a la participación de las ONGs que han canalizado recursos de la cooperación internacional, muchos productores de la región operan y comercializan sus productos con subsidios, incluyendo subsidios de certi-

ficación, transporte y costos de producción. Si esta situación se mantiene por mucho tiempo se corre el riesgo de obstaculizar el desarrollo de la capacidad empresarial de los productores que disfrutaban de los subsidios y por ende se estaría perjudicando el mercado en el mediano y largo plazo.

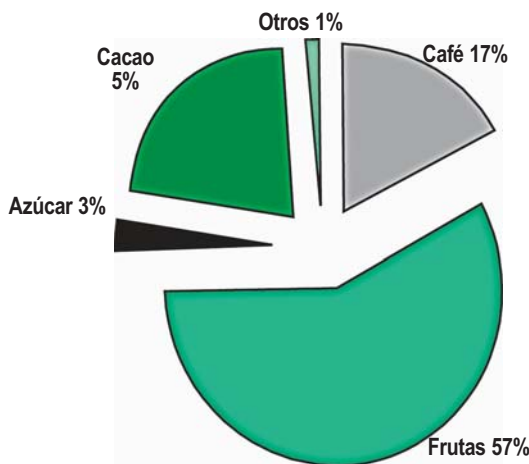
3. OFERTA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y DE COMERCIO EQUITATIVO DE COSTA RICA

3.1 PANORAMA GENERAL DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA

De acuerdo con las estadísticas más recientes en Costa Rica existen cerca de 10 mil hectáreas certificadas. La mayor parte de ellas (alrededor del 57%) están dedicadas a la producción de fruta fresca, aproximadamente el 22% a cacao y cerca del 17% a la producción de café orgánico (ver gráfico 2).

GRAFICO 2

Distribución del área certificada orgánica según categoría de productos en Costa Rica, estimación a Mayo 2005



Fuente: CIMS

3.2 PRINCIPALES PRODUCTOS ORGÁNICOS CERTIFICADOS

Los cinco principales productos orgánicos de Costa Rica se presentan en la tabla 2. Con excepción de la piña, todos los demás productos orgánicos son semi-procesados. Se destaca la participación de empresas multinacionales y empresas de gran envergadura como Gerber Ingredients, Del Oro, Trobanex, Fructa C.R. S.A. y Costa Rican Cocoa Products que procesan y exportan principalmente subproductos de frutas tropicales y cacao.

En el caso de las frutas tropicales, sólo el banano, la naranja y la mora son actualmente procesados y transformados en productos con alto valor agregado.

Cabe resaltar que la producción de café orgánico es reducida en comparación con otros países de la región. Recientemente, varias organizaciones productoras de café orgánico han incursionado en la comercialización de otros productos como el banano que también es producido en sus fincas. Los vegetales son comercializados en forma fresca en las ferias orgánicas que se realizan a nivel nacional. Otra parte de los vegetales se comercializa a través de las principales cadenas de supermercados.

TABLA 2

Principales productos orgánicos de Costa Rica, estimación a mayo 2005

Producto	Número de empresas	Volumen de producción estimado (TM/Año)		Área certificada estimada (Ha)
		Fresco	Procesado	
Banano	9	8,000-8,500	Deshidratado: 20 Jugo: 30 Mermelada: 2 Puré: 3,300 Vinagre: 6	3,430
Naranja	4	7,730 ¹	Jugo: 3,900	1,000
Piña	5	3,245		180
Cacao	4		Grano seco: 420 Cacao en polvo: 300 Licor de cacao: 370 Manteca de cacao: 500 Torta de cacao: 250	2,050
Café (verde/oro)	13		1,275 ²	1,650

Fuente: datos recopilados por CIMS directamente de las empresas certificadas y de otras fuentes

Notas: ¹ Incluye toda la fruta fresca recibida por Del Oro para procesamiento (fincas propias y de productores asociados) y 1 TM producida por Los Nacientes.

² Incluye los datos de producción de Cafetalera Lomas al Río recopilados por CIMS en el 2003 (CIMS, 2003).

En Costa Rica la producción agrícola está sujeta a las condiciones climatológicas, lo cual incide en las fluctuaciones de la oferta de productos orgánicos durante el año. Durante este año (2005), las plantaciones de banana en la zona atlántica de Costa Rica fueron afectadas por inundaciones que ocurrieron en los meses de enero y febrero. Varios productores orgánicos de la zona de Talamanca entrevistados por CIMS expresaron su preocupación por la magnitud de los daños (pérdidas cercanas al 50%). Los pequeños productores en muchos de los casos tuvieron que iniciar un proceso de limpieza, revisión de plantaciones y resiembra. Diversos especialistas afirmaron que el proceso de recuperación se prolongaría en algunos casos hasta por un año (La Nación, 2005). Los procesadores también fueron afectados ya que la escasez de banana fresco ocasiona que no puedan maquilar las cantidades de jugo, puré, deshidratado y otros que bajo condiciones ideales serían capaces de procesar y suministrar a sus clientes.

3.3 PRODUCCIÓN DE FRUTAS Y VEGETALES ORGÁNICOS

Costa Rica es relativamente fuerte en la producción de fruta orgánica procesada y muy recientemente incursio-

nó en el negocio de piña fresca orgánica a pesar de que indiscutiblemente es el mayor exportador de piña fresca del mundo.

La producción de vegetales está concentrada en unas pocas hortalizas, básicamente para el consumo local (ver tabla 5). Cabe señalar que existen muchos productores de hortalizas que practican la agricultura orgánica pero que no están certificados por diversas razones. Este tipo de productor también participa en ferias de agricultores donde comercializa su producto y lo promueve como orgánico. No ha sido posible estimar el volumen de producción de hortalizas orgánicas sin certificación.

La tabla 6 muestra el panorama actual de la producción orgánica del país, según categoría de productos¹⁰. Costa Rica ha logrado una gran diversificación de su producción en comparación con el resto de países.

¹⁰ Estos datos fueron obtenidos por CIMS directamente de las empresas certificadas, cuya información fue validada y corroborada con agencias certificadoras y el ente regulador de la actividad orgánica en Costa Rica.

TABLA 3

Exportación de productos orgánicos de Costa Rica, estimación a mayo 2005

Producto	Volumen exportado		Mercado de destino					
	Fresco	Procesado	Estados Unidos		Unión Europea		Japón	Otros
			Fresco	Procesado	Fresco	Procesado		
TM/ Año								
Banano		Deshidratado: 20 Jugo: 30 Puré: 3,300 Vinagre: 4.8		Puré: 770 Vinagre: 4.8		Deshidratado: 20 Jugo: 30 Puré: 2,410		Puré: 120
Naranja		3,900				3,900		
Piña	2,550		1,600					950
Cacao ¹		Grano seco: 290 Cacao en polvo: 300 Licor de cacao: 370 Manteca de cacao: 500 Torta de cacao: 250		Grano seco: 150 Cacao en polvo: 300 Licor de cacao: 370 Manteca de cacao: 500 Torta de cacao: 250		Grano seco: 140		
Café		1,215 ¹		960		250		5

Fuente: datos recopilados por CIMS directamente de las empresas certificadas

Notas: ¹ Incluye 101.2 TM de café orgánico-FLO.

3.4 PRODUCTOS CERTIFICADOS BAJO EL ESQUEMA DE COMERCIO EQUITATIVO

Costa Rica tiene más de una década de experiencia en producción certificada bajo el esquema de comercio equitativo relacionado a FLO. Los productos comercio equitativo que ofrece el país se muestran en la Tabla 7. Europa constituye el principal mercado destino para todos los productos. Costa Rica tiene el honor de haber sido el primer país que exportó piña comercio equitativo a nivel mundial, primero a Europa en el 2002 y luego a Estados Unidos en el 2004.

Sin embargo, no toda la producción certificada como comercio equitativo se comercializa en el mercado con esta diferenciación. En el caso del café, Chacón (2005) manifestó que COOCAFE exporta más de 1500 TM de café anuales certificadas. Esto representa un 30% de la producción total certificada de COOCAFE.

El azúcar refinado certificado como comercio equitativo se comercializa en su mayoría a nivel local a través de la Liga Agrícola Industrial de la Caña de Azúcar (LAICA). Sólo se exportan a Europa 750 TM de un total de 49,750 TM producidas (Ramírez, 2005).

La producción de naranja certificada comercio equitativo se vende en su totalidad a las dos principales procesadoras de jugo de naranja en el país. Sin embargo, el jugo que se produce no es certificado y se exporta como jugo convencional o jugo convencional orgánico. ASO-PROAGROIN (empresa productora) está tratando de implementar un sistema de procesamiento -a través de un procesador- que le permita asegurar la trazabilidad del proceso para exportar jugo certificado comercio equitativo. Según lo manifestado por Piedra (2005) no se han logrado establecer vínculos comerciales con clientes potenciales para la exportación de este tipo de producto.

TABLA 5

Principales vegetales frescos producidos en Costa Rica, estimación a mayo 2005

Producto	Volumen (TM/año)
Repollo	275
Lechuga	195
Zanahoria	190
Mostaza china	93
Coliflor	91
Otros (brócoli, chile, apio, tomate):	
Brócoli:	36
Apio:	31
Chile:	31
Tomate:	31

Fuente: información recopilada por CIMS directamente de las empresas certificadas.

3.5 CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTORES ORGÁNICOS

A continuación se presentan varias observaciones que permiten caracterizar a los productores orgánicos de Costa Rica. Estas observaciones se desprenden de la investigación realizada por CIMS y de la elaboración del directorio de productores y exportadores de productos orgánicos de la región:

- El sector orgánico está principalmente integrado por micro y pequeños productores poseen fincas muy diversificadas (hasta 75 productos diferentes). Estas fincas por lo general se encuentran dentro de un sistema agroforestal, lo que permite mantener un sistema muy rico desde el punto de vista agro-ecológico.

TABLA 4

Volumen de fruta fresca y procesada producida en Costa Rica, estimación a mayo 2005

Producto	Fresco	Tipo de procesamiento				
		Pulpa/puré	Jugo	Mermelada	Vinagre	Deshidratado
TM/ Año						
Banano	8,000 – 8,500	3,300	30	2	6	20
Naranja	7,730		3,900			
Piña	3,245					
Mora	430	250		1		
Arazá	70	36				

Fuente: información recopilada por CIMS directamente de las empresas certificadas

TABLA 6

Área orgánica certificada en Costa Rica, estimación a mayo 2005

CATEGORIA	PROUDCTO	NUMERO DE EMPRESAS	MERCADOS DESTINO	AREA CERTIFICADA (Ha)
Aceites esenciales	Aceite de cáscara de naranja, aceite esencial de naranja, aceites esenciales de plantas medicinales e hydrasol	2	Canadá, Costa Rica, Estados Unidos	N/A
Azúcar	Azúcar morena, panela y dulce	3 ¹¹	Canadá, Costa Rica, Estados Unidos, Europa, Japón, Taiwán,	270
Cacao y sus derivados	Cacao en polvo, cacao en grano, licor, manteca y torta	4	Estados Unidos, Europa	2,050
Café	Café verde oro	13	Canadá, Costa Rica, Estados Unidos, Europa	1,650 ¹²
Fruta fresca	Aguacate, banano, cas, estococa, mora, naranja, naranjilla, noni, piña y tomatillo	15	Costa Rica, Estados Unidos, Europa y Panamá	5,430 ¹³
Fruta procesada	Arazá (pulpa), banano (deshidratado, jugo, mermelada, puré y vinagre), guayaba (mermelada), mango (mermelada), mora (mermelada y pulpa), naranja (jugo),	11	Canadá, Costa Rica, Estados Unidos, Europa	N/A
Granos y cereales	Arroz	1	Costa Rica	43.5
Insumos	Ceras protectoras para frutas y vegetales, limpiadores para piletas de banano	2	Brasil, Camerún, Chile, Costa Rica, Ecuador y República Dominicana	N/A
Plantas medicinales y especias	Albahaca, canela, juanilama, menta, orégano, paprika, pimienta, sábila, tilo, tomillo, vainilla, zacate de limón	4	Costa Rica y Estados Unidos	25 ¹⁴
Raíces y tubérculos	Cúrcuma, jengibre y yuca	3	Costa Rica y Estados Unidos	5
Vegetales frescos	Acelga, apio, brócoli, cebollino, chile, coliflor, culantro, lechuga, mostaza china, palmito, bok-choy, perejil, rábano, remolacha, repollo, tomate, vainica y zanahoria	5	Costa Rica	40

Fuente: Información recopilada por CIMS.

Nota: ¹¹ Orgánica Jaris de Mora comercializa el producto de ASOPRODULCE. Se reportan tres empresas en total: tres productoras (ASSUKAR, ASOPRODULCE y Orgánica Jaris de Mora) y sólo dos comercializadoras de azúcar orgánica (ASSUKAR y Orgánica Jaris de Mora).

¹² Sólo la agencia Eco-LÓGICA reporta casi 900 ha de café certificado.

¹³ Incluye las 820 ha propias certificadas de Del Oro S.A (procesadora de jugo de naranja). Además 10 ha orgánicas de piña de ASOPROAGROIN y 60 ha certificadas de Tierra (tiene 122 ha totales certificadas sembradas pero sólo 60 ha en producción).

¹⁴ Hectáreas reportadas por Eco-LÓGICA y estimadas por CIMS directamente con información provista por los productores

■ Los productores de hortalizas manejan áreas pequeñas (2.1-2.7 ha). La empresa líder en este campo, APO-DAR, registra 22 ha certificadas (asociación de productores).

■ El banano es producido por pequeños productores y se encuentra concentrado en la región de Talamanca. Existen otras áreas de producción dispersas en el país, pero con volúmenes de producción poco significativos.

■ Los productores carecen de información sobre mercados locales para vender su producto, algunos aún no tienen una salida de mercado. También carecen de medios de transporte apropiado para trasladar el producto desde la finca hasta los mercados, ferias del agricultor, supermercados y otros.

■ En el sector café, la fuerza motriz que impulsa la producción orgánica parece estar directamente relacionada con los precios internacionales más que con convicciones ambientales. Muchos productores indican que si los precios internacionales del café convencional siguen en ascenso dejarán la producción orgánica. Los pequeños

productores están imposibilitados para acceder mercados internacionales (volúmenes muy reducidos).

■ En el caso de café orgánico algunos productores han tenido problemas para colocar el producto en el mercado orgánico y lo venden en el mercado de café convencional (no hay incentivo para producir orgánico). Tienen producto disponible pero no encuentran oportunidades de mercado.

■ Productores de naranja orgánica se han desmotivado por los precios bajos de la fruta orgánica.

■ Los productores que asisten a las ferias locales no manejan sobrepuestos. Según comentarios de varios productores no necesitan un sobrepuesto por sus productos. El precio regular que reciben es suficiente para generar ganancia, según el criterio de varios productores de hortalizas.

■ La certificación orgánica bajo la modalidad de grupos ha permitido reducir los costos y facilitar el proceso. A pesar de esto, algunos productores manifiestan que no están listos para enfrentar el mercado.

TABLA 7

Productos certificados comercio equitativo (CE) de Costa Rica (Estimación a mayo 2005)
Exportación de productos orgánicos de Costa Rica, estimación a mayo 2005

Producto	Número de empresas	Área (Ha)	Volumen producido	Volumen exportado como CE	Mercados de destino			
					Estados Unidos	Unión Europea	Japón	Otros
TM/ Año								
Azúcar morena - oscura	3	Caña de azúcar: 1275	2,450	2,450	280	2,030		140
Azúcar refinada		Caña de azúcar: 5,000 ¹	49,750	750		750		
Banano	2	1,223	11,500			10,000		
Banano (puré)	1	N/A	120	120				
Cacao en grano	1	1,838	250	120		120		120
Café verde/oro	13	21,260	24,000	1,923	299	1,624		
Naranja	1	1,000	Fruta fresca: 11,700 ²	0				
Piña	2	330	28,244	24,500 ³	10,00	14,500		
Jugo concentrado de piña	1	N/A	1,837	1,837	0	1,837		

Fuente: información recopilada por CIMS directamente de las empresas certificadas

Notas: ¹ No se incluyen las 1,200 ha de CoopeCañera de San Ramón porque están incluidas en las ha de azúcar morena.

² Toda la naranja se vende a mercado local: Del Oro quien lo comercializan como convencional dado que no participan en el "Mercado Equitativo" y también a Tico Frut.

³ En el país existen dos empresas certificadas que producen piña Comercio Equitativo. En el cuadro se incluyen las ha certificadas y volumen (TM) de ambas empresas pero sólo una de ellas ha exportado.

3.6 OBSERVACIONES SOBRE LOS PRODUCTOS DISPONIBLES

Los puntos siguientes describen algunas de las principales observaciones que se derivan de la información recopilada por CIMS:

- La mayoría de la fruta fresca orgánica producida a nivel nacional se destina al procesamiento (caso del banano y la naranja). El banano fresco se vende a procesadoras locales (Gerber Ingredients, Florida Products, Trobanex y otros). En el caso de la piña, ésta se exporta como fruta fresca; una parte del rechazo se vende en el mercado nacional para procesamiento sin identificación de "producto orgánico".
- Actualmente se comercializan algunos productos con valor agregado en el mercado nacional: queso ricotta con hierbas, mantequilla, natilla, quesos, mermeladas. No obstante la mayoría está en transición o no tienen certificación. En el caso particular de los productos de origen animal existe una limitación relacionada a que no existe una normativa que regule la producción y el comercio de productos orgánicos de origen animal.
- Sobresale la producción de arroz orgánico en Costa Rica (43.5 ha) como el único proyecto de este tipo en Centroamérica. Se realiza investigación en "arroz rojo" ("wild rice"). Actualmente el arroz sólo se comercializa a nivel nacional.
- Los productos perecederos como vegetales frescos y frutas frescas con escaso tratamiento post-cosecha requieren del mercado nacional para venderse rápidamente sin que pierdan su calidad.
- Café, piña y banano (puré) se encuentran disponibles durante todo el año. La naranja se cosecha en los meses de febrero a mayo. El jugo de naranja está disponible durante todo el año. En el caso del cacao la producción se concentra en los meses de junio-julio y septiembre-enero.

3.7 TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS DE LA OFERTA

Las siguientes son algunas de las principales apreciaciones sobre las tendencias y las perspectivas de la oferta costarricense de productos orgánicos:

- La demanda local de banano orgánico para procesamiento (puré) supera considerablemente la oferta actual. Ante esta oportunidad de mercado llama la atención que inclusive algunas organizaciones de café pretende incursionar en el cultivo de banano orgánico por la posibilidad de cultivar el café en asocio con el banano.
- El Programa Nacional de Agricultura Orgánica (PNAO) intenta promover el consumo de productos orgánicos y facilitar la comercialización de los mismos a través del desarrollo de una Feria Semanal en CENADA (paralela a la ya existente feria organizada por CEDECO). Sin embargo, los productores tienen problemas de transporte, escasez de personal disponible y otros, lo que les dificulta su organización para asistir a las ferias.
- En el mediano y largo plazo se espera un incremento en área cultivada y certificada de frutas tropicales: piña, papaya, mango y arazá entre otras. De hecho numerosos productores están en proceso de transición a punto de ingresar al mercado orgánico con producto de muy buena calidad.
- Igualmente se prevé que el área de producción certificada de granos como el arroz aumentará considerablemente durante los próximos años.
- A nivel de productores existe un gran interés por crear un sistema de certificación que permita a los productores "certificarse" bajo una norma nacional y lograr así el reconocimiento de sus productos en el mercado nacional (programa de registro menos complicado que el de las certificadoras).

4. OFERTA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y DE COMERCIO EQUITATIVO DE NICARAGUA

4.1 PANORAMA GENERAL DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA

En términos de hectáreas bajo el sistema de producción orgánica, Nicaragua es el líder de la región. Esto se debe a que el país ha invertido fuertemente en certificar más de 40 mil hectáreas de pasturas para ganado y así producir y exportar carne orgánica. Actualmente existen aproximadamente 55 mil hectáreas certificadas de acuerdo con diversas fuentes¹⁵, estas áreas se encuentran distribuidas en diferentes categorías de productos según se muestra en el gráfico 3.

Respecto a empresas o unidades de producción certificadas (incluye asociaciones y cooperativas que agrupan a cientos de productores), cabe resaltar que la mayor parte se dedica a la producción de café (71%), seguido por miel (11%), ajonjolí (9%), soya (3.5%), nuez de marañón (3.5%).

4.2 PRINCIPALES PRODUCTOS ORGÁNICOS CERTIFICADOS

Los principales productos orgánicos de Nicaragua se listan en la tabla 8. Aunque en términos de área certificada la carne encabeza la lista, el volumen de producción es muy bajo actualmente. El café continúa siendo el principal producto orgánico del país, destinado en su mayoría a la exportación. Adicionalmente involucra a muchos productores agrupados en 42 grupos, asociaciones o cooperativas dentro de todo el país. El ajonjolí es el segundo producto en términos de volumen de producción seguido por la soya y la miel de abejas.

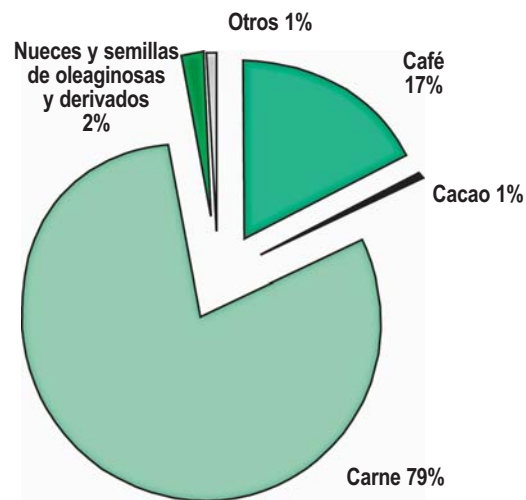
De acuerdo con la tabla 9, Estados Unidos figura como el principal mercado para los productos orgánicos, seguido por la Unión Europea. Sin embargo también se comercializan productos en los mercados regionales (Centroamérica).

4.3 PRODUCCIÓN DE FRUTAS Y VEGETALES ORGÁNICOS

La producción de vegetales orgánicos en Nicaragua es muy limitada debido a que el mercado local es incipiente y poco diferenciado. Sobresale el proyecto de la Mi-

GRAFICO 3

Distribución del área certificada de productos orgánicos en Nicaragua, a mayo 2005



Fuente: CIMS

TABLA 8

Principales productos orgánicos de Nicaragua, estimación a mayo 2005

Producto	Número de empresas	Volumen de producción estimado (TM/Año)		Área certificada estimada (Ha)
		Fresco	Procesado	
Café	42		7,750	8,950 ¹
Ajonjolí	6		1,100	780 ²
Soya	2		500	240 ³
Miel de abejas	6		350	N/A
Carne	114 fincas, 1 procesadora-exportadora		230	40,545

Fuente: Información recopilada por CIMS directamente de las empresas certificadas y otras fuentes

Notas: ¹ Cussianovich y Altamirano (2005) reportan 10 282.3 ha de café.

² Estimado por CIMS. Cussianovich y Altamirano (2005) reportan 860 ha de ajonjolí.

³ Estimado por CIMS. Cussianovich y Altamirano (2005) reportan 368 ha de soya.

¹⁵ Cussianovich (2003); Cussianovich y Altamirano (2005).

TABLA 9

Destino de las exportaciones de los principales productos orgánicos de Nicaragua, estimación a mayo del 2005

Producto	Volumen exportado		Mercado de destino			
	Fresco	Procesado	Estados Unidos	Unión Europea	Japón	Otros
TM/ Año						
Café		3,560 ¹	2,180	1,115	20	245
Ajonjolí		1,085	275	545		265
Soya		460	460			
Miel de abejas		325		315		10
Carne		230	68		12	150

Fuente: información recopilada por CIMS directamente de las empresas certificadas y otras fuentes
Notas: ¹ Incluye 192 TM de café orgánico-FLO.

sión Cristiana Verbo que se ha dedicado a la producción de calabaza para exportación. Este proyecto ha sido apoyado por la Universidad de Michigan (capacitación técnica, financiamiento y certificación a través de una agencia estadounidense). Según Sandoval (2005) la Misión Cristiana Verbo se destaca por su participación en el mercado internacional de productos orgánicos. Esta organización ha establecido contratos con clientes en los Estados Unidos para incrementar el área cultivada y la producción en los próximos meses.

Existen algunas experiencias de producción de hortalizas (lechugas) orgánicas para el mercado local, comercializadas inclusive en supermercados y en tiendas especializadas. No obstante, estas hortalizas no cuentan con certificación. A pesar de eso, en algunos puntos de venta se promocionan como orgánicos.

Nicaragua tampoco sobresale por la producción de fruta orgánica. La tabla 10 pone en evidencia la escasa producción de fruta certificada en el país. En todo caso, Nicaragua no se caracteriza por ser un fuerte productor de frutas en general, lo que se refleja además en la débil incursión en el campo de frutas orgánicas.

La tabla 11 muestra el panorama actual de la producción orgánica del país, según categoría de productos. Estos datos fueron obtenidos por CIMS directamente de las empresas certificadas, así como de agencias certificadoras y otras organizaciones que apoyan la agricultura orgánica en Nicaragua.

TABLA 10

Producción de frutas y vegetales orgánicos en Nicaragua, estimación a mayo 2005

Producto	Fresco	Tipo de procesamiento				
		Procesado	Deshidratada	Jugo	Mermelada	Vinagre
TM/ Año						
Papaya	50	1.00	1.00			
Piña		1.25	1.25			
Carambola		0.75	0.75			
Banano		0.50	0.50			
Mango		0.50	0.50			
Calabaza	16					

Fuente: información recopilada por CIMS directamente de las empresas certificadas y otras fuentes

TABLA 11

Área orgánica certificada en Nicaragua (estimación a mayo 2005)

CATEGORIA	PROUDCTO	NUMERO DE EMPRESAS	MERCADOS DESTINO	AREA CERTIFICADA (Ha)
Aceites vegetales	Aceite de ajonjolí	1	Europa	N/A
Cacao y sus derivados	Cacao en grano	1	Europa y otros	400 ¹⁶
Café	Café verde/oro	42 ¹⁷	Estados Unidos, Europa, Japón, Nicaragua	8,950 ¹⁸
Carne	Carne bovina	2 ¹⁹	El Salvador, Estados Unidos y Japón	40,545 ²⁰
Flores y ornamentales	Flores tropicales	1	Nicaragua	N/D
Fruta fresca	Papaya	1	Nicaragua	N/D
Fruta procesada	Banano, carambola, mango, papaya y piña deshidratados	1	Nicaragua	N/A
Granos y cereales	Maíz ²¹	1	Nicaragua	N/D
Insumos	Abono orgánico	2	Nicaragua	N/A
Miel de abejas y sus derivados	Miel de abejas	6	Costa Rica, Europa, Nicaragua y otros	N/D
Otros	Tabacos	1	Estados Unidos, Europa y Nicaragua	21 ²²
Plantas medicinales y especias	Albahaca fresca y rosa de jamaica	1	Nicaragua	N/D
Raíces y tubérculos	Malanga, yuca, quequisque (tiquisque) y cúrcuma	2	Europa y Nicaragua	45
Semillas de oleaginosas, nueces y sus derivados	Ajonjolí, semilla de marañón y soya	7	Canadá, Estados Unidos, Europa, Japón y Nicaragua	1100
Textiles	Prendas de vestir	1	Estados Unidos	N/A
Vegetales frescos	Calabaza	1	Estados Unidos	N/D

Nota: elaborada por CIMS

¹⁶ Fuente: Cussianovich, 2003.¹⁷ Incluye CECOCAFEN y Exportadora Atlantic. Sus datos no aparecen en el Directorio pero se obtuvieron de la Guía Latinoamericana de Productores, Beneficiadores y Exportadores de Café Sostenible. CIMS, 2003.¹⁸ Incluye las ha de café orgánico certificado de CECOCAFEN y Exportadora Atlantic reportadas por CIMS, 2003. Cussianovich (2003) reporta 10,282.3 ha de café orgánico certificado hasta setiembre de 2003. CLUSA (2005) indica un rango entre 5,000-6,000 ha de café orgánico.¹⁹ Se incluye Hammonia & Cía, LTDA y Nuevo Carnic. Hammonia comercializa su carne a través de Nuevo Carnic.²⁰ Entrevista telefónica: CLUSA (2005) indica que han sido inspeccionadas y certificadas por OIA 43,400 ha. Este dato se corroboró directamente con OIA, Argentina (Landa, 2005) y reportan 40,545 ha certificadas.²¹ También se producen otros granos como los frijoles. No obstante, los datos de producción de éstos no fueron significativos.²² Fuente: Cussianovich, 2003.

4.4 PRODUCTOS CERTIFICADOS BAJO EL ESQUEMA DE COMERCIO EQUITATIVO

La experiencia nicaragüense en el comercio equitativo se concentra alrededor del café. Según la Tabla 12, recientemente se incursionó en el campo del ajonjolí, de la miel y del cacao certificados comercio equitativo. Todos estos productos son de relevancia para el país, por su amplia trayectoria en estos rubros.

Cabe resaltar el hecho de que todos los productos certificados comercio equitativo son procesados o semi-procesados. Con excepción del café todos los demás son exportados al continente europeo.

4.5 CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTORES ORGÁNICOS

Básicamente los productores orgánicos están agrupados en asociaciones y cooperativas para efectos de comercialización y/o de procesamiento en algunos casos.

De acuerdo con Cussianovich y Altamirano (2005) en Nicaragua existen diversos tipos de rubros orgánicos certificados por tipo de operador. Éstos operadores son los productores individuales, las asociaciones, las cooperativas, las empresas procesadoras y las comercializadoras. Estos autores indican que la presencia de este tipo de estructuras es un indicador de la organización de los pequeños productores.

En Nicaragua existen 115 agentes que están involucrados en la cadena de valor. Entre ellos, un 75% se dedica a la producción primaria y un 25% al procesamiento y la comercialización (Cussianovich y Altamirano, 2005). Ellos indican que 102 operadores están certificados y 26 en proceso de transición.

Los productores individuales, asociaciones, cooperativas y procesadoras que se encuentran ubicados al norte del país se dedican a la producción y beneficiado de café. Por otro lado, los productores del Pacífico se dedican a la soya, el ajonjolí y su procesamiento. Es importante notar que según los mismos autores en la isla de Ometepe no existen beneficios de café ni comercializadores lo que incrementa considerablemente los costos de transporte para comercializar y transformar sus productos.

Durante el año 2003, los productores orgánicos con áreas certificadas indicaron un incremento tanto en el área de sus fincas como en la diversidad de rubros producidos. En la mayoría de los casos los diferentes esquemas de organización (asociaciones, cooperativas, etc) han hecho posible que los productores accedan la certificación (asistencia técnica, financiamiento). En el año 2003 casi el 3% de los productores agrícolas y pecuarios del país se dedicaban a la agricultura orgánica (Cussianovich y Altamirano, 2005).

El tamaño promedio de una finca en Nicaragua es de 9 ha. Sin embargo, el área de una finca dedicada a pasturas es considerablemente más extensa. Si se separan estas categorías se obtiene que en promedio las fincas de cultivos promedian 7.5 ha y las de pasturas promedian 323 ha. Las pasturas por lo general pertenecen a medianos y grandes productores individuales, mientras que las fincas de cultivos son de pequeños y medianos productores asociados (Cussianovich y Altamirano, 2005).

4.6 OBSERVACIONES SOBRE LOS PRODUCTOS DISPONIBLES

Nicaragua ofrece varios productos semi-procesados con cierto valor agregado como por ejemplo cúrcuma deshi-

TABLA 12

Producción certificada comercio equitativo de Nicaragua, estimación a mayo 2005

Producto	Número de empresas	Área (Ha)	Volumen producido	Volumen exportado	Mercados de destino			
					Estados Unidos	Unión Europea	Japón	Otros
TM/ Año								
Aceite de ajonjolí	1	N/A	10	10		10		
Ajonjolí		2,800	2,080	200		200		
Cacao en grano	1		208	161		25		108
Café verde/oro	21	4,512	5,337	2801	1,295	1,505		
Miel de abejas	1	N/A	136	136		136		

Fuente: Información recopilada por CIMS directamente de las empresas certificadas por FLO.

TABLA 13

Disponibilidad de los principales productos nicaragüenses

Producto	Disponibilidad durante el año
Café	Todo el año
Carne	Todo el año
Ajonjolí	Octubre-marzo
Soya	Noviembre-diciembre
Miel	Enero-marzo, agosto-diciembre
Cúrcuma	Mayo

Fuente: información recopilada por CIMS directamente de las empresas certificadas.

dratada²³, fruta deshidratada, nuez de marañón, aceite de ajonjolí, café y otros. Todos estos productos (con excepción de la fruta deshidratada) en su mayoría están dirigidos a los mercados de exportación en Europa y Estados Unidos. Sin embargo algunos productos como el cacao, miel de abejas y otros se comercializa a nivel regional en Centroamérica.

La oferta de los productos es variable durante el año. A continuación se presenta la disponibilidad de los principales productos en el mercado nicaragüense (Tabla 13).

Se destaca la escasa oferta de frutas y en este campo sobresale el caso de una empresa denominada CIVITE que ha logrado comercializar frutas tropicales deshidratadas y papaya fresca. Esta empresa comercializa a nivel local.

La oferta de productos para el mercado local es muy reducida si se compara con la oferta destinada a la exportación. Sin embargo, en el mercado local se ofrecen productos "gourmet" como el café saborizado con canela y cardamomo que es comercializado por Nicaraocoop comercializa en los restaurantes, hoteles, tiendas "naturistas" y algunos supermercados.

Cussianovich y Altamirano (2005) destacan que en Nicaragua se está promoviendo la diversificación de los productos orgánicos como resultado del incremento en las exportaciones. Esto ha permitido que Nicaragua tenga una amplia gama de productos para ofrecer al mercado internacional e incluso ese "menú" de productos podría incrementarse en los próximos años.

4.7 TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS DE LA OFERTA

La oferta de productos nicaragüense es sumamente dinámica. Por un lado surgen nuevas empresas orgánicas constantemente y por otro lado también cierran operaciones o pierden la certificación muchas empresas. Esta situación dificulta analizar la oferta real de productos orgánicos de Nicaragua.

La producción de carne orgánica es la que más acapara la atención por su tendencia creciente. La producción está concentrada en manos de medianos-grandes productores. Cussianovich (2003) y Cussianovich y Altamirano (2005) señalan 54,271 ha certificadas. Durante los próximos cinco años se proyecta un área certificada de 525,000 hectáreas (15% del área ganadera total del país) y 300,000 animales involucrados (12% del hato ganadero nacional) (MAG, 2004).

El estudio de la oferta latinoamericana de café sostenible publicado por CIMS en el 2003 (CIMS 2003) reporta una producción de 2,851 TM de café orgánico certificado en Nicaragua. El estimado de CIMS para el 2005 es de 7,750 TM, casi 3 veces más que hace dos años. En términos de exportación los datos parecen acercarse al establecer una comparación entre ambos estudios. En el 2003 se reporta que toda la producción es exportada, es decir las 2,851 TM, mientras que el nuevo estudio demuestra que se exporta como orgánico solamente el 46% de la producción (3,560 TM). El área certificada según CIMS (2003) era de 4,752 ha, mientras que el estimado de CIMS en el 2005 indica 8,950 ha (incremento de más del 88% en superficie certificada).

²³ La cúrcuma es cosechada y semi-procesada (secado solar tradicional) para posteriormente exportarse al mercado europeo o norteamericano.

5. OFERTA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y DE COMERCIO EQUITATIVO DE EL SALVADOR

5.1 PANORAMA GENERAL DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA

La oferta salvadoreña se encuentra concentrada en productos como el café, ajonjolí, nuez de marañón y aceite de coco. De acuerdo con el gráfico 4, el 57% del área certificada como orgánica en El Salvador corresponde a café.

En términos de distribución del número de empresas por producto el café sigue dominando con un 47% de los grupos de productores certificados, seguido por el añil con un 12%, el marañón y el aceite de coco con 9% y el ajonjolí 6%.

La producción orgánica de El Salvador se destaca por haber incursionado en productos poco comunes e inclusive más sofisticados en comparación con el resto de los países de Centroamérica. Tal es el caso de aceites esenciales, productos para el cuidado personal, colorantes, plantas medicinales y hasta sazonzadores (véase tabla 13).

5.2 PRINCIPALES PRODUCTOS ORGÁNICOS CERTIFICADOS

Aparte del café, El Salvador ha sabido aprovechar su experiencia e infraestructura en el cultivo y procesamiento

TABLA 14

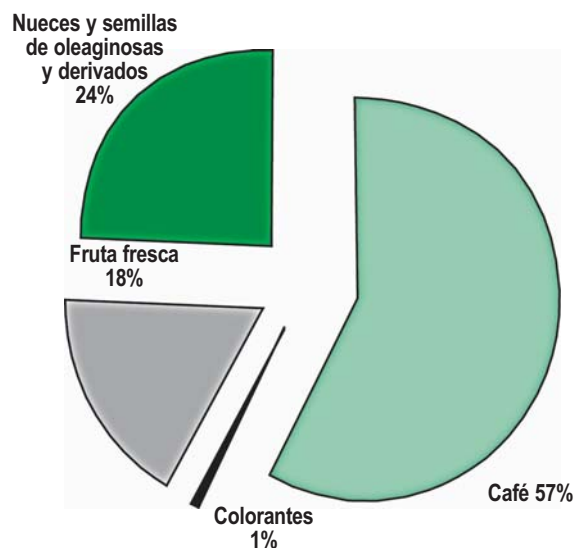
Principales productos orgánicos de El Salvador, estimación a mayo 2005

Producto	Número de empresas	Volumen de producción estimado (TM/Año)		Área certificada estimada (Ha)
		Fresco	Procesado	
Café	15		1,960	4,310
Ajonjolí	2		900	875
Nuez de marañón	3		620	950
Coco y aceite de coco	3	11,701	448	1,200
Jabones	1		100	N/A

Fuente: Información recopilada por CIMS directamente de las empresas certificadas, organizaciones de apoyo, agencias certificadoras y otras fuentes

GRAFICO 4

Distribución del área certificada de productos orgánicos en El Salvador, a mayo 2005



Fuente: CIMS

convencional de ajonjolí y de nuez de marañón para incursionar en el mercado orgánico. La producción de coco orgánico es más reciente pero bastante significativa con la ventaja de que se pueden obtener muchos subproductos de mayor valor agregado como el aceite que en la actualidad ya se aprovecha (ver Tabla 14).

Los mercados de destino de estos productos son externos pero se encuentran bien diversificados (ver tabla 15).

5.3 PRODUCCIÓN DE FRUTAS Y VEGETALES ORGÁNICOS

La tabla 16 presenta el volumen de las principales frutas frescas producidas en El Salvador y su respectivo nivel de procesamiento. La tabla permite apreciar que solamente el coco es procesado para extracción de aceite y el limón se deshidrata para producir un sazonzador para emplearse en aplicaciones culinarias. Las frutas restantes no son procesadas y se comercializan frescas en el mercado nacional²⁴. En comparación con otros paí-

²⁴ Existe una empresa con capacidad de acopiar una producción de 1200 TM de pulpa de mango. Sin embargo, se excluye de este estudio porque no se encuentra certificada en la actualidad.

TABLA 15

Destino de las exportaciones de productos orgánicos de El Salvador, estimación a mayo 2005

Producto	Volumen exportado	Mercado de destino			
		Estados Unidos	Unión Europea	Japón	Otros
TM/ Año					
Café ¹	648	220	32	360	36
Ajonjolí	860	620	40	200	
Nuez de marañón	602	15	37		550 (India)
Aceite de coco	264	20	80		
Jabones	100				264

Fuente: Información recopilada por CIMS directamente de las empresas certificadas, de organizaciones de apoyo, agencias certificadoras y otras fuentes.

¹ El Consejo Salvadoreño del Café reporta que en cosecha 2003/2004 se exportaron 606.85 TM de café orgánico (incluyendo 51.75 TM de café orgánico-CE) (Bonilla, 2005)

ses de la región, la producción de frutas y de vegetales frescos es muy limitada en El Salvador.

En el caso de la producción de vegetales orgánicos en El Salvador sobresale ACOPO (Asociación Cooperativa de Productores Orgánicos). Esta cooperativa inició operaciones con cinco productores asociados en el año 1994. CLUSA inició el programa en el departamento de Chalatenango (Amador et al b, 2002), asimismo ha brindado apoyo a través de asistencia técnica y capacitación. Otra organización denominada PROCHALATE brindó financiamiento para la construcción de un invernadero. PASOLAC y AGRONEGOCIOS-MAG contribuyeron con el diseño de nuevos empaques para comercializar el producto (MAG, 2004).

En la actualidad la cooperativa tiene 30 productores miembros (9 ha disponibles) (MAG, 2004). La cooperativa ofrece diversos productos orgánicos (aproximadamente 10 diferentes productos): lechugas, rábanos, zanahorias, cebollinos y espinacas, entre otros. La primera marca que utilizaron para la comercialización del producto fue "Las Pilas". No obstante, las modificaciones en los canales de comercialización ocasionaron que se creara una nueva marca "Los Planes", además de la existente (MAG, 2004).

Las plantas aromáticas frescas también se comercializan a nivel local en El Salvador (Cadena de Supermercados Selectos). La Finca Marjaba se dedica a la pro-

TABLA 16

Producción de frutas orgánicas de El Salvador, estimado a mayo 2005

Producto	Fresco	Tipo de procesamiento				
		Procesado	Aceite	Jugo	Mermelada	Vinagre
TM/ Año						
Coco	11,701		448			
Plátano	52					
Naranja	23					
Guayaba tailandesa	20					
Limón	14.5					

Fuente: información recopilada por CIMS directamente de las empresas certificadas, de organizaciones de apoyo, agencias certificadoras y otras fuentes

ducción y comercialización de doce diferentes tipos de plantas aromáticas. Según Bandek (2005) –gerente de la empresa-, la finca se encuentra en un 90% de producción orgánica. Eventualmente planean iniciar la producción de vegetales hidropónicos y diversos hongos comestibles.

5.4 PRODUCTOS CERTIFICADOS BAJO EL ESQUEMA DE COMERCIO EQUITATIVO

Son muy pocas las empresas salvadoreñas que participan en los mercados de Comercio Equitativo. La experiencia de El Salvador en este campo está relacionada

principalmente con el café. Más recientemente se incurrió en el negocio de nuez de marañón.

Según se muestra en la tabla 18 el mercado de café y nuez de marañón certificado como Comercio Equitativo se encuentra bien distribuido en varias regiones.

5.5 CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTORES ORGÁNICOS

La producción orgánica está concentrada en las manos de pequeños y medianos productores. Estos productores generalmente se asocian en cooperativas u otro tipo de organización campesina para facilitar la comercialización de sus productos, lograr acceso a financiamiento y otros fines.

TABLA 17

Producción orgánica certificada en El Salvador, estimación a mayo del 2005

CATEGORIA	PRODUCTO	NUMERO DE EMPRESAS	MERCADOS DESTINO	AREA CERTIFICADA (Ha)
Aceites esenciales	Aceites de Myroxilon balsamun, Vetiveria zizanoides y Lipia graveolens (orégano)	2	El Salvador, Europa y Estados Unidos	N/A
Aceites vegetales	Aceite de coco	2	El Salvador y Guatemala	N/A ²⁵
Café	Café verde oro	15	Canadá, El Salvador, España, Europa, Estados Unidos y Japón	4,310
Colorantes	Añil en polvo	3	El Salvador, Estados Unidos Europa	45
Cuidado personal	Cápsulas, jarabes, cremas y jabones	2	El Salvador, Estados Unidos y Europa	N/A
Fruta fresca	Banano, cas, coco, guayaba, limón, mandarina, naranja, plátano y zapote	4	El Salvador	1,350
Fruta procesada	Sazonador de limón	1	El Salvador	N/A
Insumos	Fertilizantes y hongos para control biológico	2	Centroamérica	N/A
Plantas medicinales y especias	Orégano deshidratado	1	Estados Unidos	N/D
Semillas de oleaginosas, nueces y sus derivados	Nuez de marañón, ajonjolí (natural y descortezado)	4	El Salvador, Estados Unidos, Europa, India, Japón	1,850
Textiles	Prendas teñidas con añil	3	Estados Unidos, Europa y Japón	N/A

Fuente: elaborada por CIMS con información de las empresas certificadas, agencias certificadoras y otras fuentes

²⁵ 1,200 hectáreas de coco (1,125.6 ha de Cooperativa El Jobal). EXPRONAV S.A.de C.V reporta certificadas 1,200 ha totales de coco dentro de las cuales se incluyen las de la Cooperativa El Jobal. Estas hectáreas se reportan dentro de la categoría de fruta fresca.

TABLA 18

Producción certificada Comercio Justo de El Salvador, estimado a mayo 2005

Producto	Número de empresas	Área (Ha)	Volumen producido	Volumen exportado	Mercados de destino			
					Estados Unidos	Unión Europea	Japón	Otros
TM/ Año								
Nuez de marañón	1	200	65	55	15	25		15
Café verde/oro ¹	3	1,800	552	300 ²	210	90		

Fuente: información recopilada por CIMS directamente de las empresas certificadas, de organizaciones de apoyo, agencias certificadoras y otras fuentes

¹ UCRAPROBEX es la exportadora que canaliza la producción de APECAFE (certificada).

² Incluye 200 TM de café orgánico-CE y 100 TM de café sólo CE.

Ángel (2004) señala que los productores de ajonjolí tienen fincas con un área comprendida entre 35 a 245 hectáreas. Las áreas de producción también van de pequeñas a grandes extensiones.

Los productos son comercializados a través de grandes exportadores como por ejemplo: UCRAPROBEX, UNEX, EXPRONAV. Estas organizaciones proveen el vínculo con los mercados externos. UCRAPROBEX exporta la producción de café orgánico de 9 cooperativas (4 de las cuales tienen café comercio justo). Por su parte UNEX S.A. de C.V. beneficia a casi todos los pequeños productores y los Balzaretti (grandes) a través de los beneficios Oromontique (Zona Oriental) y Montealegre (Zona Occidental). Por otro lado EXPRONAV exporta ajonjolí y además ofrece asistencia técnica y financiamiento a los productores (Ángel, 2004). UCRAPROBEX y APRAINORES son los principales exportadores de marañón orgánico. Esta forma de agrupación y asociación les da una fortaleza muy grande para incursionar y competir en mercados internacionales.

Existe un cierto grado de conciencia entre algunos de los productores sobre el impacto positivo de la agricultura orgánica sobre la salud, el medio ambiente. Otros productores se dedican a la agricultura orgánica solamente esperando obtener un mejor precio por su producto.

También sobresale la operación de productores informales –sin certificación-. Por ejemplo: el caso de productores de mango de la zona de Tacuba (Departamento de Ahuachapán). Esta asociación de productores estuvo certificada por BCS en el año 2001 pero por razones de costo y falta de mercado para su producto se vieron obligados a retirarse. Su capacidad de producción es de 1,200 TM/año de pulpa de mango de la variedad ciruela. Actualmente tratan de establecer negocios con un cliente potencial en Canadá interesado en comprarles un contenedor mensual de pulpa de mango (Arévalo, 2005).

En contraste con los productores “informales”, los cafetaleros señalan que los requisitos y los estándares de certificación son muy estrictos pero pueden ser cumplidos.

Por último, cabe resaltar que durante las entrevistas realizadas por CIMS los productores reconocieron que han enfrentado varias dificultades al querer ingresar a los mercados orgánicos. Entre ellas se destacan: el desconocimiento de los actores del mercado y la dificultad de identificar las oportunidades de negocio.

5.6 OBSERVACIONES SOBRE LOS PRODUCTOS DISPONIBLES

En El Salvador sobre sale la producción de café orgánico, ajonjolí y nuez de marañón. Estos productos están orientados hacia los mercados internacionales. Aproximadamente el 20% de la producción nacional de ajonjolí está certificada como orgánica (Ángel, 2004). Existe oferta de café y aceite de coco durante todo el año. En el caso del ajonjolí la oferta es estacional (junio-septiembre y noviembre-enero), lo mismo sucede en el caso de la nuez de marañón (febrero-junio).

Por lo general los productos tienen relativamente poco valor agregado. Hay varias excepciones como la producción de jabones orgánico, añil para teñir prendas de vestir y aceite de coco.

Existe producción de vegetales frescos. No obstante los volúmenes son bajos y se destinan al mercado local. La oferta de frutas es también muy limitada pero se encuentra dirigida tanto para el mercado nacional como el internacional.

En el caso del marañón se han tenido problemas con el manejo de plagas que pueden ocasionar la pérdida de las semillas por necrosis (Ángel, 2004). Además no se tienen buenas prácticas de manejo por lo que se reduce la calidad del producto (sólo 25% nueces enteras y un 45% de pedazos²⁶).

²⁶ Mínimo debería alcanzar un 60% de fruta entera

5.7 TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS DE LA OFERTA

Siendo el café el principal producto orgánico del país, se percibe que el panorama para los productores es difícil principalmente por el desconocimiento de información sobre mercados (actores, oportunidades, canales de comercialización y otros) y los precios tan bajos que reciben por su producto (Ferreiro, 2005). Los productores de marañón se enfrentan con serias dificultades para obtener nuez de marañón de alta calidad (relacionado al porcentaje de nueces enteras). El problema tiene su origen en el control de plagas inadecuado. Por ejemplo, de acuerdo con Ángel (2004), la chinche “pata de hoja” ha ocasionado daños de hasta un 50% en la cosecha de la Cooperativa La Maraionera (CORALAMA).

Diversas empresas de productores orgánicos se han certificado bajo rigurosos sistemas con el fin de cumplir con los requisitos necesarios para la exportación. Sobre todo el caso de SAMO que ha logrado incorporar un sistema de calidad y auditoría y un sistema HACCP, además de los requisitos de certificación orgánica. Esto fue logrado gracias al apoyo de la cooperación internacional.

La experiencia que existe señala que la certificación es una barrera para muchos productores. Varios organizaciones y grupos de productores buscan estrategias para reducir costos y la complejidad del proceso. En este campo se señala la certificación en grupos y la regionalización de agencias certificadoras entre otros.

El número de empresas certificadas como orgánicas es muy fluctuante. Lo anterior se debe a que muchas empresas se certifican cuando los precios de sus productos son altos. Cuando los precios de los productos caen o el acceso al mercado está restringido, los productores no vuelven a gestionar la certificación.

Ángel (2004) indica que el suministro de recursos (financiamiento, asistencia técnica, capital natural) es crítico para aumentar la capacidad de adaptación de los productores a la certificación orgánica en El Salvador.

6. OFERTA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y DE COMERCIO EQUITATIVO DE HONDURAS

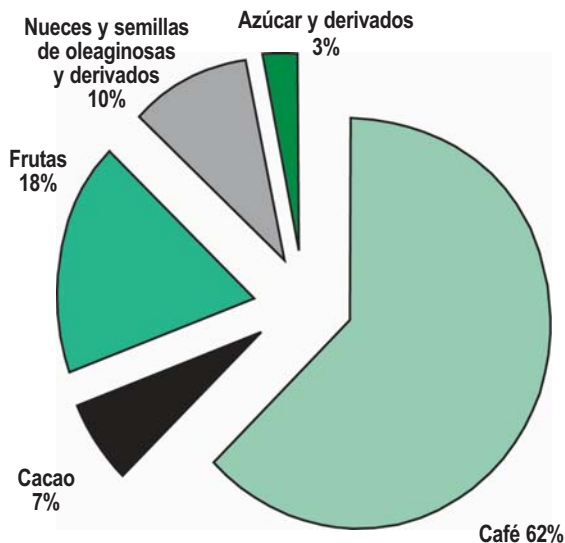
6.1 PANORAMA GENERAL DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA

El café es uno de los cultivos donde más se ha avanzado con la producción orgánica hondureña. Es el rubro que tiene mayor cantidad de productores o empresas que lo procesan (65% del total de empresas certificadas). Otros productos orgánicos que se cultivan y/o producen en Honduras son: frutas frescas y procesadas (piña, mango, banano, naranja, limón, pitahaya, maracuyá y mora entre otras), con un 21.6% de las empresas productoras certificadas de Honduras, seguido por nuez de marañón con un 5.4%.

El gráfico 5 muestra la importancia relativa de los diferentes cultivos orgánicos de Honduras según el área certificada.

GRAFICO 5

Distribución del área certificada de productos orgánicos en Honduras, a mayo 2005



Fuente: CIMS

6.2 PRINCIPALES PRODUCTOS ORGÁNICOS CERTIFICADOS

La Tabla 19 muestra los principales productos orgánicos del país. El café y las frutas tropicales son la principal lí-

nea de productos certificados. Al igual que en El Salvador, el marañón es otro producto que sobresale en términos de volumen y área certificada. Todos estos productos están dirigidos al mercado de exportación (Europa o Estados Unidos), tanto frescos como procesados.

6.3 PRODUCCIÓN DE FRUTAS Y VEGETALES ORGÁNICOS

Aunque no son muchas las empresas que se dedican a la producción, el procesamiento y la comercialización,

TABLA 19

Principales productos orgánicos de Honduras, estimación a mayo 2005

Producto	Número de empresas	Volumen de producción estimado (TM/Año)		Área certificada estimada (Ha)
		Fresco	Procesado	
Banano	4	2,050 ¹	Puré: 22	320 ²
Café	25		2,400 ³	3,450
Mango	2	1,365 ⁴	Chunks: 12 Cubos congelados: 30 Deshidratado: 543 Jugo: 22 Puré: 96	150
Nuez y deshidratado de marañón	2	24,700	Nuez y deshidratado: 425 Sólo nuez: 100	550
Piña	3		Chunks: 90 Cubos congelados: 135 Deshidratado: 450 Jugo: 3,600 Puré: 225 Vinagre: 350	460

Fuente: elaborado por CIMS con información recopilada directamente de las empresas, agencias certificadoras y otras fuentes.

¹ Se incluyen 218 TM de banano fresco que produce CACTRIL.

² Incluyen 183 ha de banano orgánico de CACTRIL (asocio café-musas).

³ 1,012 TM de café orgánico-CE y 1,631 ha de café orgánico-CE.

⁴ Sólo se contempla el mango fresco producido por Farm Fresh. RINAGRO compra el mango a Farm Fresh.

Honduras presenta un volumen de producción y procesamiento de frutas tropicales orgánicas bastante significativa (ver tabla 21).

En el caso de Honduras, la producción de vegetales certificados es muy escasa e incipiente. Amador *et al.* c, (2002) mencionan que en San Pedro Sula, en el Supermercado Los Andes se ha experimentado con la venta de productos orgánicos importados de Guatemala (zuchini y arveja china). No obstante, estos productos se comercializaron como productos convencionales por la ausencia de una sección destinada para este tipo de producto.

Según Elvir (2005) hace dos meses se inició un proyecto financiado por el BID en el departamento de Francisco Morazán. Se encuentra en período de transición. Por otro lado, los productores de RAOS y COMUCAP (certificados) en la zona de Marcala cultivan vegetales en sus fincas destinadas primordialmente al cultivo del café. Estos vegetales son certificados y se comercializan a nivel local. También existen otras cooperativas y asociaciones certificadas que producen vegetales, pero los volúmenes son mínimos (PRONA, ADROH-ASDEL y otros).

La tabla 22 describe el panorama actual de la producción orgánica en Honduras. Como puede observarse la diversidad de productos orgánicos es muy limitada y está concentrada en productos para mercados de exportación.

6.4 PRODUCTOS CERTIFICADOS BAJO EL ESQUEMA DE COMERCIO EQUITATIVO

Según se muestra en la tabla 23, 19 organizaciones (18 de café) participan en este esquema de comercialización, con una orientación muy marcada hacia los países europeos. Las empresas productoras (19) se asocian para exportar su producto.

6.5 CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTORES ORGÁNICOS

La producción orgánica en Honduras es manejada, en su mayoría, por pequeños productores, agrupados en cooperativas o asociaciones. Las áreas de cultivo de estos pequeños productores por lo general promedian las

TABLA 20

Destino de las exportaciones de productos orgánicos de Honduras, estimación a mayo 2005, TM / año

Producto	Volumen exportado		Mercado de destino			
	Fresco	Procesado	Estados Unidos		Unión Europea	
			Fresco	Procesado	Fresco	Procesado
TM/ Año						
Banano	1,760	22	1,760	22		
Café		1,890 ¹		265		1,625
Mango		Chunks: 12 Cubos congelados: 30 Deshidratado: 543 Jugo: 22 Puré: 96		Chunks: 5 Cubos congelados: 13 Deshidratado: 243 Jugo: 22 Puré: 8		Chunks: 7 Cubos congelados: 17 Deshidratado: 300 Puré: 88
Nuez y deshidratado de marañón		Nuez y deshidratado: 380 Sólo nuez (entera y fraccionada): 100		Sólo nuez (entera y fraccionada): 100		Nuez y deshidratado: 380
Piña	12,700	Chunks: 90 Cubos congelados: 135 Deshidratado: 450 Jugo: 3600 Puré: 225	8,890	Chunks: 40 Cubos congelados: 61 Deshidratado: 202 Jugo: 1620 Puré: 101	3,810	Chunks: 50 Cubos congelados: 74 Deshidratado: 248 Jugo: 1980 Puré: 124

Fuente: elaborado por CIMS con información recopilada directamente de las empresas, agencias certificadoras y otras fuentes

¹ Café orgánico-FLO: Estados Unidos (91 TM) y Europa (813 TM).

3.5 hectáreas³⁰. Entre los productores pioneros en la producción orgánica sobresale el caso de RAOS. Se han destacado por sus exportaciones al mercado europeo con apoyo de DED (Amador *et al.* c, 2002). En la sierra hondureña también se cosechan moras silvestres que se utiliza para la producción de vino.

En ciertos casos las cooperativas se agrupan en otras cooperativas de segundo grado para realizar el procesamiento, la comercialización y alcanzar la cuota mínima para la exportación. Algunas de las grandes cooperativas o asociaciones de café en Honduras son: La Central de Cooperativas Cafetaleras de Honduras (organización de segundo grado y su membresía la componen cooperativas cafetaleras -entregan su producción certificada para la comercialización en los mercados especiales-), COHORSIL y otras.

También existen las cooperativas compuestas por grupos sociales como es el caso de la Cooperativa Mixta Unida para Progresar (produce café, vinos de frutas, y una gran diversidad de cultivos orgánicos). Esta cooperativa está conformada por mujeres. Su objetivo primor-

dial no es la producción, sino la ayuda social.

Los productos se comercializan, en su mayoría, a través de grandes exportadoras como: Honducafé, Molinos de Honduras, COHORSIL y la Central de Cooperativas Cafetaleras. Las pequeñas empresas productoras, por lo general, no cuentan con permisos de exportación. En algunos de los casos la empresa productora realiza la negociación con el cliente y lo envía a la empresa exportadora para que ésta se encargue del trámite de exportación.

6.6 OBSERVACIONES SOBRE LOS PRODUCTOS DISPONIBLES

Prácticamente la totalidad de los productos orgánicos hondureños están orientados a mercados externos. La producción que no se logra vender en el mercado internacional se vende al mercado local como producto convencional sin diferenciación. Esto ocurre en Honduras y

³⁰ Fuente: GTZ *et al.*, 2004.

TABLA 21

Producción de frutas orgánicas en Honduras, estimación a mayo 2005

Producto	Fresco	Procesado	Tipo de procesamiento					
			Chunks congelados	Cubos	Deshidratado	jugo	Puré	Vino / vinagre
TM/ Año								
Banano	2,050 ¹	22					22	
Limón	340	40				40		
Mango	1,365 ² 185 24,700	Chunks: 12 Cubos congelados: 30 Deshidratado: 543 Jugo: 22 Puré: 96	12	30	543	22	96	225
Naranja		Jugo: 100 TM Vino: 5000 L				100		5,000
Piña		Chunks: 90 Cubos congelados: 135 Deshidratado: 450 Jugo: 3600 Puré: 225 Vinagre: 350	90	135	450	3,600		350

Fuente: elaborado por CIMS con información recopilada directamente de las empresas, agencias certificadoras y otras fuentes

¹ Se incluyen 218.16 TM de banano fresco que produce CACTRIL

² Sólo se contempla el mango fresco producido por Farm Fresh. RINAGRO compra el mango a Farm Fresh.

en otros países de la región, lo que permite deducir que en muchas ocasiones la agricultura orgánica es sub-utilizada y no se aprovechan las oportunidades de mercados potenciales para este tipo de producto.

La producción de frutas orgánicas es bastante significativa al igual que en Costa Rica. La experiencia de Honduras en este campo inicia a mediados de los 90s, sin embargo, la producción se vio fuertemente truncada por el huracán Mitch en 1998. Ésto a su vez impactó fuertemente a las empresas procesadoras (principalmente deshidratadoras) que operaban en aquella época.

La reconstrucción y expansión de empresas procesadoras de frutas durante esta década ha favorecido nueva-

mente el crecimiento de la producción orgánica. Cabe señalar que con excepción del banano y la piña (que también es procesada), el resto de las frutas (como por ejemplo el mango y la mora) se procesan y no se venden en estado fresco.

Sobresale el único proyecto centroamericano de una empresa transnacional (DOLE) en el área de banano orgánico para exportación como fruta fresca. Otras frutas como la piña son cultivadas principalmente en la zona de Yojoa, principalmente por la empresa EACTSY.

La producción y comercialización de marañón orgánico está a cargo de dos empresas principalmente: La Sureña y APDP. La Sureña exporta su producto a Europa

TABLA 22

Área orgánica certificada de Honduras, estimación a mayo del 2005

CATEGORIA	PRODUCTO	NUMERO DE EMPRESAS	MERCADOS DESTINO	AREA CULTIVADA (Ha)
Azúcar y sus derivados	Panela granulada	2	Honduras	150
Cacao y sus derivados	Manteca de cacao	1	Centroamérica	400
Café	Café verde oro	25 ²⁷	Estados Unidos, Europa y Honduras	3,450 ²⁸
Fruta fresca	Banano, mango, mora, piña, plátano	5 ²⁹	Estados Unidos, Europa y Honduras	1,025
Fruta procesada	Jugo congelado (limón, mango, naranja), jugo (maracuyá y piña), puré (pitahaya, banano, piña y mango), vinagre de piña, vino (naranja y mandarina) trozos (piña y mango), concentrado congelado (piña y mango), marañón deshidratado	4	Estados Unidos, Europa y Honduras	N/A
Semillas oleaginosas, nueces y sus derivados	Nuez de marañón	2	Estados Unidos, Europa y Honduras	550

Fuente: Información recopilada por CIMS directamente de las empresas certificadas, agencias certificadoras y otras fuentes (Biolatina, 2005)

²⁷ No se incluyen los datos de COHORSIL porque ésta beneficia y comercializa el café de las cooperativas cuyos datos reportó LIDERS. Se utilizaron los datos provistos por LIDERS que incluyen a las siguientes cooperativas: CARSBIL, CAUFUL, COARENE, COAQUIL, CARUCHIL, COCASAM, RAOS, COCASJOL.

²⁸ Según el documento publicado por GTZ, SAG y Sanidad Vegetal (2004) la producción de café orgánico certificado es de aproximadamente 1929.5 TM y 184.23 TM en transición. Según los mismos autores el área certificada es de 2202.562 ha y 120.6 ha en transición. Por su parte Biolatina reporta 3724 ha y 1422.04 TM. La diferencia entre los valores de café estimadas por CIMS (TM y ha) y los de otros autores se pueden atribuir a las siguientes causas: i) CIMS tiene contabilizadas algunas empresas que otros estudios no incluyeron el año anterior (caso de AECL con 300 ha de café orgánico certificado); ii) cada año ingresan y salen fincas de la producción orgánica por lo que es muy difícil relacionar los valores de un año con respecto al siguiente. Esto es de particular importancia en el caso del café donde el mercado ha fluctuado considerablemente en los últimos años.

²⁹ Se incluyen las ha certificadas de todas las empresas dedicadas a la producción de fruta, inclusive aquellas cuyo producto final es procesado (Farm Fresh y Rinagro). En el caso del documento GTZ et al (2004), se reportan 49 ha para la finca Alma Verde (dato muy similar al de CIMS = 54 ha). También se incluye a CACTRIL (además de café produce banano –asocio café y musas–). En el caso de CACTRIL, el área cultivada de banano corresponde a un 40% del total del área certificada (183.33 ha). Fuente: Biolatina Honduras, 2005.

TABLA 23

Productos certificados Comercio Equitativo de Honduras, estimación a mayo 2005

Producto	Número de empresas	Área (Ha)	Volumen producido	Volumen exportado	Mercados de destino			
					Estados Unidos	Unión Europea	Japón	Otros
TM/ Año								
Café	18	5,305	4,030	1,786	138	1,648		
Nuez y pasas de marañón	1	333	425	380		380		

Fuente: elaborado por CIMS con información recopilada directamente de las empresas, agencias certificadoras y otras fuentes

y APDP lo orienta hacia el mercado estadounidense (nueces enteras y fraccionadas). Sólo una parte de la producción de nuez de marañón se destina al mercado local. La Sureñita ofrece en el mercado la almendra entera con sal, chile, dulce de panela y natural. Además una presentación mixta de nuez y pasa de marañón (ACICAFOC, s.f., Lainez, 2005).

6.7 TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS DE LA OFERTA

La tendencia de la oferta es variable debido a las fluctuaciones en el número de empresas certificada. Las empresas se certifican cuando los precios de sus productos son altos. Sin embargo, cuando los precios de los productos caen algunas de las empresas deciden salir de la certificación para reducir los costos.

En Honduras, diversos cultivos como el maracuyá, la pitahaya y la naranja se encuentran actualmente en transición. En un corto plazo estarán certificados con lo que se incrementará la variedad de productos disponibles, sobre todo para el mercado internacional.

No sólo en los productos procesados derivados de la piña y el mango se estima una mayor diversificación y tecnificación sino también en otras frutas tropicales. Los jugos, concentrados y purés que se producen cumplen con las características que exige el consumidor estadounidense y europeo (natural, sin preservantes, libre de pesticidas, libre de OGMs).

En el caso del marañón, la empresa APDP manifestó a CIMS que cada año aumenta la producción en un 25% debido al incremento en las áreas certificadas (Reyes, 2005).

Se puede percibir una fuerte tendencia hacia la diversificación en las fincas. Varias organizaciones o cooperativas que se dedican principalmente a café han iniciado el cultivo de vegetales, raíces, tubérculos, plantas medicinales y frutas en sus fincas. Estos productos se comercializan a nivel local. Entre estas cooperativas sobresale COHORSIL con un proyecto de vegetales escalonados; ADROH-ASDEL (maíz, frijol, camote, cebolla, banana); COMUCAP (Aloe vera y hortalizas), PRONA (naranja, banana, aguacate, cacao, maíz, panela) y RAOS.

7. OBSERVACIONES FINALES

La agricultura orgánica es una actividad relativamente nueva en la región, la cual no surgió de la academia ni de las políticas estatales, sino de la sociedad civil, concretamente de los productores. Es una actividad en la cual el proceso de aprendizaje y adaptación es lento, principalmente cuando no se fomenta como una sustitución de técnicas agrícolas sino cuando se promueve como una "conversión" de la forma de pensar y trabajar en el campo³¹.

La producción orgánica aún es incipiente y además deficiente en términos de volumen variedad y calidad. El mercado local y regional es inmaduro y carece de desarrollo y diferenciación (en algunos países más que en otros). En la mayoría de los casos, el crecimiento de la demanda por productos orgánicos tanto a nivel local como internacional es una realidad ajena a los productores. Los productores desconocen potencial del mercado orgánico (local e internacional) y se "frustran" fácilmente cuando sus iniciativas no generan frutos.

Muchos productores han fracasado en el establecimiento de proyectos orgánicos por falta de capacitación, carencia de recursos económicos para certificarse o por la ausencia de canales de información para establecer negocios con clientes potenciales. Asimismo, muchos han enfocado su producción en ciertos productos sin tomar en cuenta lo que demanda el mercado. Por esta situación, es común encontrar empresas certificadas que no logran vender su producto como orgánico. A raíz de esto frecuentemente se escucha a muchos productores que argumentan que no hay mercado y que por eso la agricultura orgánica no tiene sentido.

Cabe resaltar que las limitaciones que persisten dentro del sector orgánico de Centroamérica no son exclusivas para este pequeño segmento que forma parte de la totalidad del sector agrícola. Al contrario, la mayoría de las debilidades señaladas son propias de los productores agrícolas y de la agro-industria en general en la región. Las micro, pequeñas y medianas empresas agrícolas de

la región, orgánicas y convencionales, comparten en gran medida la misma situación. Entre otros aspectos, el acceso a crédito es muy escaso, la infraestructura de transporte y logística es pobre, la capacidad y visión empresarial son limitadas y el acceso a la tecnología de producción y la información de mercado está restringido.

El futuro de la oferta es difícil de predecir, sin embargo, el gran interés que se observa en el sector por desarrollar los mercados locales conllevará a acciones concretas de diferentes sectores para orientar la oferta a la demanda local. De hecho, la mayor parte de los esfuerzos de las ONGs y las agencias de gobierno y de cooperación que apoyan el sector apuntan actualmente al mercado local, buscando la apertura de nuevos canales de comercialización, la diversificación de la oferta y la reorganización del sector productivo. Los esfuerzos por industrializar y agregar valor a más productos orgánicos frescos son muy escasos por lo que no se vislumbra en el corto o mediano plazo una mayor diversidad de productos procesados listos para el consumidor final.

Por último vale la pena rescatar que la agricultura orgánica en Centroamérica no debe verse como una panacea para el desarrollo rural sostenible. La realidad actual permite concluir que la agricultura orgánica es una opción estratégica pero que no es para todos los micro, pequeños y medianos productores. Cada país debe descubrir donde están sus fortalezas y debilidades, y saber cuáles oportunidades tiene capacidad de alcanzar. Tratar de extender el concepto orgánico desorganizadamente y como la mejor opción para muchos productores puede resultar sumamente contraproducente.

La producción orgánica puede ser sostenible en el largo plazo si y solo si es un buen negocio (desde el punto de vista financiero). Esto únicamente se deriva de un buen entendimiento de la realidad del mercado que se desea alcanzar y se logra con una buena estrategia de desarrollo de negocio apoyada en los recursos disponibles en la región.

³¹ Apreciaciones del Sr. José Antonio Chaves, Secretario de MAOCO

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACICAFOC. s.f. Pymes rurales comunitarias:

La Sureñita. [en línea] www.acicafoc.net/pymescomunitarias/lasurenita.php
Fecha de consulta: 10 de agosto de 2005.

AMADOR, M; ARZE, J; SARAVI, T b. 2002. Aproximación de la oferta centroamericana de productos orgánicos y situación de sus mercados:

El Salvador. IICA [en línea]
<www.bioplaguicidas.org/Bioplaguicidas04/Documentos/agri%20organ%20iica-/Taller%20Ag.%20Organica%20IICA/salvador.pdf>
Fecha de consulta: 27 de julio de 2005.

AMADOR, M; ARZE, J; SARAVI, T c. 2002. Aproximación de la oferta centroamericana de productos orgánicos y situación de sus mercados:

Honduras. IICA [en línea]
<www.bioplaguicidas.org/Bioplaguicidas04/Documentos/agri%20organ%20iica-/Taller%20Ag.%20Organica%20IICA/honduras.pdf>
Fecha de consulta: 27 de julio de 2005.

ÁNGEL, A. 2004. Los productos orgánicos en El Salvador.

Marco regulatorio, apoyos institucionales y acceso a mercados. San Salvador, El Salvador. [en línea] www.elsalvadororganico.com.sv/docs/EISalOrganicos_UNCTAD.pdf
Fecha de consulta: 26 de julio de 2005.

BIOLATINA, 2005.

Área bajo producción orgánica certificada en Honduras. Honduras.

CIMS, 2003.

An analysis of the Latin American supply of sustainable coffee. Alajuela, Costa Rica. 72 p.

CIMS 2005.

Venta y distribución de Alimentos en Centroamérica: énfasis en productos orgánicos en Costa Rica y Nicaragua. Proyecto ECOMERCADOS

CUSSIANOVICH, P. 2003.

Bases para la construcción de una estrategia nacional para el fomento de la producción orgánica en Nicaragua. INTA, IICA, COSUDE. Managua, Nicaragua. 133 p.

CUSSIANOVICH, P; ALTAMIRANO, M. 2005.

Estrategia nacional para el fomento de la producción orgánica en Nicaragua. Una propuesta participativa de los actores del movimiento orgánico nicaragüense. MAGFOR, INTA, IICA, COSUDE, Embajada de Austria (Cooperación para el Desarrollo). Managua, Nicaragua. 160 p.

GTARAO. 2004.

Estadísticas de Costa Rica. [en línea]
<www.proteconet.go.cr/organica1/formularios/Gr%E1ficos%20Estad%EDsticos.pdf>
Fecha de consulta: 12 de agosto de 2005.

GTZ; SAG; Sanidad Vegetal. 2004.

Directorio de productores orgánicos de Honduras. 76 p.

IICA. 2002.

Aproximación de la oferta centroamericana de productos orgánicos y situación de sus mercados. [en línea]
<www.bioplaguicidas.org/Bioplaguicidas04/Documentos/agri%20organ%20iica-/Taller%20Ag.%20Organica%20IICA/regional.pdf>
Fecha de consulta: 18 de julio de 2005.

LA NACION. 2005.

Lenta recuperación de agro en el Caribe. [en línea]
www.nacion.com/ln_ee/2005/abril/26/economia0.html
Fecha de consulta: 04 de agosto de 2005.

MAG. 2004. El Salvador:

Primer foro internacional de productos orgánicos. San Salvador, El Salvador. MAG. [en línea] www.agronegocios.gob.sv/Media/Articulos/ORGANICOS/Memoria-%20Primer%20Foro%20MAG.pdf Fecha de consulta: 05 de agosto de 2005.

PERSONAS ENTREVISTADAS:

ARÉVALO, B. M.G & Asociados: Tacuba orgánico. / Marzo de 2005.

BANDEK, J. Finca Marjaba. / 10 de agosto de 2005.

BONILLA, T. 2005. Consejo Salvadoreño del Café. / 11 de agosto de 2005.

CHACÓN, O. COOCAFE. / 05 de agosto de 2005.

CHAVES, A. MAOCO. / julio de 2005.

CLUSA, 2005. CLUSA. / marzo de 2005

ELVIR, S. SENASA. / 09 de agosto de 2005.

FERREIRO, B. 2005. Baltasar Ferreiro & Co. / 09 de agosto de 2005.

LANDA, P. OIA. / 5 de agosto de 2005.

LAINEZ, D. Cooperativa Regional de Producción Agropecuaria "La Sureñita" Ltda. (COREPROSUL). / abril de 2005.

PIEDRA, B. ASOPROAGROIN. / agosto de 2005.

RAMÍREZ, G. Coopeagri. / 29 de julio de 2005.

REYES, E. Fundación de proyectos (APDP). / abril de 2005.

SANDOVAL. Misión Cristiana Verbo. / julio de 2005.