



Estrategia nacional para el fomento de la producción orgánica en Nicaragua

**“Una propuesta
participativa de los
actores del movimiento
orgánico nicaragüense”**

Estrategia nacional para el fomento de la producción orgánica en Nicaragua. "Una propuesta participativa de los actores del movimiento orgánico nicaragüense". P. Cussianovich, M. Altamirano, Responsables técnicos. Managua, Nicaragua: MAGFOR, INTA, IICA, COSUDE, Embajada de Austria - Cooperación para el Desarrollo, 2005. 160 p.; 24 cm.

La información presentada en esta publicación, así como las afirmaciones hechas en la misma, no necesariamente representan el punto de vista u opinión del MAGFOR, INTA, IICA, COSUDE y la Embajada de Austria - Cooperación para el Desarrollo.

Se autoriza la reproducción y difusión total o parcial de este documento, para fines educativos u otros fines no comerciales, siempre que la fuente sea citada claramente.

Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR)
Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria (INTA)
Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)
Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE)
Embajada de Austria - Cooperación para el Desarrollo

Revisión Filológica:
Sandra Jarquín Castillo

Diagramación:
Allan Zapata Corea

Diseño de Portada:
Allan Zapata Corea
Juan García García

Impreso en:
Impresión Comercial La Prensa

Las instituciones promueven el uso justo de este documento. Se solicita que sea citado apropiadamente cuando corresponda.

Esta publicación también está disponible en formato electrónico (PDF) en el sitio Web institucional:
www.iica.int

Managua, Nicaragua 2005

CONTENIDO

Abreviaturas y siglas	VIII
Agradecimientos.	IX
Presentación INTA	X
Presentación IICA	XI
Resumen ejecutivo	XIII
Metodología	XVI
Marco Conceptual de la Producción Orgánica.	XX
PRIMERA PARTE.	1
La producción orgánica certificada.	1
I. La producción orgánica en el ámbito internacional	3
1.1. Características de las áreas dedicadas a producción orgánica certificada en el mundo	3
1.1.1. El mercado internacional.	5
1.2 Situación de la producción orgánica certificada en América Latina.	9
1.2.1. Crecimiento y particularidades	9
1.2.2. Institucionalidad	10
1.2.3. Exportación y comercialización	12
1.2.4. Mercados locales.	14
1.3 La situación de la producción orgánica certificada en Centroamérica.	14
1.3.1. Crecimiento y particularidades	14
1.3.2. Institucionalidad	15
1.3.3. Exportación y comercialización	17
1.3.4. Mercados locales.	17
II. Evolución de la producción orgánica en Nicaragua	19
2.1 Antecedentes de la producción orgánica en Nicaragua	19
2.1.1. Las primeras experiencias	19
2.1.2. El movimiento ecológico, ambiental y orgánico	21
2.1.3. El mercado internacional de productos orgánicos certificados	23

III. La situación actual de la producción orgánica certificada y su importancia relativa en el contexto nacional	24
3.1. La producción orgánica certificada en Nicaragua.	24
3.1.1. Crecimiento y particularidades	28
3.1.2. Principales actores de la producción orgánica certificada	34
3.1.3. Exportación y comercialización de productos orgánicos.	39
3.1.4. Los mercados locales de productos orgánicos	43
IV. Conclusiones generales	45
SEGUNDA PARTE	47
La propuesta: Estrategia para el fomento de la producción orgánica en Nicaragua	47
V. Construcción de la propuesta.	49
5.1 El concepto de la propuesta	49
5.1.1 Hacia una estrategia basada en una Alianza Pública-Privada.	51
5.2 Potencialidades existentes para desarrollar la producción orgánica certificada.	52
5.3 Limitaciones para el desarrollo de la producción orgánica certificada	56
5.4 Visión de la producción orgánica en Nicaragua al 2015	61
VI. La propuesta	62
1.1. Institucionalidad requerida.	62
1.2. Políticas estratégicas	64
VII. Agenda de acciones de corto, mediano y largo plazo	71
Bibliografía	
Bibliografía consultada.	76
Fuentes electrónicas consultadas	78
Apéndices y Anexos	81
Apéndices	
Apéndice 1. El café orgánico certificado en Nicaragua.	83

Apéndice 2.	La producción bovina orgánica en Nicaragua.	88
Apéndice 3.	Perfil del consumidor de productos orgánicos en Nicaragua	91
Apéndice 4.	Principales características de los productores naturales, productores de bajos Insumos, y productores orgánicos certificados y en transición en Nicaragua	92
Apéndice 5.	Información sobre la actividad orgánica certificada y en transición en Nicaragua	95
Apéndice 6.	Nicaragua: Agencias certificadoras con oficinas de representación en el país	98
Apéndice 7.	Nicaragua: Agencias certificadoras sin oficinas de representación en el país	99
Apéndice 8.	Agentes certificados y en transición por regiones y por tipo de participación en las cadenas agroalimentarias en Nicaragua	100

Anexos

Anexo 1.	Lista de participantes en los talleres regionales	112
Anexo 2.	Lista de participantes del taller con actores calificados	131
Anexo 3.	Lista de participantes del Taller Nacional de Consulta	132
Anexo 4.	Lista del equipo responsable de las actividades del estudio	135

Lista de cuadros

Cuadro 1.	Incremento en ventas totales de productos orgánicos en los principales mercados internacionales entre los años 1997 y 2003.	5
Cuadro 2.	Tasas de crecimiento de los principales mercados internacionales de productos orgánicos (2005)	6
Cuadro 3.	Tasas de crecimiento esperadas en los mercados de productos orgánicos en seis países europeos entre 2002 y 2007 (por categorías de productos)	7
Cuadro 4.	Sobrepagos pagados por algunos productos orgánicos en tiendas de siete países europeos.	8

Cuadro 5.	Cambio anual en las superficies dedicadas a la producción orgánica certificada y número de fincas en América Latina (2004-2003)	9
Cuadro 6.	Agencias certificadoras de origen latinoamericano.	11
Cuadro 7.	Países de América Latina con marco regulatorio	12
Cuadro 8.	Algunos de los principales productos orgánicos de exportación en Latinoamérica	13
Cuadro 9.	Superficies dedicadas a la producción orgánica certificadas en Centroamérica	15
Cuadro 10.	Elementos estratégicos para el desarrollo de la producción orgánica certificada en Centroamérica.	16
Cuadro 11.	Agencias certificadoras con presencia en Centroamérica	17
Cuadro 12.	Principales productos orgánicos de Centroamérica según mercados de destino.	18
Cuadro 13.	Importancia relativa de la producción orgánica en Nicaragua	24
Cuadro 14.	Relación entre las superficies y fincas orgánicas certificadas y en transición por tipo de producción en Nicaragua.	29
Cuadro 15.	Distribución de las superficies y fincas certificadas por regiones en Nicaragua	30
Cuadro 16.	Variedad de productos certificados por regiones en Nicaragua	32
Cuadro 17.	Principales cultivos por tipo de operador certificado en Nicaragua	33
Cuadro 18.	Agentes de apoyo que promueven producción orgánica certificada y no certificada por departamentos en Nicaragua	35
Cuadro 19.	Empresas involucradas en la exportación y elaboración de productos orgánicos certificados en Nicaragua	38
Cuadro 20.	Número de productores orgánicos certificados y en transición desde 1989 hasta 2003 en Nicaragua.	38
Cuadro 21.	Principales destinos de las exportaciones de productos orgánicos certificados de Nicaragua	39
Cuadro 22.	Sobrepagos pagados a productos orgánicos certificados de exportación de Nicaragua	40

Cuadro 23. Cultivos, superficies, ventas, rendimientos exportables e ingresos en miles de dólares provenientes de productos orgánicos certificados de Nicaragua	42
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Lista de figuras

Figura 1. Esquema del proceso metodológico.XIX
Figura 2. Distribución de las superficies con producción orgánica certificada a nivel mundial	3
Figura 3. Cambio anual en el total de superficies dedicadas a la producción orgánica certificada a nivel continental (2004-2003)	4
Figura 4. Superficie total dedicada a la producción orgánica certificada y en transición en Nicaragua	26
Figura 5. Relación entre las superficies totales de la finca y el cultivo	27
Figura 6. Proporción del total de cultivos certificados por superficies en Nicaragua	30
Figura 7. Distribución porcentual de las superficies bajo producción orgánica certificada en Nicaragua	31
Figura 8. Operadores dedicados a la producción de rubros certificados y en transición en Nicaragua.	36
Figura 9. Operadores dedicados a la transformación y comercialización de productos orgánicos en Nicaragua.	37
Figura 10. Esquema conceptual / Propuesta de Estrategia Nacional	52

Abreviaturas y siglas

APIBO	Asociación de Apicultores de Boaco, Nicaragua
CBI	Cooperative Business International S.A. Nicaragua
CCPB	Consorzio per il Controllo dei Prodotti Biologici. Certificadora de Italia
CETREX	Centro de Trámite de las Exportaciones, Nicaragua
CLUSA	Cooperatives League of United State of America
COMPROCOM	Cooperativa de Servicios Múltiples de Productores Orgánicos de Matagalpa
CONAGAN	Comisión Nacional Ganadera, Nicaragua
COSUDE	Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación
DGPSA	Dirección General de Protección y Sanidad Agropecuaria, Nicaragua
EEC 2092/91	Reglamento de la Unión Europea referente a la normativa de producción orgánica
EPAD	Proyecto de Políticas Económicas y Desarrollo de Agronegocios
FUNICA	Fundación para el Desarrollo Tecnológico Agropecuario y Forestal de Nicaragua
IDR	Instituto de Desarrollo Rural, Nicaragua
IFOAM	International Federation of Organic Agriculture Movements
IICA	Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura
INTA	Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria, Nicaragua
ITC	International Trade Centre
MAGFOR	Ministerio Agropecuario y Forestal, Nicaragua
MECD	Ministerio de Educación Cultura y Deporte, Nicaragua
MIFIC	Ministerio de Fomento, Industria y Comercio, Nicaragua.
MINSA	Ministerio de Salud, Nicaragua
JAS	Japanese Agricultural Standard, Japón
NOP	National Organic Program, EE.UU.
OIA	Organización Internacional Agropecuaria S.A. Certificadora de Argentina
OCIA	Organic Crop Improvement Association. Certificadora de EE.UU.
UCA SJ de RC	Unión de Cooperativas Agropecuarias de San Juan de Río Coco, Nicaragua
RAAN	Región Autónoma del Atlántico Norte de Nicaragua
RAAS	Región Autónoma del Atlántico Sur de Nicaragua
SOEL	Stiftung Oecology und Landbau. Fundación de Alemania.

Agradecimientos

Por todo el esfuerzo brindado para hacer realidad este proceso de consulta y el presente documento, por medio del apoyo técnico y financiero del Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR), Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria (INTA), Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE) y la Embajada de Austria Cooperación para el Desarrollo.

Las instituciones antes mencionadas, desean agradecer a todas aquellas personas (hombres y mujeres) que participaron en los talleres regionales y en el taller nacional, los cuales aportaron insumos relevantes para estructurar el presente documento. A los funcionarios del Estado (viceministros y directores de entes autónomos), a las autoridades municipales involucradas, a los representantes de las agencias certificadoras: BIO LATINA¹ y Organic Crop Improvement Association Inc. (OCIA), a las personas que brindaron información sobre las agencias certificadoras: NATURLAND², Consorzio per il Controllo dei Prodotti Biologici (CCPB) y Organización Internacional Agropecuaria S.A. (OIA), así como a todos los representantes de la cooperación internacional, Organizaciones No Gubernamentales, empresas comercializadoras, transformadoras, cooperativas, asociaciones, productoras y productores que están vinculados al desarrollo de la producción orgánica certificada en Nicaragua.

Managua, Junio del 2005.

¹ Biolatina es una agencia certificadora latinoamericana fundada por certificadoras nacionales, tales como Biopacha (Bolivia), Bio Muisca (Colombia), Cenipae (Nicaragua) e Inka Cert (Perú).

² La Asociación Naturland usualmente designa a IMO-Latinoamérica, el cual es un instituto independiente que realiza inspecciones a los productores certificados con el sello de Naturland.

Presentación INTA

El Gobierno de Nicaragua, consciente de la creciente importancia que la producción orgánica viene cobrando día con día en el ámbito internacional, así como de la importancia económica que esta actividad representa y, puede aún representar para muchos productores del sector agropecuario nicaragüense, se propuso acompañar el proceso que hasta la fecha han venido conduciendo diferentes actores involucrados con esta forma alternativa de producir y apoyar la elaboración de una propuesta de estrategia nacional para el desarrollo de la actividad.

Consciente también de que son los productores quienes bajo su costo y riesgo han llevado a la producción orgánica al nivel de desarrollo en que actualmente se encuentra, y que son ellos quienes mejor conocen la problemática que los aqueja, así como las posibles opciones de solución y de apoyo requeridas, consideró imprescindible que la propuesta a construir se sustentara en la participación activa de estos actores.

Con las consideraciones expuestas, el Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR), a través del Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria (INTA), contando con el apoyo técnico y financiero del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), de la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE) y de la Cooperación Austriaca para el Desarrollo, llevaron a cabo un proceso nacional de consulta e investigación con el fin de obtener los insumos requeridos para formular la propuesta en mención.

Hoy, con gran satisfacción, el INTA presenta el documento: Estrategia nacional para el fomento de la producción orgánica en Nicaragua. Esta propuesta muestra el producto del proceso conducido durante ocho meses, donde a través de: 12 Talleres Regionales de Consulta, un taller con informantes calificados, un taller nacional de retroalimentación, encuestas y entrevistas, se recogieron las opiniones de más de 800 actores vinculados a la producción orgánica, entre ellos: productores, consumidores, agencias certificadoras y agentes de apoyo, públicos y privados.

El esfuerzo realizado a través de este trabajo, sólo cobrará sentido en la medida que los actores involucrados en la producción orgánica, tanto públicos como privados, se apropien de la propuesta. Reconocemos también que su contenido involucra el compromiso de gran cantidad de recursos económicos con los que el país no cuenta en estos momentos, por lo que instamos a los tomadores de decisiones del sector público y privado, así como a los organismos de cooperación internacional, a evaluar la presente propuesta y considerar las posibilidades de apoyo en los componentes que concuerdan con sus áreas de competencia y/o con su visión de contribución al desarrollo de Nicaragua.

Finalmente, quisiera expresar mi reconocimiento y especial agradecimiento a todas y cada una de las personas que participaron de esta iniciativa. A las productoras y productores que dejaron sus labores para asistir a los talleres; a los profesionales y técnicos que se involucraron en el proceso; al equipo que condujo el estudio, donde merecen especial mención los funcionarios del IICA, Ing. Pedro Cussianovich, Coordinador del Estudio, y el Ing. Miguel Altamirano; así como a cada una de las agencias de cooperación antes mencionadas que hicieron posible el presente estudio. A todos, muchas gracias.

Noel Pallais Checa
Director General
INTA

Presentación IICA

El actual desarrollo de la producción y comercialización orgánica del país requiere y demanda la construcción de una estrategia nacional que la articule, ordene y consolide, y que además refleje los intereses de los diferentes actores involucrados y permita implementar acciones de consenso para el corto, mediano y largo plazo, con el objetivo de alcanzar de manera sostenible una visión y acción de beneficio común para todos los actores.

Para iniciar este proceso, el Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR) a través del Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria (INTA) le solicitó la cooperación técnica al Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), el cual aceptó coordinar la formulación de la estrategia nacional con el apoyo de la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE) y la Embajada de Austria Cooperación para el Desarrollo.

El IICA consideró que dicha estrategia debía ser elaborada e implementada en forma participativa con los actores del movimiento orgánico del sector agropecuario y forestal, y de aquellos actores que se ocupan de la salud, el ambiente y la comercialización.

Bajo este criterio, se invitó a participar a los principales actores de todas las regiones de Nicaragua, los cuales expresaron las potencialidades, limitaciones, y en especial las propuestas para favorecer un desarrollo más acelerado y ordenado de la actividad, de tal manera que responda a sus intereses y a las demandas de los mercados, nacional e internacional.

Todo el esfuerzo realizado se concretó en una estrategia para el fomento y desarrollo de la producción, transformación y comercialización orgánica, en la cual se apuesta a la consolidación de alianzas con el sector privado, las instituciones del Estado, organizaciones de la cooperación internacional y de la sociedad civil del país, vinculadas a estas actividades.

Deseamos que este documento refleje fielmente los conceptos y esfuerzos desarrollados por todos los participantes del mundo orgánico del país en esta iniciativa, y consideramos que con la entrega del mismo se cumple con la misión de compartir una propuesta de estrategia nacional participativa e integral dirigida a motivar a los actores a tomar la iniciativa de implementarla mediante programas, proyectos y otras acciones para el fomento y desarrollo de la actividad, con la finalidad de contribuir al mejoramiento de las condiciones de todas las productoras y productores de Nicaragua que han elegido la producción, transformación y comercialización orgánica certificada como su modo de producir y vivir.

Gerardo Escudero Columna
Representante del IICA en Nicaragua

Resumen Ejecutivo

La producción orgánica certificada se ha constituido en los últimos tiempos en una de las actividades productivas más dinámicas en el ámbito del comercio internacional. En el año 2003, el crecimiento de este mercado para algunos productos de países de Europa y Norteamérica fluctuó entre el 20% y el 50% anual y las transacciones comerciales a finales de ese año alcanzaron los US\$23,000 millones. No obstante, el potencial de este mercado es inestimable ya que en promedio, los productos orgánicos no llegan a sustituir el 3% de los productos de los mercados convencionales.

En la actualidad, más de 130 países en los cinco continentes practican esta forma alternativa de producir, contabilizándose alrededor de 24 millones de hectáreas certificadas alrededor del mundo, distribuidas en más de 462,475 fincas. Más de 1,500 productos orgánicos pueden encontrarse en los establecimientos de ventas de Europa, Norteamérica y Japón, gozando de un sobreprecio en comparación con los productos convencionales³.

Los países de Latinoamérica y de la región centroamericana participan —como oferentes— del dinamismo generado por esta actividad; en los últimos cinco años, la producción orgánica certificada de la región se ha duplicado, así como la diversidad de productos que se exportan a los principales mercados internacionales. Actualmente, alrededor de 142,622 fincas de esta parte del Continente han sido certificadas contabilizando aproximadamente 5.8 millones de hectáreas equivalentes al 24% del total del área mundial certificada.

Nicaragua no se ha quedado atrás; su desarrollo en el ciclo 2002-2003 muestra 6,390 productores orgánicos certificados y en proceso de transición a la certificación, distribuidos en 5,977 fincas y agregando un total de 54,271 hectáreas. Su producción se destina principalmente al mercado internacional, ya que el mercado local es bastante incipiente y no pasa de más de una decena de “puntos de venta” que no poseen la capacidad de recibir una producción orgánica voluminosa. El 98% de los productores son pequeños y están organizados bajo diferentes formas asociativas que les permiten generar una oferta de 25 rubros en las superficies orgánicas certificadas, además de otros 10 rubros en áreas en transición, con potencial de llegar a ser parte de la oferta para el mercado nacional e internacional.

En este ciclo, las exportaciones de productos orgánicos contabilizaron US\$8.6 millones, en seis rubros, siendo el más importante, el café (81.6%), seguido por el tabaco (5.5%), el ajonjolí (5.2%), la miel de abejas (4.1%), el cacao (2.0%) y la soya (1.5%). No obstante, debe señalarse que hasta septiembre del 2003 restaban aproximadamente 30,000 quintales de café sin exportarse que hubieran permitido incrementar las exportaciones a US\$ 11.6 millones, equivalentes al 1.97% del total de las exportaciones FOB del país durante el 2002; representando en la práctica US\$1,859 anuales, como generación de divisas por cada productor orgánico certificado.

³ El mercado de productos orgánicos trasciende el mercado de alimentos y bebidas, y cuenta con una gama cada vez mayor de productos industriales; entre éstos: ropa, artículos de cuero, muebles, productos de farmacopea y cosmetología, para citar algunos.

El desarrollo mostrado hasta ahora por la actividad orgánica de Nicaragua —conducida principalmente por pequeños productores organizados— ha estado sustentado en la conjugación de esfuerzos de una serie de agentes de apoyo, quienes, aunque dispersos y carentes de estructuras institucionales y organizativas, han propiciado su crecimiento. Entre éstos: organismos no gubernamentales, universidades, cooperantes internacionales, comercializadoras, agencias certificadoras, y de forma ocasional funcionarios del Gobierno.

Sin embargo, la producción orgánica ha venido presentando en los últimos tiempos una serie de limitaciones frente a las necesidades reales y crecientes que demanda su desarrollo (información, investigación, asistencia técnica, financiamiento, incentivos, mercados, entre otros), y que, de pensarse en esta actividad como una alternativa productiva para el país, se hace necesario involucrar y articular a actores institucionales de mayor capacidad de respuesta.

Es por lo expuesto que, como premisa del presente estudio, se consideró que cualquier esfuerzo por desarrollar la producción orgánica en el país debe partir del establecimiento de una alianza pública–privada que permita juntar esfuerzos, recursos y capacidades, entre el Estado, sus instituciones, la sociedad civil, los productores y los demás agentes económicos y de apoyo involucrados en el desarrollo de la actividad, con el fin de construir una estrategia común e implementarla.

Con estas consideraciones se llevó a cabo una consulta con los actores de la producción orgánica en las diferentes regiones del país, tratando de identificar desde su perspectiva, las limitaciones y potencialidades que presenta la actividad, así como las áreas estratégicas sobre las cuales se debe incidir para favorecer el desarrollo de la misma. El análisis de la información recabada permitió elaborar una propuesta de estrategia para el desarrollo de la actividad la cual, entre otros, contiene políticas y acciones alrededor de las mismas.

Esta estrategia contiene una visión de desarrollo de la producción orgánica al año 2015, la cual fue construida durante el proceso de consulta nacional. Sin embargo, dado que no se pueden articular todas las variables requeridas para el desarrollo integral de la actividad, se han privilegiado las variables estratégicas que deben conjugarse para favorecer en el corto plazo su desarrollo y que, en el largo plazo, contribuyan con el logro de la visión. Es de esperar, en la medida que se vaya consolidando la actividad, se identifiquen nuevas variables y estrategias que complementen las iniciativas existentes y permitan alcanzar la visión propuesta.

La propuesta presenta dos ejes básicos cuya conjugación, interacción y manejo articulado permitirá lograr los objetivos propuestos.

El primer eje se refiere al establecimiento de la institucionalidad requerida para favorecer el desarrollo de la actividad, donde se reconoce el rol facilitador del Estado. La institucionalidad propuesta está conformada, a su vez, por tres estructuras que interactúan para este propósito:

- i. Una entidad responsable de su fomento (de la promoción y desarrollo de la actividad; de la formulación de propuestas de políticas, programas y proyectos; de la implementación y conducción de los mismos, de la vinculación con los niveles de toma de decisiones, etc.). Se propone la creación del Programa Nicaragüense para el Fomento de la Producción Orgánica.

- ii. Otra entidad responsable del control o aplicación del marco técnico-legal⁴ que rige la actividad, y de dar garantías a los socios comerciales y consumidores, sobre la idoneidad y transparencia del sistema y de que los productos que adquieren han sido producidos bajos las normas que rigen esta actividad.⁵
- iii. Una tercera, relacionada con el establecimiento y consolidación de un “movimiento orgánico”, proactivo, organizado y articulado que apoye y facilite la implementación de la estrategia de fomento y que se constituya en el elemento fiscalizador de la misma.

El segundo eje contiene las políticas estratégicas que deben articularse para favorecer el desarrollo de la actividad en una primera etapa, y que, en el largo plazo, contribuyan decididamente con la obtención de la visión propuesta para el 2015.

La implementación de las políticas estratégicas está supeditada al establecimiento de la institucionalidad de fomento de la actividad a que hace referencia el párrafo precedente (Programa Nicaragüense para el Fomento de la Producción Orgánica), ya que es a través de esta institucionalidad que se implementarán las políticas y acciones necesarias para desarrollar la producción orgánica. Las áreas de políticas identificadas son: desarrollo tecnológico; acceso a mercados externos; desarrollo de mercados locales; incentivos y financiamiento; educación y capacitación; e información; cada una de estas áreas de políticas en la presente propuesta presentan sus respectivos lineamientos.

La implementación de las mismas debe estar en correspondencia con las expresiones de territorialidad. Esto, en virtud de la existencia de diferencias territoriales en el grado de evolución de la producción orgánica certificada y en transición, así como de diferencias agroecológicas, étnicas y otras, que determinan la existencia de los rubros orgánicos. El enfoque de territorialidad también estará en dependencia del nivel de dinamismo existente por rubros (p.e. café, ajonjolí u otros), o de las políticas específicas que se vayan a implementar (p.e. desarrollo de mercados locales).

Debe señalarse que si bien gran parte de las acciones que se deriven de la presente propuesta requieren de voluntad política para su implementación, otros requerirán de la formulación de propuestas de programas y/o proyectos concretos para ser presentados a organismos de cooperación para su financiamiento.

⁴ La normativa técnica para actividades agrícolas así como para las actividades pecuarias certificadas, han sido aprobadas y se está trabajando en su proceso de implementación.

⁵ Esta entidad deberá ser la responsable de propiciar la búsqueda de equivalencia de las normativas nacionales con las normas establecidas en los países de los principales socios comerciales, principalmente de Norteamérica y Europa.

Metodología

Para la realización del presente estudio se emplearon diferentes instrumentos metodológicos los cuales fueron aplicados a los principales grupos de actores involucrados en la producción orgánica certificada; entre los que destacan talleres, encuestas y entrevistas. Estos instrumentos permitieron obtener una apreciación de la situación de la actividad desde la perspectiva de sus actores y facilitó la elaboración de la propuesta que aquí se presenta. El esquema metodológico empleado con sus distintas herramientas se presenta en la Figura 1.

i) Talleres

a. Talleres Regionales de Consulta

Se realizaron 12 Talleres Regionales de Consulta en diversas zonas del país, en donde participaron más de 650 actores, entre ellos productores y productoras que practican la agricultura orgánica certificada y no certificada, así como personal técnico de 80 entidades institucionales (públicos y privados) que de una u otra manera se vinculan con el desarrollo de la producción orgánica, destacándose la participación de los puntos focales⁶ y del Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria (Ver Apéndice 9).

Partiendo del consenso entre representantes de diferentes organizaciones e instituciones, los talleres de consulta se realizaron en las siguientes cabeceras departamentales y regionales⁷:

- (i) Juigalpa (municipios de departamentos de Chontales y Boaco).
- (ii) San Carlos (municipios del departamento de Río San Juan).
- (iii) Nueva Guinea (territorios del oeste de la Región Autónoma del Atlántico Sur).
- (iv) Bluefields (territorios del este de la Región Autónoma del Atlántico Sur).
- (v) Puerto Cabezas (territorios del este de la Región Autónoma del Atlántico Norte).
- (vi) Siuna (territorios del oeste de la Región Autónoma del Atlántico Norte).
- (vii) Jinotega (municipios del departamento de Jinotega).
- (viii) Matagalpa (municipios del departamento de Matagalpa).
- (ix) Ocotal (municipios de departamentos de Nueva Segovia, Madriz y Estelí).
- (x) León (municipios de departamentos de León y Chinandega).
- (xi) Masaya (municipios de departamentos de Managua, Masaya, Carazo, Granada y Rivas).
- (xii) Altagracia (municipios de la Isla de Ometepe, departamento de Rivas).

⁶ Son las formas organizativas más sobresalientes que se identificaron en cada uno de los territorios (instituciones estatales, gremios, ONG, etc.) que participan en el apoyo y fomento de la producción orgánica.

⁷ Los eventos tuvieron un carácter regional y se realizaron en las localidades de mayor cobertura y accesibilidad para el resto de territorios; por ejemplo, en Puerto Cabezas (Bilwi) participaron productores(as) de Waspam, Prinzapolka y otros territorios del este de la RAAN; en Siuna participaron productores(as) de Bonanza, Rosita y otros territorios del oeste de la RAAN. En Bluefields, participaron productores(as) de Laguna de Perlas, Kukra Hill y otros territorios del este de la RAAS; en Nueva Guinea participaron productores(as) de El Rama, Muelle de los Bueyes y otros territorios del oeste de la RAAS. En Juigalpa, el evento contó con productores(as) de Chontales y Boaco. En el evento de Ocotal asistieron productores(as) de Estelí, Madriz y Nueva Segovia. En Masaya el evento contó con productores(as) de Managua, Carazo, Granada y Rivas.

De cada taller se obtuvo un documento memoria referido a la zona respectiva que muestra tanto las potencialidades organizativas, agropecuarias y de experiencias sobre producción orgánica, así como las limitaciones que están impidiendo un desarrollo más acelerado de la actividad. Adicionalmente se identificaron las propuestas de acción y una agenda de actividades a realizar en el corto, mediano y largo plazo con el fin de favorecer el desarrollo de la actividad, la cual fue elaborada por los participantes de cada evento⁸.

b. Taller de Retroalimentación

El análisis de la información recolectada durante los talleres permitió la estructuración de una primera propuesta de estrategia para el fomento de la producción orgánica certificada, tomando en cuenta las particularidades que la misma posee en las diversas zonas del país y de los actores económicos y sociales que la promueven. Esta primera versión fue presentada en un Taller de Retroalimentación⁹ con “informantes calificados”, representantes de organizaciones de la sociedad civil: ONG, universidades, gremios, centros de investigación y otros, quienes hicieron sus aportes al documento presentado, proponiendo sugerencias en temas que consideraron pertinentes (Ver Apéndice 10).

c. Taller Nacional de Consulta

Los resultados obtenidos en los talleres antes señalados permitieron enriquecer el trabajo realizado hasta ese momento y preparar una segunda versión de la propuesta. Ésta fue presentada y discutida durante el Taller Nacional de Consulta¹⁰, el que tuvo como objetivos retroalimentar y validar la misma con participantes que se habían destacado en los Talleres Regionales, y acordar los puntos principales de agenda para la construcción e implementación de dicha estrategia. El producto de todo el proceso ha sido una propuesta de consenso entre los principales actores que promueven esta actividad en todo el país (Ver Apéndice 11).

ii) Encuestas y entrevistas

Se llevaron a cabo encuestas y entrevistas a diferentes actores que participaron en el proceso con el fin de conocer la situación de la producción orgánica nacional, su evolución, superficies, números de fincas, rubros, agentes de apoyo, exportaciones, mercados, demanda existente, perspectivas de algunas empresas comercializadoras, consumidores, agencias certificadoras y ONG, entre otros. Esta información permitió construir una base estadística que respaldara los resultados de la consulta nacional, de fácil actualización, y que apoye la toma de decisiones. Es necesario mencionar que hasta ese momento no se conocía información publicada sobre la cantidad de productores orgánicos certificados en el país.

⁸ La metodología específica de los talleres contempló la separación de técnicos y productores, tanto en los grupos de trabajo como en la presentación de los resultados. Esta metodología se presenta en las memorias de los talleres.

⁹ Evento realizado el 21 de julio del 2003, en la ciudad de Managua con organismos e instituciones que están vinculados a la producción orgánica certificada y no certificada y que han propiciado su desarrollo y crecimiento en los últimos años. Participaron un total de 27 representantes de un número similar de organizaciones invitadas.

¹⁰ Realizado en Managua los días 29 y 30 de julio del 2003, con la presencia de los Viceministros del MAGFOR, MINSIA, MECD, el Director General del INTA y el Representante del IICA en Nicaragua. Además, se contó con la asistencia de más de 120 personas procedentes de todos los departamentos y regiones del país, representantes de diferentes estructuras organizativas públicas y privadas, así como de productores(as), transformadores(as) y comercializadores(as) orgánicos certificados, en transición, naturales y convencionales de bajos insumos.

a. Encuestas a operadores¹¹

Esta encuesta fue dirigida específicamente a toda aquella persona natural o jurídica que tuviera un certificado de operador en el país, y se realizó con el objetivo de conocer la magnitud de la producción orgánica certificada (cantidad y tipo de actores, producción, mercados, entre otros aspectos). Para la identificación de estos operadores se utilizaron las listas que proporcionaron las certificadoras BIO LATINA y OCIA, las dos agencias certificadoras con mayor presencia y con oficinas de representación en el país, encuestándose el 100% de los operadores de dichas agencias. Durante las primeras visitas de campo se confirmó la existencia de más operadores con certificados obtenidos por medio de otras agencias certificadoras presentes en el país; como Naturland e. V., CCPB y OIA. Dada su importancia para efectos del presente estudio se procedió a identificarlos y encuestarlos, no pudiéndose contactar solamente dos operadores (Ver Apéndice 7 y 8).

b. Encuesta a productores(as)

Se aplicó una encuesta a los productores orgánicos certificados y en transición, naturales y de bajos insumos, con el objetivo de tener un indicador sobre su percepción en aspectos referentes a prácticas de manejo, aspectos de certificación y transición, disponibilidad de recursos, tenencia de la tierra, organización, entre otros. Contando con el apoyo y colaboración de los puntos focales se lograron levantar 352 encuestas de los productores asistentes a los talleres de consulta (Ver Apéndice 4).

c. Encuesta a consumidores¹²

Con la intención de caracterizar y determinar las actitudes y preferencias de parte de la demanda de productos orgánicos en el país se realizó una encuesta a los consumidores de dichos productos. Para esto se seleccionaron en Managua los supermercados La Colonia ubicados en Plaza España (26)¹³ y en la Rotonda de la Centroamérica (30) así como el mercado Small Farmer de la Liga de Cooperativas de los Estados Unidos-CLUSA (28), por ser éstos los que tienen mayor movimiento de productos orgánicos (Ver Apéndice 3).

d. Entrevistas a informantes calificados

Para retroalimentar la información obtenida y conocer más sobre los procesos de comercialización, certificación y apoyo institucional, se realizaron entrevistas a diferentes actores, públicos y privados, que trabajan en pro del desarrollo de la producción orgánica nacional previamente identificados; entre éstas: empresas comercializadoras de productos orgánicos certificados, instituciones del Estado, agencias certificadoras y ONG. Las entrevistas fueron realizadas en los meses de julio y agosto del 2003.

¹¹ Para el procedimiento de certificación, las agencias certificadoras extienden un certificado para los procesos de producción, transformación y comercialización de productos orgánicos certificados y en transición, los cuales son denominados como operadores.

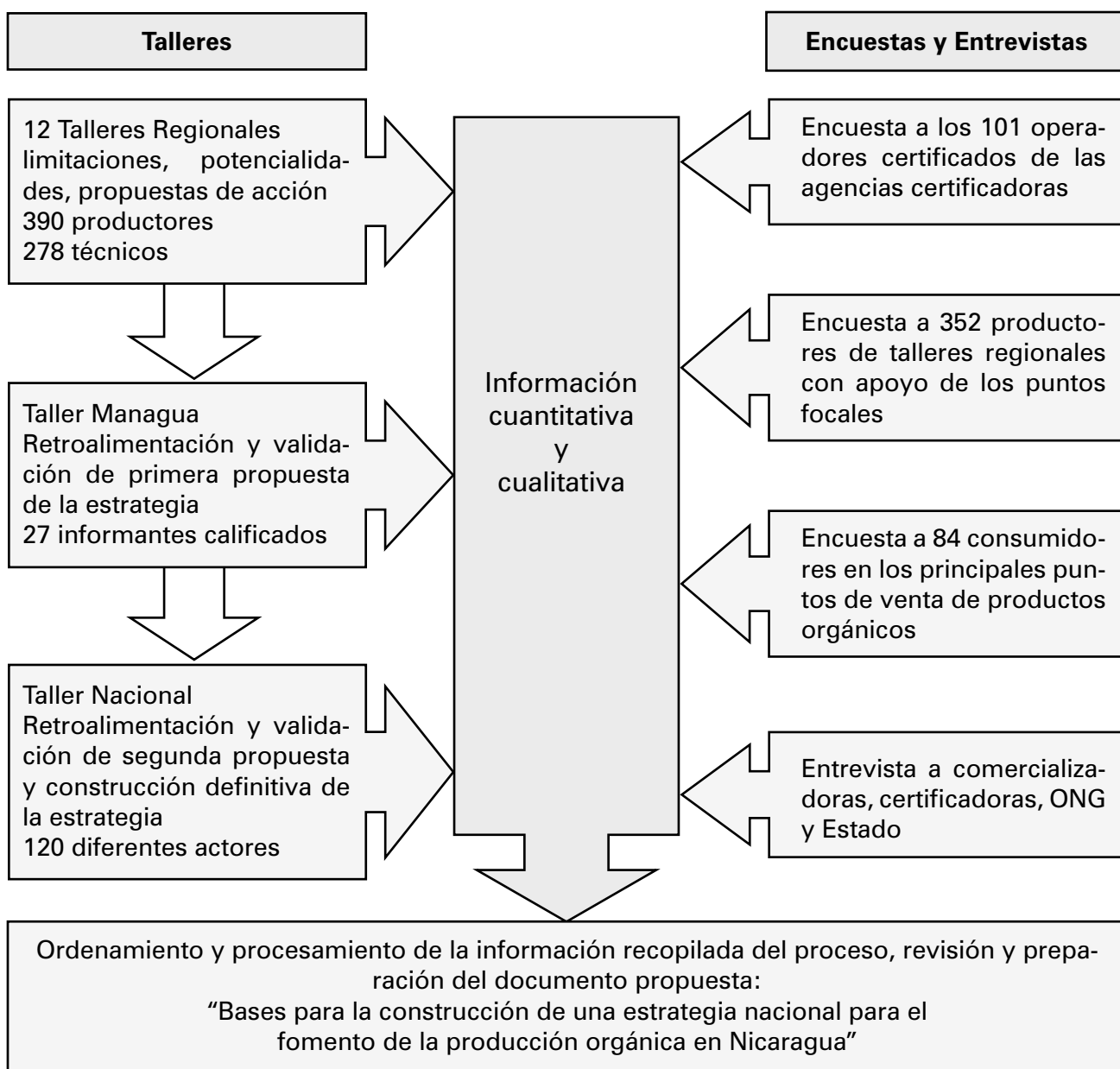
¹² Este estudio en particular se llevó a cabo con el apoyo del Dr. Juan Antonio Aguirre funcionario del The School for Field Studies Center for Sustainable Development, quien posee amplia experiencia en el tema de los consumidores de productos orgánicos.

¹³ Número de personas encuestadas

Para complementar el estudio se hizo uso de diversas fuentes bibliográficas (escritas y electrónicas), que muestran información detallada sobre la producción orgánica certificada a nivel internacional en aspectos de superficies, ventas, rubros y tendencias. Es conveniente aclarar que en el ámbito nacional todavía no se cuenta con información oficial sobre la actividad, por lo que el equipo responsable debió hacer uso de los pocos trabajos publicados relacionados al tema del estudio.

La versión final del presente documento fue concluida a finales del año 2003, y entregada a representantes de instituciones públicas y agencias de cooperación que apoyaron el trabajo. Sus comentarios y sugerencias fueron incorporados en la presente versión.

Figura 1. Esquema del proceso metodológico



Marco conceptual de la producción orgánica

I. Producción orgánica en la presente estrategia

La producción orgánica constituye una forma alternativa de producir que comprende todos los sistemas agropecuarios de producción de alimentos y fibras, y que se implementa desde una visión ambiental, social y económica. Con el transcurrir de los años han surgido una serie de variantes, interpretaciones y tendencias sobre la actividad, que si bien coinciden en lo fundamental, presentan sus propias definiciones.

Para efectos del presente documento se concibe la producción orgánica, ecológica o biológica, como una forma alternativa de producir que respeta los balances existentes en la naturaleza, propicia el equilibrio físico, químico y biológico del suelo y su principal meta es optimizar las relaciones suelo–plantas–animales¹⁴. Bajo este sistema se descarta el empleo de cualquier químico sintético.

Este sistema de producción está regulado por normas específicas, y cuenta con diversas técnicas agropecuarias basadas en el mantenimiento y aumento de la fertilidad del suelo, y en la cría de animales respetando su comportamiento y sus necesidades fisiológicas. Algunas de estas técnicas utilizadas son la rotación de cultivos y el reciclaje de material orgánico en las unidades de producción, tal como los residuos de cosecha, utilización de leguminosas y abonos verdes, estiércol animal, entre otros; también se utilizan métodos agronómicos, biológicos y mecánicos para el control de plagas y enfermedades. Los productos compuestos sintéticamente como los fertilizantes, pesticidas, herbicidas, reguladores de crecimiento, antibióticos y aditivos para la producción agrícola y ganadera¹⁵ son excluidos o severamente restringidos, así también están estrictamente prohibidos los Organismos Genéticamente Modificados (OGM).

La Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM) menciona algunos de los principios que debe cumplir la producción orgánica, éstos son de carácter general y deben ser adaptados a la realidad de cada región y a cada situación socioeconómica en particular:

- Producir alimentos sanos
- Respetar y proteger los ecosistemas naturales y su diversidad genética
- Promover y diversificar los ciclos biológicos de los sistemas agrícolas en lo que respecta a microorganismos, flora y fauna, cultivos y animales domésticos
- Mantener y mejorar la fertilidad del suelo mediante el uso de fertilizantes orgánicos (estiércoles, abonos verdes y compost)
- Utilizar los recursos naturales y renovables que se encuentran en la región y las fincas
- Tender a la autosuficiencia en materia orgánica y elementos nutritivos
- Proveer a los animales las condiciones de crianza que les permita manifestar sus comportamientos específicos

¹⁴ Codex Alimentarius 1999.

¹⁵ FAO 2002.

- Mantener la diversidad genética de los sistemas agrícolas
- Brindar al productor una remuneración justa y un ambiente de trabajo seguro y sano
- Prevenir el impacto negativo de las técnicas de cultivo y crianza en el ambiente y en el tejido social.

II. La certificación de los productos orgánicos

Uno de los aspectos claves para diferenciar un sistema de producción orgánica de otros tipos de sistemas de producción sostenible y convencional es el sello de certificación orgánico. Este mecanismo garantiza la condición “orgánica” del producto el cual ha sido producido, procesado y comercializado mediante la aplicación de normas establecidas para tales propósitos, otorgándole credibilidad al productor y brindándole la protección y seguridad al consumidor. Los sistemas productivos fuera de estos estándares reconocidos internacionalmente no pueden ser considerados como orgánicos.

La certificación es un procedimiento (generalmente voluntario) por medio del cual se verifica que los productos orgánicos son obtenidos de sistemas productivos que están sujetos a la inspección, certificación y etiquetado mediante normas y regulaciones específicas de la producción orgánica. El estricto cumplimiento de estas normas y regulaciones es verificado por un organismo de certificación independiente, generalmente una agencia certificadora, la cual no presenta ningún tipo de vínculo con los operadores certificados.

Previo a la certificación, se realiza la inspección por medio de controles físicos de la unidad de producción y de toda la cadena de valor incluyendo la elaboración, empaque, de importación o exportación, si fuera el caso. Esto se realiza por medio de una encuesta sistemática según las normas de la agencia certificadora; dependiendo de esta inspección se determina el tiempo por el cual el sistema productivo pasará por un período de transición¹⁶, el cual consiste en adaptar el sistema de producción al sistema de producción orgánico. Las agencias certificadoras y los inspectores que participan en este proceso se encuentran acreditados¹⁷ ante la Autoridad de Control del país respectivo, dando así garantía de que su accionar se ajusta a las normas de producción orgánica y sus reglamentaciones¹⁸.

La certificación es una herramienta comercial ya que es necesaria para tener acceso a los mercados internacionales de este tipo de productos. Los consumidores en general no confían en el carácter “orgánico” de productos que no han sido certificados, por lo tanto la mayoría de las leyes y normas sobre la producción orgánica en más de 60 países¹⁹, ha establecido que los términos “orgánico”, “ecológico” o “biológico” son sinónimos y no pueden utilizarse para otros productos que no hayan sido certificados.

¹⁶ Período en donde se eliminan los insumos químicos sintéticos como fertilizantes y plaguicidas, y se aumentan los insumos de origen natural (abonos orgánicos, control biológico de plagas y enfermedades), combinado con prácticas como la rotación de cultivos y otras técnicas de manejo del suelo, hasta alcanzar una estabilidad en el sistema de producción que permita alcanzar la certificación.

¹⁷ “Acreditación” es el registro de los certificadoras, o agencias certificadoras por parte de la Autoridad de Control de cada país.

¹⁸ En el caso específico de Nicaragua es la “Norma Técnica Obligatoria Nicaragüense de Producción Orgánica Vegetal y de Producción Orgánica Animal”.

¹⁹ Países de la Unión Europea y de Europa, Esta dos Unidos, América Latina, África, Asia y Oceanía.

Existen diferentes reglamentaciones y certificadoras en el ámbito internacional, por lo que se hace necesario alcanzar un mínimo (mundial) de garantía equivalente a través de todo el sistema. La posibilidad de armonizar las regulaciones y normativas no es tarea fácil, ya que las realidades socioeconómicas, políticas y ambientales de los países son muy distintas.

III. Institucionalidad para el desarrollo de la producción orgánica

La institucionalidad requerida para el desarrollo de la producción orgánica está compuesta por dos estructuras funcionales complementarias entre sí: una estructura de normación y control de la actividad, y una estructura de fomento de la producción orgánica certificada. A la par de este apoyo institucional, que normalmente es de competencia del Estado, se necesita la institución de un movimiento orgánico legitimado que represente a la sociedad civil involucrada en dicha actividad. La institucionalidad como tal, ha sido un factor determinante en todos aquellos países que han adoptado la producción orgánica certificada.

Las normas y procedimientos de certificación orgánica fueron creados inicialmente por asociaciones privadas nacionales y regionales en países industrializados, con el propósito de dar a sus miembros el derecho a comercializar sus productos con el sello y garantía de las organizaciones respectivas. A medida que la actividad se fue expandiendo y traspasando fronteras, varios países definieron sus propios estándares y crearon leyes y regulaciones para la producción, el procesamiento y la comercialización de productos orgánicos. Países de la Comunidad Europea acordaron estándares comunes a comienzos de los años noventa, los que se detallan en el Reglamento EEC 2092/91; recientemente, los Estados Unidos de América en los National Organic Program (NOP), Japón en el Japanese Agriculture Standard (JAS), así como Canadá y varios países de América Latina también adoptaron estándares y reglamentos propios.

El crecimiento y la diversidad de la demanda de productos orgánicos alrededor del mundo, brinda muchas oportunidades de mercado para productores y comercializadores de países desarrollados y en vías de desarrollo. Por esta razón en 1999, el Comité de Etiquetado de Alimentos del Codex Alimentarius de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y la Organización Mundial de la Salud (OMS), adoptaron orientaciones para la producción, procesamiento, etiquetado y comercialización de alimentos producidos de forma orgánica. En la gran mayoría de todas estas normas, la certificación de los productos ha sido uno de los temas más importantes. En 1999 el Codex Alimentarius aprobó las guías para la producción vegetal, y en el 2001 para la producción animal. Estas guías para la producción orgánica han representado un paso importante para armonizar las reglas internacionales, en orden de construir la confianza que el consumidor necesita.

Si bien, con la globalización y apertura de los mercados internacionales se hace necesario que los países tengan un ambiente legal propicio para que puedan aprovechar cualquier oportunidad de comercialización que se presente, en el caso de la producción orgánica es difícil que un país avance sólo con una reglamentación. Por esta razón, a la par de las regulaciones y normativas, también es necesario crear programas, planes e instancias institucionales para el fomento de la actividad. Basta mirar los ejemplos de algunos países que han avanzado en forma importante en el desarrollo de esta actividad: el Programa Nacional de Producción Orgánica del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos; el pago de servicios ecológicos del Gobierno Federal Suizo a los productores orgánicos; el financiamiento estatal de la investigación en Bélgica; las subven-

ciones del Gobierno de Austria para la producción orgánica; el Plan de Acción del Gobierno de Francia para el desarrollo de la producción orgánica, entre otros. En estos países, el Estado por medio de estas estructuras institucionales brinda incentivos económicos dirigidos a procesos como la transición, la capacitación, el financiamiento, y otros recursos necesarios para el desarrollo de la producción orgánica certificada.

La existencia de un movimiento orgánico organizado en cada país complementa la institucionalidad deseada y favorece la producción orgánica, representando un canal efectivo para hacer llegar las demandas y necesidades surgidas a las instancias gubernamentales correspondientes, así como para fiscalizar las tareas que se implementen y buscar los recursos requeridos por la actividad. La combinación de una adecuada normativa, la existencia de una institucionalidad “ad-hoc”, el apoyo de políticas gubernamentales y un movimiento orgánico consolidado, organizado y proactivo han sido los factores de éxitos en muchos países de Europa y América, para el fomento del desarrollo de la producción orgánica en un mundo cada vez más competitivo.



FRUTOS DE CAFÉ (Foto: Darwin Granda, IICA Nicaragua)

PRIMERA PARTE

La producción orgánica certificada



EMPARVE DE AJONJOLÍ (Foto: Darwin Granda, IICA Nicaragua)

I. La producción orgánica en el ámbito internacional

1.1. Características de las áreas dedicadas a producción orgánica certificada en el mundo

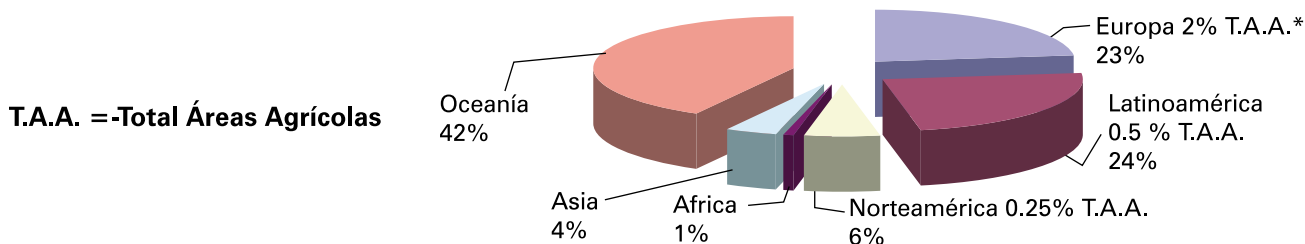
La última década del siglo XX fue testigo del crecimiento y expansión de la producción orgánica certificada debido a diversos factores, entre los que sobresale el fortalecimiento de la conciencia ambiental y el incremento en la cantidad de consumidores en Europa, Canadá y Estados Unidos que demandan comida más sana²⁰. Este crecimiento se refleja fundamentalmente en la evolución y caracterización de las superficies dedicadas a la producción orgánica y el desarrollo de los mercados de este tipo de productos.



CACAO ORGÁNICO (Foto: Pablo Jirón, IICA Nicaragua)

La información disponible indica que para el año 2004 la superficie mundial dedicada a la producción orgánica certificada es de 24 millones de hectáreas, distribuidas en 121 países: EE.UU., Canadá, 35 países en Europa, 22 países en Latinoamérica, 37 países en África, 21 países en Asia y cinco países en Oceanía y el Pacífico²¹(Figura 2).

Figura 2. Distribución de las superficies con producción orgánica certificada a nivel mundial.



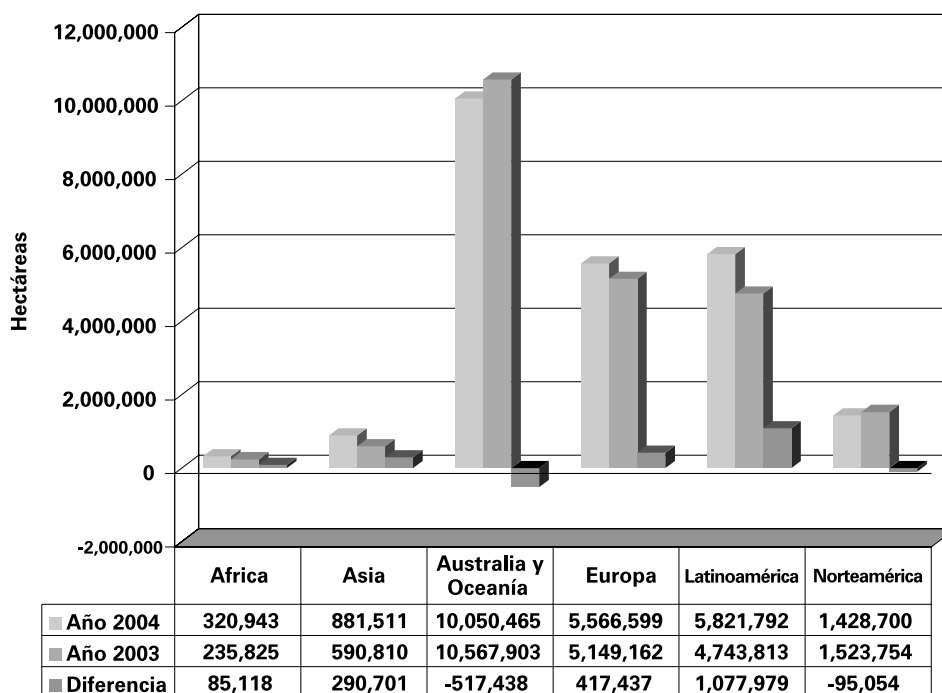
Fuente: SOEL 2004, Elaboración IICA-INTA 2004

²⁰ Lutterbeck 2002

²¹ SOEL 2004

No obstante, como porcentaje de la tierra agrícola total del planeta, la superficie dedicada a la agricultura orgánica sigue siendo modesta; en Europa equivale al 2% de las tierras agrícolas, en Latinoamérica al 0.50% y en Norteamérica al 0.25%. Aproximadamente dos terceras partes de estas superficies corresponden a pastos orgánicos. En estos países se calcula la existencia de aproximadamente 462,475 fincas que están siendo cultivadas con producción orgánica certificada.

Figura 3. Cambio anual en el total de superficies dedicadas a la producción orgánica certificada a nivel continental (2004–2003). Fuente: SOEL 2003–2004.



Si bien la producción orgánica certificada se ha caracterizado por su elevada tasa de crecimiento anual, la cual ha fluctuado entre el 20% y 30%, la misma se ha visto reducida en los últimos años, principalmente por una contracción de la tasa de crecimiento de las superficies bajo producción animal²², en especial en Australia y Oceanía, donde la mayoría de las superficies son dedicadas a la producción de carne y lana certificada (Figura 3).

El principal factor que ha favorecido el crecimiento de la producción orgánica en algunos países, principalmente en la Unión Europea, ha sido el involucramiento de los gobiernos en aspectos de políticas. Las acciones de políticas incluyen entre otras, aquéllas que proveen la certificación y etiquetado, establecen regulaciones y estándares, y proveen incentivos, financiamiento y servicios, integrando a todos los agentes a través de la cadena de valor para establecer alianzas que favorezcan el desarrollo de la producción orgánica certificada.

²² El factor determinante fue el cambio en los precios de la carne orgánica y convencional.

1.1.1. El mercado internacional

Hasta el momento no existen estadísticas sistemáticas y confiables sobre el detalle de las ventas de los productos orgánicos en el mundo; parte de esto se debe a la falta de unificación y definición de términos para estos productos en los diferentes países, así como a la falta de contabilidades nacionales. A pesar de esto, se ha determinado que para el año 2004 las ventas fluctuarán entre los 23,000 y 25,000 millones de dólares²³. En el año 2003 las principales transacciones de este mercado se realizaron en los Estados Unidos y Europa donde el 40% fue comercio de frutas y vegetales, frescos o procesados (Cuadro 1).

Cuadro 1. Incremento en ventas totales de productos orgánicos en los principales mercados internacionales entre los años 1997 y 2003.

País	Ventas (millones US\$) / año		% incremento
	1997	2003	
EE.UU.	4,200	11,000	152
Alemania	1,800	2,800	56
Francia	720	1,200	67
Italia	750	1,250	67
Gran Bretaña	450	1,550	244
Suiza	350	725	107
Holanda	350	425	21
Dinamarca	300	325	8
Austria	225	325	44
Suecia	110	350	218
Otros países europeos	200	750	275
Total	10,455	20,700	

Fuente: SOEL 2001 – 2003.

En este cuadro sólo se indicaron los países que tenían registros de 1997, y no se incluyen Canadá, Australia, Japón, y otros países europeos²⁴.

Estudios consultados²⁵ indican que no existe en el mundo otro sector del mercado de alimentos que haya crecido a una tasa anual del 20% al 30%; nivel manifestado durante los años noventa y comienzos de los años 2000. Sin embargo, recientemente en Norteamérica²⁶ así como en la mayoría de los países europeos se evidencia una contracción en la tasa de crecimiento de la demanda, la cual se espera se estabilice entre el 15 al 20% anual hasta el año 2005 (Cuadro 2).

²³ SOEL 2003

²⁴ Estos países no incluidos en el cuadro alcanzaron entre los US\$2000 y 3000 millones para el año 2003.

²⁵ Organic Food News (UK); Organic Monitor; Biofach; SOEL; FIDA; IICA; International Trade Center; Organic Trade Association.

²⁶ Los productos orgánicos ahora están disponibles en alrededor de 20,000 tiendas de productos naturales y de almacenes de comida y en 73% de las tiendas de abarrotes convencionales, esto significa del 1-2% de las ventas totales de comida en los Estados Unidos (Amber Waves, Febrero 2003, USDA's Economic Research Service)

Cuadro 2. Tasas de crecimiento de los principales mercados internacionales de productos orgánicos (2005).

País	Total de ventas de alimentos a nivel mundial (%)	Tasas esperadas de crecimiento en el mediano plazo (%)
Alemania	2.0 – 2.5	5 - 10
Reino Unido	1.8 – 2.3	10 – 15
Italia	1.0 – 1.5	5 - 15
Francia	1.0 – 1.5	5 - 10
Suiza	2.5 – 3.0	5 - 15
Dinamarca	2.5 – 3.0	0 - 5
Austria	2.5 – 3.0	5 - 10
Holanda	1.0 – 1.5	5 - 10
Suecia	1.0 – 2.0	10 - 15
Bélgica	1.0 – 1.5	5 - 10
Otros Europa`*`		15
EE.UU.	2.0 – 2.5	15-20
Canadá	1.5 – 2.0	10 – 20
Japón	0.5	15
Australia	0.5	15
Nueva Zelanda	0.5	15

* Finlandia, Irlanda, Noruega, Portugal y España. Fuente: UNCTAD 2004 con datos del ITC 2003.

El potencial de mercado en los países industrializados es aún amplio; proyecciones hechas por expertos, indican que aunque los países consumidores incrementen sus áreas orgánicas certificadas, en el año 2005 alcanzarán en promedio sólo el 3% del consumo mundial de alimentos. Aún así, es importante monitorear la evolución y comportamiento de la producción orgánica certificada en los países europeos y el resto de los continentes a fin de verificar si estas tendencias se mantienen o se modifican con el tiempo.

Es un hecho que la comercialización de productos orgánicos certificados tiene un mayor dinamismo, desde que reconocidas empresas transnacionales y grandes cadenas de supermercados están ofertando dichos productos. Un indicador de crecimiento de este negocio lo constituye la incorporación de transnacionales como General Mills Heinz, McDonald's, Danone, Nestlé, Mars, Dole, Sandoz y Benetton en su afán de explotar el potencial de este mercado. El involucramiento de estas empresas genera la expectativa del mantenimiento en las tendencias de crecimiento para los próximos años.

La diversidad que presenta actualmente este mercado en expansión con más de 1,500 productos, va desde productos frescos agrícolas de origen vegetal y animal, donde se destacan: café, té, azúcar, cítricos, frutas tropicales, hortalizas, cereales, algodón, carnes, leche, miel, condimentos, entre otros, hasta productos agroindustriales y propiamente industriales, como: vinos, salsas, galletas, productos lácteos, chocolates. También presenta una variada gama de productos de

limpieza, cosmetología y farmacopea; así como artículos de vestir: ropa de algodón, zapatos, suéteres de ovejas o de alpacas criadas orgánicamente, entre otros²⁷.

A la par de estos productos de consumo directo, se ha desarrollado toda una línea de productos orgánicos que se utilizan como materias primas, con el fin de garantizar la condición orgánica de ciertos productos, por ejemplo, forrajes y granos para producir carne y productos lácteos, así como insumos para el control de plagas y enfermedades, fertilizantes y semillas certificadas. En el Cuadro 3 se pueden observar las tendencias esperadas en las tasas de crecimiento para algunos de los productos antes mencionados.

Cuadro 3. Tasas de crecimiento esperadas en los mercados de productos orgánicos en seis países europeos entre los años 2002 y 2007 (por categorías de productos).

Productos	Dinamarca	Austria	Suiza	Reino Unido	Alemania	Francia
Total del mercado orgánico	1.5	4.6	4.5	11	4.8	6.1
Otros productos (productos farmacopea, cosméticos, artículos, otros)	3.3	8.4	7	8.8	7.3	10
Cárnicos	1.7	3.2	8	12.3	3.1	10
Lácteos	1	3.4	1.5	8.8	6.7	6.5
Frutas y vegetales	4	5.7	5	8.3	7.1	5
Cereales	2.5	5.3	2	6	4.6	5.3

Fuente: SOEL 2004.

En algunos países europeos y norteamericanos más del 50% de los consumidores ya conoce que es un producto orgánico, y entre el 30% y el 40% los compra de manera constante. Diversos estudios sobre las tendencias de estos consumidores demuestran que el principal motivo de compra ha sido la salud y el cuidado del ambiente, por los perjuicios ocasionados por el mal manejo de los sistemas productivos convencionales. Este significativo interés de los consumidores ha incentivado cada vez más el incremento en la demanda de los productos orgánicos, y por ende una expansión y diversificación del mercado de dichos productos en todos estos países.

Si bien las preferencias del consumidor ha sido uno de los factores claves para el crecimiento del consumo de estos productos, deben señalarse otros factores adicionales en la oferta y la demanda. Desde la perspectiva de la oferta: la disponibilidad cada vez mayor de productos orgánicos en las cadenas de supermercados²⁸; la aparición de sellos o marcas nacionales para productos orgánicos (menos confusión, más confiabilidad para el consumidor); la participación de algunos gobiernos en aspectos de políticas para incentivar la producción orgánica; y el involucramiento de un mayor número de productores certificados. Desde la perspectiva de la demanda: mayor disponibilidad de puntos de venta; apoyo solidario a los productores certificados locales y extranjeros de baja escala, comunidades y mercados; el reciente temor en la seguridad de la comida en algunos países (especialmente por la enfermedad de las vacas locas, entre otras); y las preocupaciones entre algunos consumidores con relación a la modificación genética en los productos agropecuarios.

²⁷ Nova 2003

²⁸ Se espera que para el año 2005 éstas contengan los principales puntos de venta en EE.UU y Europa. PROCOMER 2002 y Aguirre 2003.

Hasta ahora, el mercado de productos orgánicos se ha caracterizado por tener una demanda que supera ampliamente la oferta, y representa una participación significativa en las importaciones de los países, generando además oportunidades de mercado particularmente atractivas para los países en desarrollo que tienen la posibilidad de integrarse a la actividad.

Este déficit en la demanda, sumado a los atributos que el producto tiene por su condición de "orgánico", hace que en los mercados internacionales y locales se pague un precio premio, o sobreprecio. Este precio varía de acuerdo al país, la demanda, la calidad, el tipo de producto y el establecimiento donde se vende. En los principales mercados europeos los sobreprecios fluctúan entre el 10% y el 220%, en comparación con los productos convencionales (Cuadro 4). Los mejores precios se encuentran en los países del hemisferio norte (Unión Europea, Estados Unidos y Japón). Cabe mencionar que los productos que se mencionan aquí no necesariamente provienen de importaciones de países en desarrollo, sino también de las fincas orgánicas certificadas dentro de los países mencionados.

Cuadro 4. Sobreprecios pagados por algunos productos orgánicos en tiendas de siete países europeos.

País	Vegetales	Cereales	Leche	Papas	Frutas
	%	%	%	%	%
Suecia	100-30	100-10	20-15	100-30	100
Dinamarca	50-20	20-0	30-20	50-20	100-50
Finlandia	94	64	31	78	-
Austria	50-40	50-40	10	50	60-50
Suiza	-	30-20	30-25	100-50	-
Alemania	100-20	150-20	80-25	100-50	150-20
Italia	220-50	175-125	50-20	130-70	100-50

Fuente: Elaboración IICA-INTA con datos de Markets for organics products in Europe, Biofach 2000.

Estos sobreprecios en países europeos y norteamericanos han sido una motivación importante para las exportaciones de productos orgánicos de países en desarrollo, sin embargo estudios recientes revelan que estas diferencias en los precios se mantendrán (aunque la misma tenderá a disminuir en el largo plazo), independientemente del aumento de los volúmenes comercializados, ya que tanto los productos convencionales como los orgánicos co-existirán debido a las necesidades y posibilidades de los mercados y a los sistemas de comercialización existentes.

Es importante destacar que en estos mercados los productos tropicales presentan algunas ventajas dado que en su mayoría no son producidos en los países templados. Entre estos productos se destacan el café, cacao, té, la mayoría de las frutas tropicales y vegetales (en diferentes presentaciones) hierbas y especias, frutas deshidratadas y nueces. Si bien existen algunas frutas y vegetales que pueden ser producidos por los países importadores en temporada o fuera de ésta, siempre presentan una demanda insatisfecha; no obstante los productores de estos rubros en los países en desarrollo, deberán superar algunos obstáculos en el comercio concernientes a la calidad de sus productos, problemas de comunicación y logística y sobre todo los aspectos de certificación, la cual está incrementando su importancia en los países importadores de Europa y otros países asiáticos.

V. 1.2. Situación de la producción orgánica certificada en América Latina

1.2.1. Crecimiento y particularidades

América Latina no se ha quedado al margen del crecimiento de la producción orgánica certificada a nivel mundial; los países latinoamericanos poseen el 24% de la superficie mundial de actividades agropecuarias orgánicas²⁹, es decir, un aproximado de 5.9 millones de hectáreas bajo producción certificada³⁰. Este porcentaje es mayor que el existente en Europa (23%) Norteamérica (6%), Asia (4%) y África (1%) (Cuadro 5).

Cuadro 5. Cambio anual en las superficies dedicadas a la producción orgánica certificada y el número de fincas en América Latina (2004–2003).

País	Superficie POC* 2004 (ha)	Superficie		Superficie POC Sobre el AAT* %	Total fincas	
		2003	Diferencia		#	ha/finca
Argentina	2,960,000	3,192,000	-232,000 ³¹	1.70	1,779	1,663.9
Brasil	841,769	275,576	566,193	0.24	19,003	44.30
Uruguay	760,000	678,481	81,519	4.00	500	1,520.0
Bolivia	364,100	19,634	344,466	1.04	6,500	56.0
Chile	285,268	273,000	12,268	1.50	300	950.9
México	215,843	143,154	72,689	0.20	53,577	4.0
Perú	130,246	84,908	45,338	0.42	23,057	5.7
Paraguay	91,414	61,566	29,848	0.38	2,827	32.3
Ecuador	60,000	60,000	0	0.74	2,500	24.0
Colombia	33,000	30,000	3,000	0.24	4,500	7.3
Rep.Dom.	14,963	14,963	0	0.40	12,000	1.3
Guatemala	14,746	14,746	0	0.33	2,830	5.2
Costa Rica	13,967	8,974	4,993	3.11	3,987	3.5
Nicaragua ³²	10,750	7,000	3,750	0.14	--	--
Cuba	10,445	8,495	1,950	0.16	5,222	2.0
Panamá	5,111	5,111	0	0.24	--	--
El Salvador	4,900	4,900	0	0.31	1,000	4.9
Belice	1,810	1,810	0	1.30	--	--
Honduras	1,769	1,769	0	0.06	3,000	0.6
Jamaica	1,332	205	1,127	0.26	12	111.0
Surinam	250	250	0	0.28	--	--
Guyana	109	425	-316	0.01	28	3.9
TOTAL	5,821,792	4,886,967	934,825		142,622	

* POC = Producción Orgánica Certificada; L.A. = Latino América; AAT = Área Agrícola Total

Fuente: SOEL 2004

²⁹ A diferencia de Europa, en América Latina la mayoría de los pequeños productores no tienen la capacidad económica para desarrollar sus sistemas de producción con manejo convencional, por lo que sus prácticas agrícolas se asemejan a las de la agricultura orgánica, y son de fácil certificación ante la posibilidad de acceder a mercados de este tipo de productos.

³⁰ Los datos mostrados provienen de las mismas fuentes citadas en el acápite anterior.

³¹ Esta reducción se debió a cambios en el mercado de carne orgánica y convencional en los principales países importadores.

³² Según el presente estudio, en el caso de Nicaragua, la superficie actual de POC es de 54,271 ha en 5,977 fincas.

Argentina es el país que cuenta con mayor superficie total dedicada a la producción orgánica (2.9 millones de hectáreas), sin embargo la mayoría de sus áreas corresponde a pastos para la producción de carne y lana. Los datos anteriores muestran que el área dedicada por los países de la región a la producción orgánica certificada es reducida con relación a las áreas dedicadas a la producción agrícola total por país, con excepción de Uruguay, en donde es del 4.0 %; lo cual indica el gran potencial en áreas para el crecimiento de la actividad³³.

El número de fincas o parcelas por país dedicadas a ese tipo de producción no representa necesariamente el grado de desarrollo de la actividad; el Cuadro 5 nos muestra la relación del tamaño promedio de las fincas. Sobresalen los casos de Argentina, Uruguay y Chile, que en su mayoría tienen fincas dedicadas a la ganadería de carne y lana, con extensiones superiores a las 1,000 hectáreas, las cuales por sus ecosistemas y cultura se adaptan a este tipo de producción. En contraste el resto de los países se caracterizan por el reducido tamaño de sus unidades de producción, y que son trabajadas por pequeños productores de cultivos anuales y perennes.

1.2.2. Institucionalidad (en la producción orgánica certificada)

La mayoría de países de América Latina no cuentan con un marco institucional o estructuras de fomento de la producción orgánica certificada, que permita establecer un contexto adecuado para la promoción de iniciativas y políticas que faciliten el desarrollo de la actividad. Las agencias certificadoras, ONG y otras instituciones nacionales e internacionales han apoyado a los actores involucrados en la actividad a través de asistencia técnica, información, financiamiento, capacitación, comercialización, participación en ferias internacionales y en certificación, entre otras actividades. Sin embargo, todo este apoyo no es suficiente cuando el número de actores crece, así también como sus necesidades referentes a producción, comercialización y organización.

1.2.2.1. Certificación y regulación

Todo indica que la certificación de las áreas de producción orgánica, está a cargo de agencias certificadoras internacionales como OCIA (Organic Crop Improvement Association), QUAI (Quality Assurance International), FVO (Farm Verified Organic), OTCO (Oregon Tilth Certified Organic), COAB (Canadian Organic Advisory Board), Demeter Association Inc., BCS-Öko Garantie GMBH, Naturland e. V., Ecocert S.A., Skal (Holanda), AIAB (Associazione Italiana per l'Agricoltura Biologica), Suolo Italia, CCPB (Consorzio per il Controllo dei Prodotti Biologici), Soil Association (Inglaterra), Krav (Suecia), Imo Latin America (Institute for Marketecology GMBH), SGS. No obstante, algunos países latinoamericanos ya disponen de sus propias agencias certificadoras (Cuadro 6).

³³ Son necesarios estudios más precisos sobre la productividad, innovación, prácticas agrícolas, utilización de insumos entre otros para tener un mejor panorama de la producción orgánica en L.A.

Cuadro 6. Agencias certificadoras de origen latinoamericano

Países	Certificadoras
Argentina	Argencert S.R.L.(Instituto Argentino para la Certificación y Promoción de Productos Alimentarios Orgánicos); Bio Certificación Letis S.A.; OIA (Organización Internacional Agropecuaria)
Bolivia	Bolicert
Brasil	IBD (Instituto Biodinámico); Red de Certificación Participativa Ecovida
Chile	CCO (Certificadora Chile Orgánico); CIAL(Corporación de Investigación en Agricultura Alternativa); PROA(Corporación de Promoción Orgánica Agropecuaria),
Colombia	Biológicos del Trópico (socia de Ecocert S.A.); CCI (Corporación Colombia Internacional)
Costa Rica	Aimcopoc; Eco-Lógica S.A.
Ecuador	Fundación Biocon; PROBIO (Corporación Ecuatoriana de Agricultores Biológicos)
Guatemala	Mayacert (Certificadora Maya S.A.)
México	CertiMex S.C. (Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos); CUCEPRO (Comité Certificador de Productos Orgánicos)
Perú	BIO LATINA (agencia certificadora latinoamericana fundada por Biopacha (Bolivia), Bio Muisca (Colombia), Cenipae (Nicaragua) e Inka Cert (Perú)
Uruguay	ARU (Asociación Rural de Uruguay); SCPB (Sociedad de Consumidores de Productos Biológicos), Urucert

Fuente: García 2002. IICA-INTA 2004.

Algunos países latinoamericanos ya han establecido sus marcos legales, los que norman y regulan los procesos de certificación de la producción, transporte, procesamiento, comercialización, y otros aspectos relacionados con la actividad (Cuadro 7). Dicha institucionalidad pretende estar en correspondencia con las normativas que rigen los mercados de los principales países compradores, de tal manera que se propicie y se favorezca la comercialización de estos productos. En los casos donde no existen normativas es necesaria una certificación por una agencia reconocida y acreditada en el país de destino.

Cuadro 7. Países de América Latina con marco regulatorio

País	Regulación completamente implementada	Regulación finalizada pero sin implementar	En proceso de formular regulación
Argentina	XXX		
Belice		XXX	
Brasil		XXX	
Chile		XXX	
Colombia	XXX		
Costa Rica	XXX		
Guatemala		XXX	
El Salvador			XXX
Honduras		XXX	
México		XXX	
Nicaragua		XXX	
Panamá		XXX	
Perú			XXX

Fuente: SOEL 2004, IICA-INTA 2004.

1.2.3. Exportación y comercialización

El mayor porcentaje de la producción orgánica certificada de América Latina está orientada al mercado internacional, y solamente una pequeña porción se dirige a los mercados nacionales; entre los productos que se comercializan se encuentran: hortalizas, legumbres, aceites, cereales, oleaginosas, frutas, especias, productos agrícolas industrializados, carnes, huevos, leche, vinos, hierbas aromáticas y medicinales (Cuadro 8). Los principales mercados de destino son Europa, Estados Unidos y Canadá; y por lo general, se trata de exportaciones con un bajo nivel de procesamiento de los productos.

Cuadro 8. Algunos de los principales productos orgánicos de exportación en Latinoamérica

Productos	Países y actividades de exportación
Frutas frescas	Argentina: manzanas, peras, pomelos, mandarinas, melones, bayas y cítricos Brasil: manzanas, mangos y uvas Chile: kивis, frambuesas, manzanas, zarzamora, arándano, uvas y fresas Colombia, Costa Rica, Perú, Ecuador, Brasil, Honduras y República Dominicana: piñas, bananos, limas, cocos República Dominicana, México y Brasil: mangos México: aguacates, limas y bananos
Vegetales	Brasil, Honduras, República Dominicana: jengibre Argentina: espárragos, ajos, cebollas, frijoles Chile: calabaza, pepinos, repollos, espárragos Países centroamericanos: pequeñas cantidades de vegetales
Cereales y harinas	Argentina y Brasil: maíz y trigo Bolivia, Brasil, México y Perú: mijo, trigo, amaranto, quinua,
Hierbas, especias y aceites esenciales	Guatemala y Nicaragua: cardamomo Guatemala: especias
Aceites vegetales y oleaginosas	Colombia, Costa Rica, República Dominicana, Honduras: coco Bolivia, Brasil, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Paraguay, Perú: ajonjolí Argentina, Paraguay, Uruguay: girasol Brasil, Argentina, Bolivia, Paraguay Nicaragua: soya
Café	México, Perú, Bolivia, Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, República Dominicana, Honduras, El Salvador
Cacao	Colombia, Brasil, Bolivia, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, República Dominicana
Azúcar de caña	Argentina, Paraguay y Ecuador
Miel de abejas	Argentina, Brasil, Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Nicaragua
Carne	Argentina, Uruguay, Brasil, Bolivia, Belice y Nicaragua

Fuente: SOEL 2003. IICA-INTA 2004.

El producto de la región que se destaca en los mercados internacionales es el café. México es el principal productor de café orgánico en el mundo, el cual proviene de pequeños productores indígenas organizados en cooperativas y asociaciones, y han alcanzado los supermercados y tiendas más grandes del mundo especializadas en dicho producto. En Perú el 30% de su producción total de café es orgánico, proveniente de fincas diversificadas donde los productores venden otros productos a los mercados locales. En los países centroamericanos el café orgánico se ha convertido en una alternativa económica para muchos pequeños productores que manejan su café de manera natural y que son fácilmente certificables.

También sobresale el caso de la carne orgánica en Argentina, el cual es el principal país productor y mayor exportador de esta especialidad. Este país dedica más de un millón de hectáreas en pasturas (carne y lana) y también exporta carne avícola. Recientemente otros países latinoamericanos están comenzando a producir carne orgánica para el mercado de exportación.

1.2.4. Mercados locales³⁴

Los mercados locales en América Latina son incipientes y se caracterizan por la existencia de “puntos de venta” con poca capacidad de recibir una oferta de producción orgánica sostenida y diversificada. Éstos se manifiestan a través de ferias, supermercados, tiendas de ventas especializadas, sistemas de distribución, que si bien no resuelven el problema de los productores al no tener capacidad de recibir una oferta sostenida, juegan un papel importante en el desarrollo de la demanda al permitir visualizar y promocionar una oferta diversificada de productos orgánicos. Debe mencionarse que muchos de estos puntos de venta desempeñan un rol importante como medios de promoción de la actividad, así como de información y educación del consumidor.

1.3. La situación de la producción orgánica certificada en Centroamérica

1.3.1. Crecimiento y particularidades

En los países centroamericanos, la producción orgánica certificada inicia su desarrollo y crecimiento hace poco más de 15 años, estimulada principalmente por la demanda de los mercados internacionales, la presencia de organismos no gubernamentales y de agencias de cooperación que la han promovido durante este período³⁵. Aunque se realizan esfuerzos por acelerar su desarrollo, el entorno institucional que favorece la actividad, es aún incipiente y no puede cubrir la demanda actual por servicios de los diferentes agentes involucrados. La presencia gubernamental ha sido limitada, o no ha estado presente en este proceso; solamente en Costa Rica existe una institucionalidad funcionando, que se expresa en la existencia de un Programa Nacional de Agricultura Orgánica y de políticas nacionales, que han permitido mejorar el entorno e incrementar la producción certificada.

Entre las principales características de la producción orgánica certificada centroamericana se pueden señalar las siguientes:

- i). La mayor parte de los productores orgánicos de la región son pequeños y medianos, organizados alrededor de cooperativas y asociaciones; son los principales proveedores de diversos productos y los encargados de dinamizar la producción orgánica con los volúmenes entregados a quienes lo procesan y venden. Muy pocos de estos pequeños productores entregan directamente su producto al mercado; habitualmente venden a intermediarios nacionales y compradores externos, que se encargan de procesar y transar con los distribuidores de los mercados en los países de destino.
- ii). De las 53,053 ha que comprenden las fincas certificadas (Cuadro 9) en la región, la mayoría no sobrepasan las 5 hectáreas en promedio; dichas áreas han tenido origen en distintas unidades de producción tales como:
 - Fincas o parcelas con escaso o nulo uso de insumos sintéticos;

³⁴ Distintos estudios sugieren que tener sólo un enfoque exportador puede ser contraproducente para el desarrollo de la agricultura orgánica, por lo tanto se debe prestar igual atención al potencial que tienen los mercados locales o nacionales.

³⁵ IICA, Amador 2001.

- Fincas donde se preservan prácticas indígenas con plantas silvestres o introducidas hace varias décadas manejadas de manera artesanal, pero con una lógica de extracción para el mercado (p. ej. la mora orgánica en Guatemala y Costa Rica);
- Fincas o parcelas “modernas”, que han adoptado el manejo técnico de la agricultura orgánica, ecológica o biológica, que anteriormente habían usado químicos sintéticos, pero que ahora se encuentran o están certificadas;
- Pasturas naturales (p.ej. Nicaragua con 13,867 ha certificadas, ver tercera parte del documento).

Cuadro 9. Superficies dedicadas a la producción orgánica certificada en Centroamérica

País	Superficie POC* (ha)	Puesto POC superficie		Superficie POC Sobre el AAT* %	Total fincas	
		L.A.*	Mundial		#	ha/finca
Guatemala	14,746	12	56	0.33	2,830	5.2
Costa Rica	13,967	13	57	3.11	3,987	3.5
Nicaragua ³⁶	10,750	14	59	0.14	--	--
Panamá	5,111	16	66	0.24	--	--
El Salvador	4,900	17	69	0.31	1,000	4.9
Belice	1,810	18	77	1.30	--	--
Honduras	1,769	19	78	0.06	3,000	0.6
TOTAL	53,053					

Fuente: SOEL 2004

1.3.2. Institucionalidad

1.3.2.1. Desarrollo de la actividad

Poder contar con una institucionalidad para el desarrollo de la producción orgánica certificada es estratégico. Por un lado es importante poseer el marco legal adecuado que se sustenta en la normativa nacional y su respectiva oficina de implementación, y por otro una estructura institucional que se comprometa al fomento de la actividad. Ligado a esto es necesario contar con un movimiento orgánico consolidado que junto a las iniciativas estatales logren concretar las actividades propuestas por los actores de la actividad.

La voluntad política de parte del Estado es uno de los elementos que se necesita para favorecer un ambiente propicio para el desarrollo de la actividad. En todos los países centroamericanos, con excepción de El Salvador, ésta se ha dado; sin embargo debe señalarse que esta decisión, con contadas excepciones, no ha sido plasmada en las áreas estratégicas que requiere la actividad para su desarrollo integral (Cuadro 10).

En la mayoría de los países centroamericanos el Estado ha comenzado a involucrarse en la institucionalidad. Los resultados que se han obtenido son evidentes con respecto a las normativas,

³⁶ En el caso real de Nicaragua, la superficie certificada y en transición es 54,271 ha. distribuidas en 5,977 fincas.

sin embargo es preciso que ésta se acompañe con una estructura dirigida al fomento de la actividad, como políticas, programas o planes destinados para tal fin. La intervención del Estado en los procesos de fomento de la producción orgánica certificada es reciente y con excepción de Costa Rica se carece de una institucionalidad o de estructuras responsables de la producción orgánica. Sin embargo, en algunos países de la región existen avances modestos que están mejorando la institucionalidad requerida para el desarrollo de la actividad (Cuadro 10).

Cuadro 10. Elementos estratégicos para el desarrollo de la producción orgánica certificada en C.A.

País	Decisión política	Marco institucional	Marco legal	Organización nacional	Mercados nacionales	Información
Belice	Definida	Definido	Elaborada	Operando		
Costa Rica	Definida	Implementado	Implementada	Operando	En proceso	En proceso
El Salvador	En proceso		En proceso			
Guatemala	Definida	Definido	Elaborada	En proceso		En proceso
Honduras	Definida	Definido	Elaborada	En proceso	En proceso	
Nicaragua	Definida		Elaborada	En proceso	En proceso	
Panamá	Definida		Elaborada	En proceso	En proceso	

Fuente: Elaborado basándose en estudios y conocimientos propios sobre el tema. IICA-INTA 2004

A pesar de la dinámica existente de las diferentes organizaciones del sector privado, que trabajan en el fomento de la actividad orgánica en los diferentes países de la región, todavía no se cuenta con organizaciones nacionales, excepto en los casos de Costa Rica y Belice. La organización del movimiento orgánico también es fundamental para apoyar el desarrollo de la actividad, mediante el acompañamiento y el compromiso de una agenda consensuada por los diferentes actores.

La falta de una institucionalidad de fomento de la actividad y el hecho que la mayoría de los productos orgánicos en los países centroamericanos se destinen a la exportación, no ha permitido visualizar la importancia del desarrollo de los mercados locales que permitan ofertar la diversidad de productos que provienen de las fincas certificadas. Por esta razón en algunos países el desarrollo de estos mercados es aún incipiente y, en otros ni siquiera existe. Hasta el momento sólo existen experiencias pequeñas como ferias, ventas en supermercados, tiendas y otros establecimientos especializados.

1.3.2.2. Certificación y regulación

Las primeras certificaciones se vienen realizando desde hace más de una década, y la mayoría de los productos certificados se destinan a la exportación. Hasta el momento no se han creado sellos nacionales para los emergentes mercados locales en ninguno de los países centroamericanos, y no se ha explorado el costo que implicaría dicho un sello, ni la mecánica para su funcionamiento.

En Centroamérica, la certificación de la producción orgánica está a cargo de agencias certificadoras internacionales, aunque en algunos países existen agencias certificadoras nacionales (Mayacert en Guatemala y Eco-Lógica en Costa Rica) o regionales como BIO LATINA (Cuadro 11).

Cuadro 11. Agencias certificadoras con presencia en Centroamérica

País	Agencia nacional o regional	Agencia internacional
Belice	Mayacert	Soil Association / QC&I / GMBH
Guatemala	Mayacert	OCIA / OTCO / OCB / BCS / Naturland e. V. / Bioland
Honduras	BIO LATINA / Ecológica	BCS-OKO Garantie / OCIA / QAI
El Salvador	Eco-Lógica	BCS – OKO Garantie / OCIA / Naturland / Imo-control
Nicaragua	BIO LATINA	OCIA / Naturland e. V. / OIA / CCPB
Costa Rica	Eco-Lógica / Aimcopop	SKAL, Ecocert / BIO LATINA / OCIA / OTCO / BCS OKO Garantie
Panamá	Eco-lógica	Ecocert

Fuente: IICA-INTA 2004

Algunas de estas agencias tienen oficinas de representación en los países donde operan, e inclusive han capacitado a inspectores locales; en otros tienen puntos de contacto que a petición de los potenciales clientes solicitan la inspección de la agencia certificadora de su preferencia.

1.3.3. Exportación y comercialización

Los principales productos que se exportan se venden con poco o ningún valor agregado debido a las barreras arancelarias existentes para los productos principales, especialmente café, y a la poca capacidad de transformación existente a nivel local en rubros como, cacao, ajonjolí y frutas los cuales podrían exportarse con valor agregado: galletas, trocantes, pulpa y otros. Otros productos con menor volumen se comercializan en el mercado internacional entre los que se mencionan añil, marañón, piña, banano, mango, hortalizas, mora, azúcar morena. Algunos granos básicos, vegetales, raíces y tubérculos se venden en el mercado nacional, normalmente como productos convencionales debido a que los mercados locales de productos orgánicos son incipientes en la mayoría de los casos (Cuadro 12).

1.3.4. Mercados locales

Si bien la mayoría de los cultivos orgánicos en Centroamérica se orientan hacia la exportación, existe un marcado interés de los países por desarrollar los mercados locales. Ante los incipientes mercados locales de productos orgánicos como tal, se encuentran manifestaciones del mismo como puntos de venta alentados por organizaciones de agricultores, ONG y algunas empresas; de igual manera se encuentran pequeñas tiendas, ferias y ventas de “puerta a puerta”, en donde se comercializan volúmenes bajos, y generalmente no se ajustan a las regulaciones de la producción orgánica certificada. La falta de información tanto al consumidor como al productor sobre las posibilidades de mercado es un factor determinante para el desarrollo de los mismos.

Cuadro 12. Principales productos orgánicos de Centroamérica según mercados de destino

ACTIVIDAD	BELICE		GUATEMALA		HONDURAS		EL SALVADOR		NICARAGUA		COSTA RICA		PANAMÁ	
	NAC.	EXP.	NAC.	EXP.	NAC.	EXP.	NAC.	EXP.	NAC.	EXP.	NAC.	EXP.	NAC.	EXP.
ACEITE DE NEEM									XXX	XXX				
ACHIOTE				XXX						XXX				
AJONJOLÍ				XXX		XXX		XXX	XXX	XXX				
AÑIL								XXX						
AZÚCAR			XXX	XXX	XXX		XXX	XXX			XXX	XXX	XXX	
BANANO				XXX		XXX			XXX		XXX	XXX	XXX	
BOVINOS		XXX							XXX		XXX		XXX	
CACAO		XXX		XXX		XXX	XXX			XXX	XXX	XXX		XXX
CAFÉ			XXX	XXX		XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
CARDAMOMO		XXX		XXX		XXX				XXX		XXX		
CÚRCUMA						XXX				XXX				
FLORES									XXX	XXX				
HORTALIZAS			XXX	XXX	XXX		XXX	XXX	XXX		XXX		XXX	
JENGIBRE			XXX	XXX		XXX				XXX	XXX	XXX		
LIMÓN			XXX			XXX	XXX		XXX		XXX	XXX	XXX	
MARACUYÁ								XXX	XXX					
MARAÑÓN			XXX					XXX	XXX	XXX		XXX		
MIEL DE ABEJAS		XXX	XXX	XXX				XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	
MORA			XXX		XXX		XXX				XXX	XXX		
NARANJA	XXX		XXX	XXX	XXX		XXX		XXX		XXX	XXX	XXX	
PAPAYA								XXX						
PIMIENTA				XXX		XXX					XXX			
PIÑA			XXX		XXX	XXX	XXX		XXX		XXX	XXX	XXX	
PLANTAS MED.				XXX	XXX			XXX		XXX	XXX	XXX		XXX
PLÁTANO								XXX	XXX		XXX	XXX		
PURÉ DE BANANO												XXX		
RAÍC. Y TUBÉRC.								XXX		XXX		XXX		
SOYA								XXX		XXX	XXX			
TABACO											XXX			
TOTAL RUBROS	1	4	10	13	6	10	10	11	16	14	15	16	9	3

NAC: Mercado convencional y puntos de venta de productos orgánicos; EXP: Dirigido a mercados de exportación con sello de certificación. Fuente: Elaboración IICA-INTA 2003

Del análisis del Cuadro 12 se desprenden varias reflexiones:

- Los productos orgánicos certificados provenientes de Centroamérica son competitivos y están posicionados en los mercados internacionales;
- La mayoría de los rubros son característicos del trópico, convirtiéndolos en productos potenciales para la región, especialmente del mercado europeo, norteamericano y japonés;
- Con excepción del café, miel de abejas y hortalizas, la mayoría de los rubros no son exportados por todos los países, lo que sugiere que existen probabilidades de ser producidos por el resto de países e incursionar en el mercado que los demanda.

II. Evolución de la producción orgánica en Nicaragua

2.1. Antecedentes de la producción orgánica en Nicaragua³⁷

La información recabada sugiere que las primeras experiencias de producción orgánica iniciaron en los años ochenta, producto de la confluencia de diversos elementos que abonaron al desarrollo de este tipo de agricultura. A fin de colaborar a la reconstrucción de este importante período en la historia del movimiento orgánico del país, se muestra los principales factores y elementos que incidieron en su evolución; estos acontecimientos no ocurrieron necesariamente en la secuencia que están siendo presentados en este capítulo sino que se conjugaron de manera dinámica y en momentos simultáneos.

2.1.1. Las primeras experiencias

2.1.1.1. El contexto nacional

Para mediados de 1985, la situación económica del país se tornó difícil debido a las dificultades económicas del período, situación que redujo considerablemente las posibilidades de importar insumos claves para la economía nacional incluyendo al sector agropecuario. A diferencia de años anteriores (1980–1985)³⁸, el sector agropecuario vio reducido el flujo de insumos que se destinaban a la actividad productiva, y se inició un proceso de búsqueda de alternativas agronómicas que redujeran la importación de bienes e insumos.

El entonces Ministerio de Desarrollo Agropecuario y Reforma Agraria (MIDINRA) desarrolló proyectos alternativos de apoyo al sector agropecuario, como el Centro Nacional de Protección Vegetal (CENAPROVE), entre otros, que pretendieron generar alternativas a las limitaciones del sector; la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, recinto León, desarrolló y divulgó un programa de manejo integrado de plagas. Por su parte, la Universidad de Ingeniería (UNI) y la Escuela de Agricultura de Rivas desarrollaron la producción de biogás; el Instituto de Recursos Naturales (IRENA) promovió programas de reforestación y la elaboración de abonos orgánicos. Ya para inicios de 1988³⁹, los subsidios al sector agropecuario habían sido eliminados y la producción de este sector se desarrolló bajo los esfuerzos de los pequeños productores individuales y organizados en diversas instancias (cooperativas, asociaciones).

2.1.1.2. Incidencia de organismos no gubernamentales y agencias de cooperación

De manera paralela a la situación nacional, organismos no gubernamentales apoyados por agencias de cooperación, iniciaron la ejecución de proyectos “amigables” con la naturaleza, en búsqueda de alternativas agronómicas para los pequeños y medianos productores. Así, nacen varios

³⁷ La información de esta sección proviene del estudio de Zamora J. (1996) y entrevistas realizadas a informantes calificados.

³⁸ Antes de 1985, el sector agropecuario fue privilegiado por las políticas gubernamentales, especialmente las cooperativas conformadas en este sector; insumos, maquinarias, tierras, asistencia técnica, crédito, infraestructura productiva fueron entregadas casi sin costo alguno.

³⁹ Ya para ese año, el gobierno sandinista priorizó aquellos proyectos que producían alimentos y redujo al mínimo el apoyo al sector de productores cooperativizado y privado.

proyectos⁴⁰ en distintas zonas del país, destacando la Finca La Esperancita⁴¹, entre 1982 y 1983, donde se experimenta con agroforestería, preparación de abonos orgánicos y conservación de suelos, entre otras prácticas. Posteriormente, surge el Programa Campesino a Campesino de la Unión Nacional de Agricultores y Ganaderos (PCAC–UNAG), el cual impulsó una propuesta novedosa para mejorar la fertilidad de los suelos a través de obras de conservación y el uso de abonos orgánicos, haciéndolo mediante una transferencia tecnológica horizontal practicada entre campesinos; la localidad de Santa Lucía, Boaco, se convierte en uno de los primeros sitios en donde el PCAC desarrolla su propuesta y en donde se lograron resultados exitosos.

Otro proyecto importante lo constituye el Desarrollo Rural Integral de Diriamba (Carazo) con un fuerte componente de agricultura orgánica y el uso del neem⁴² como insecticida botánico; posteriormente este proyecto derivó en la constitución de una cooperativa de procesamiento de neem para elaborar insecticida orgánico (COPINIM). Los Proyectos CHINORTE, Pequeños Productores de Achuapa, Pikín Guerrero, entre otros, fueron también en su momento, iniciativas vinculadas al fomento de la producción orgánica.

2.1.1.3. Presencia de empresas del mercado justo

Por iniciativa de técnicos y cooperantes extranjeros, especialmente de Alemania, se impulsaron proyectos dirigidos a comercializar algunos rubros, particularmente café, que tenían una demanda importante en el mercado justo europeo. Debido a ello, a finales de los años ochenta, surge el Proyecto de Café Orgánico del Volcán Mombacho, en Granada, apoyado por el Movimiento Ambientalista Nicaragüense (MAN), así como la siembra de café orgánico en la empresa estatal “Mauricio Duarte”, en Jinotepe, Carazo. Esta misma empresa involucró a otras cooperativas campesinas en esta iniciativa y paulatinamente se extendió la siembra de café orgánico certificado a otras zonas como San Juan de Río Coco, Madriz, Jinotega y Matagalpa. En contrapartida, surgió la empresa MITKA⁴³, que se encargó de comercializar el café orgánico nicaragüense en Alemania, a través de diversos puestos de venta esparcidos en algunas de las principales ciudades tales como Munich, Berlín y Hamburgo.

Según un estudio⁴⁴ realizado en octubre 1996, durante el ciclo 89-90 se certificaron 1,042 qq oro de café orgánico y para el ciclo 95-96 alcanzó la cifra de 13,000 qq oro. El número de productores involucrados en la producción orgánica pasó de 45 (ciclo 88-89) a 824 durante el ciclo 95-96. Algo similar ocurrió con los grupos y/o unidades de producción al pasar de cuatro cooperativas que producían orgánicamente en 1988-1989 a 21 grupos en ciclo 95-96 (empresas agropecuarias, sociedades anónimas, cooperativas).

⁴⁰ Se aclara que se mencionan solamente aquellos proyectos novedosos, pioneros en la promoción de la agricultura orgánica; con seguridad, otros proyectos importantes, por carecer de información sobre ellos, no están reflejados en este acápite.

⁴¹ Ubicada en Nueva Guinea, Región Autónoma del Atlántico Sur, con respaldo inicial del Centro Antonio Valdivieso; posteriormente se convirtió en un centro de referencia y recibió el respaldo de múltiples organizaciones.

⁴² *Azidaracta indica*.

⁴³ Mittellamerica und Export Kaffe auspiciada por grupos de solidaridad existentes en Alemania.

⁴⁴ Situación de la agricultura orgánica certificada, en Nicaragua; / Octubre 1996; Servicio de Información Mesoamericano para la Agricultura Sostenible (SIMAS) / Zamora J.

2.1.2. El movimiento ecológico, ambiental y orgánico

A mediados de 1989 fue evidente la existencia de un importante número de organizaciones que impulsaron proyectos de producción orgánica, a fin de proveer alternativas agronómicas al campesinado pobre para solventar sus problemas de abastecimiento de alimentos e insumos para la producción agropecuaria. Si bien la mayoría de estos esfuerzos estuvieron más vinculados a propuestas de protección al ambiente, fueron la base sobre la cual se desarrollaron los proyectos de producción orgánica certificada.

Para ese mismo período se conformó la Comisión Nacional de Agricultura Orgánica (CNAO⁴⁵) con el propósito de apoyar la comercialización de los productos orgánicos y establecer un sistema de certificación a nivel nacional; la CNAO promovió encuentros entre organizaciones que fomentaban la producción orgánica, producto de los cuales se constituyó la Red Nacional de Agricultura Orgánica y Tecnologías Apropriadas (RENAOTA⁴⁶) integrada por diversos organismos que desarrollaban la producción orgánica.

Los cambios políticos ocurridos en el país a partir de 1990 tuvieron una fuerte incidencia en el sector agropecuario, ya que se redujeron drásticamente las inversiones públicas, se inició un período de cambios en la tenencia de la tierra en el sector rural, y los conflictos sobre tenencia y propiedad adquirieron relevancia especialmente para los pequeños y medianos productores.

A pesar de esta situación desfavorable, continuaron surgiendo iniciativas novedosas tales como el Servicio de Información Mesoamericano sobre Agricultura Sostenible (SIMAS/1992) y el Proyecto de Promoción de Cultivos de Cobertura, auspiciado por el MAG-FAO. El primero, contribuye a divulgar y diseminar información sobre experiencias exitosas de agricultura alternativa y a propiciar procesos de intercambio de experiencias entre las diversas organizaciones que trabajan el tema; el segundo proyecto, contribuyó a fomentar el uso de leguminosas en asocio con otros cultivos.

Con el respaldo de agencias de cooperación, el SIMAS impulsó la formación de comisiones de trabajo, integradas por diversas organizaciones interesadas en el tema; así se estructuraron comisiones de manejo de plagas, crédito alternativo, agroindustria, comercialización y cultivos de cobertura. Este conjunto de organizaciones impulsaron la creación el Grupo de Promoción de la Agricultura Ecológica (GPAE⁴⁷/1994; integrado por ONG y profesionales calificados en el tema), como una instancia de coordinación.

GPAE⁴⁸ ha propiciado el desarrollo de diversos eventos nacionales para abordar el estado actual de la producción orgánica y ha formulado propuestas de ley para el fomento de dicha producción; los objetivos del GPAE han sido: (i) promover los conceptos y prácticas de la agroecología; (ii) promover la coordinación y el intercambio de experiencias en agroecología; (iii) mejorar la captación y divulgación de la información sobre agricultura ecológica; (iv) contribuir a la cons-

⁴⁵ En 1988, integrada por el Movimiento Ambientalista Nicaragüense (MAN), el Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE) y algunos técnicos especialistas en producción orgánica.

⁴⁶ En Matagalpa, octubre de 1989. Por diversas razones, ni la CNAO, ni la RENAOA desarrollaron el rol esperado y desaparecieron paulatinamente.

⁴⁷ A mediados del 2002, GPAE estaba integrado por más de 50 organizaciones.

⁴⁸ Plan Estratégico GPAE, julio 2003.

trucción de una propuesta de desarrollo agropecuario sostenible en Nicaragua, fundamentada en las experiencias nacionales; (v) promover metodologías participativas y la equidad de género; y (vi) estimular la investigación y actualización del conocimiento de la agricultura ecológica y de las culturas productivas campesinas.

Durante los últimos años (1995–2003) se han desarrollado proyectos de producción orgánica no certificada en diversas zonas del país. Muchas ONG se identifican como agentes que fomentan la agricultura orgánica, con diversos enfoques; por ejemplo, algunas de ellas proponen un proceso gradual de transición, de una agricultura convencional a una agricultura de bajos insumos en combinación con tecnologías regenerativas. Con esta propuesta se identifican organizaciones, como ADAA-UCA, ADDAC–Matagalpa, Aprenic, CEPA, CEPAD, CIEETS, Cipres, FEV, Inprhu-Somoto, La Cuculmecca, Nitlapán, Octupan, PCAC, Unicam, entre otras.

Otras organizaciones propician un enfoque que combina prácticas de agricultura orgánica con prácticas de agricultura convencional, en un mismo cultivo; los ejemplos más visibles han sido Ageo, Clusa, Pas-Ometepe, Prodecoop, Uca–Mirafior, entre otras; estas instancias impulsan este proceso, para transitar a la producción orgánica certificada. Otras, han promovido Manejo Integrado de Plagas (MIP), destacando los programas MIP–Zamorano y MIP–CATIE.

La mayoría de estas organizaciones (ONG, cooperativas, gremios y otros) han fomentado áreas claves para transitar hacia una agricultura orgánica, destacándose entre éstas: la diversificación agropecuaria, crédito, apoyo a la organización de productores, investigación, comercialización, conservación de suelos, capacitación, transformación de producción agropecuaria y manejo integrado de plagas.

Las metodologías utilizadas para desarrollar estos componentes han sido diversas, desde la metodología de campesino a campesino, la cual busca potenciar el liderazgo campesino en los procesos de transmisión de conocimientos; hasta las propuestas colaborativas y participativas, en donde los técnicos, los productores y especialistas trabajan en un mismo esfuerzo y comparten las enseñanzas y aprendizajes de dicho proceso.

Aunque cada organización ha trabajado en diversas zonas del país, existen características que comparten entre ellas, como por ejemplo:

- (i) Trabajan con un sector de pequeños productores que viven en condiciones de pobreza, no poseen capital de trabajo, y no son sujetos de asistencia técnica y crediticia;
- (ii) La mayoría impulsa la agricultura orgánica como un componente complementario a otros ejes de trabajo (derechos humanos, organización campesina, ganadería, género);
- (iii) Los modelos utilizados para la promoción de la agricultura orgánica y no convencional, son trabajados bajo un enfoque participativo y con la metodología de campesino a campesino;
- (iv) La relación entre estos organismos con instituciones del Estado vinculadas al tema han sido escasas o casi nulas⁴⁹.

⁴⁹ Esto se debe en parte a que la tendencia del Estado en la última década ha sido de regulador y facilitador de los procesos productivos orgánicos.

2.1.3. El mercado internacional de productos orgánicos certificados

En los años ochenta el mercado de productos orgánicos certificados y de productos convencionales se comportó como un mercado político, de solidaridad⁵⁰ con los productores nacionales frente a las condiciones que vivía el país, por el bloqueo impuesto a las exportaciones nicaragüenses por parte de EE.UU.; sin embargo, después de 1990, se levantaron las condiciones impuestas al país, y se reabrió el mercado norteamericano nuevamente.

Durante el periodo señalado las exportaciones fueron dirigidas a mercados europeos, donde empresas extranjeras tales como MITKA, GEPA, Oxfam Trading, Oxfam-Wereldwinkels y Magasins du Monde-Oxfam, entre otras, funcionaron como contactos comerciales entre productores y comercializadores, y al mismo tiempo fueron compradores directos de la producción orgánica certificada y convencional de algunos rubros.

A mediados de 1996, ya existían empresas nacionales dedicadas a la comercialización de producción orgánica certificada y de productos convencionales, tanto a mercados europeos como al norteamericano; Productos y Transacciones de la Tierra S.A. (PROTERRA/establecida en 1993), Promotora del Desarrollo Cooperativo de Las Segovias (PRODECOOP/establecida en 1993), la Empresa de Cooperativas de Café Orgánico de Nicaragua (ECOCONIC), la Unión de Cooperativas de Café Orgánico (UPCO), la Unión de Cooperativas de San Juan de Río Coco y la Agropecuaria de Inversiones de Café de Nicaragua (AGROCAFE); fueron de las primeras iniciativas que incursionaron en el mercado internacional.

Todo indica que la presencia de estas empresas, vinculadas al mercado justo y que también compraban productos orgánicos certificados, motivó a los grupos de productores convencionales a incursionar paulatinamente en la producción certificada, atraídos principalmente por los precios superiores que este tipo de producción ofrecía a rubros como café, cacao, ajonjolí y otros. La mayoría de las veces estos productores(as) recibieron respaldo de organismos no gubernamentales en el proceso de transición de producción convencional a orgánico, así como de algunos programas financiados por agencias de cooperación internacional.

Luego de ser involucrados en la dinámica de producción y comercialización de productos orgánicos certificados, los productores(as) han desarrollado una capacidad organizativa importante, y actualmente la totalidad de ellos están integrados en organizaciones que los representan (cooperativas, empresas comercializadoras, transformadoras y asociaciones). Son estas entidades las que ahora propician una vigorosa actividad socioeconómica y se han constituido en los principales protagonistas del dinamismo de la producción orgánica certificada en Nicaragua. No obstante, una alianza público-privada generaría un mayor dinamismo y desarrollo de la producción orgánica certificada.

⁵⁰ El primer mercado de la producción orgánica certificada de Nicaragua, fueron las tiendas de comercio justo existentes en Alemania, Suiza, Austria, Francia, Suecia, Gran Bretaña y Bélgica y las primeras exportaciones se inician entre 1984-1985. En la actualidad el comercio alternativo está organizado en la Asociación Europea de Comercio Justo (European Fair Trade Association/EFTA), integrada por 13 organizaciones de comercio pertenecientes a 9 países europeos, y cuenta con unas 3,000 tiendas especializadas que funciona como red de distribución de diversos productos provenientes, en especial, de diversos países de Latinoamérica, Asia y África.

III. La situación actual de la producción orgánica certificada y su importancia relativa en el contexto nacional

3.1. La producción orgánica certificada en Nicaragua

Es preciso mencionar que hasta la realización del presente estudio, en el país se carecía de datos confiables sobre la producción orgánica certificada, tanto cuantitativos como cualitativos que permitieran dimensionar la importancia relativa de esta actividad, así como sentar las bases propositivas para el desarrollo de la misma. Por lo tanto la información que aquí se presentan constituye un primer acercamiento al estado de la producción orgánica certificada en el país.

Los resultados obtenidos señalan que la actividad orgánica certificada en el país está en un proceso de franco desarrollo, lo que se demuestra por la evolución que ha experimentado la actividad en los últimos años y en la importancia relativa que algunos de sus indicadores muestran con relación al contexto nacional (Cuadro 13).

Cuadro 13. Importancia de la producción orgánica certificada y en transición en Nicaragua.

Uso de la tierra	Superficie total (ha)	Fincas	Productores	Superficie dedicada exportación 2002 (ha)
Agrícolas totales	6,254,514	199,549	220,000	171,990
Prod. Orgánica (cert. y en trans.)	54,271	5,977	6,390	17,567
Porcentaje	0.87%	3.00 %	2.90 %	10.21%

Fuente: Elaboración IICA-INTA 2003

En el año 2003 se estimaron en 54,270.9 hectáreas de superficies orgánicas certificadas y en transición, distribuidas en 5,977 fincas a lo largo del país; se producían más de 30 rubros agrícolas; participaron en la actividad 6,390 productores, principalmente pequeños y medianos, los cuales representaban el 3% de los productores totales del país con explotaciones agrícolas promedio de 9 hectáreas. El valor de las exportaciones estimadas para dicho año fue de US\$8.5 millones, representando una generación de divisas per cápita de US\$1,859 y empleando el 10.14% de las áreas totales destinadas en el país para cultivos de exportación⁵¹.

No obstante lo expuesto, es importante señalar que la producción orgánica se ha desarrollado básicamente por iniciativa de sus actores y con la ausencia clara de las instituciones del Estado, lo que se evidencia hasta la fecha en la falta de una institucionalidad que la promueva y la regule. Por esta razón, de mantenerse estas condiciones la actividad orgánica podría desaprovechar las oportunidades actuales y futuras en los mercados internacionales y en el desarrollo del mercado nacional.

⁵¹ Este monto se calculó sobre la base de las exportaciones obtenidas de los siete principales rubros orgánicos certificados, y se dividió entre los 4,617 productores certificados hasta septiembre del 2003.

Reflejo de lo expresado, es el hecho que hasta la fecha no se cuenta con políticas destinadas al fomento de la actividad, y el desarrollo de la misma ha estado sustentado principalmente en el apoyo de instituciones y organizaciones del sector privado. Sin embargo, debe señalarse que a principios del año 2003, contando con la participación de instituciones del Estado, comercializadoras, organismos no gubernamentales y gremios de productores, se desarrolló un proceso de discusión para la elaboración de las Normas Técnicas Obligatorias Nicaragüenses (NTON) que ordenan y regulan tanto la producción vegetal orgánica certificada, como la producción animal orgánica certificada.

Estas NTON tienen como objetivo establecer las directrices referentes a la certificación y regulación de la producción, elaboración, transporte, almacenamiento y comercialización de productos orgánicos certificados en el país. A la fecha ya se cuenta con dichas normativas técnicas, las cuales establecen que todas las agencias certificadoras que quieran realizar operaciones de certificación orgánica u ecológica tendrán que ser acreditadas por la Oficina Nacional de Acreditación (ONA) previo cumplimiento de requisitos establecidos por dicha oficina y la normativa ISO 65. Posteriormente la ONA remitirá toda la información referente a la acreditación de la agencia certificadora a la DGPSA/MAG-FOR en su carácter de Autoridad de Control de la producción, inspección, certificación, importación y exportación de productos orgánicos certificados⁵².

Sin embargo, debe señalarse que el proceso de certificación en el país ha estado a cargo de agencias certificadoras internacionales, entre las que se destacan OCIA, de origen norteamericano, Naturland y CCPB, de origen europeo y, BIO LATINA y OIA de origen latinoamericano, las cuales utilizan sus propios protocolos que son consistentes con lo que rigen las normativas de los principales países importadores. Los costos de la certificación son establecidos por las agencias certificadoras (Ver Apéndices 6 y 7).

Actualmente, en Nicaragua no hay agencias certificadoras enteramente nacionales. Los 6,390 productores están certificados y en transición, en una proporción de 59% por BIO LATINA, 32% por OCIA, 8% por Naturland e. V., y el 1% por CCPB y OIA. Las agencias BIO LATINA y OCIA tienen mayor tiempo de estar operando en el país⁵³ a través de sus oficinas nacionales. Por su parte, Naturland, CCPB y OIA no tienen oficinas en el país y el proceso de certificación se realiza a solicitud de compradores extranjeros, comercializadoras y organizaciones nacionales que exigen que sea la agencia de su elección la que certifique las áreas en donde se cultiva el rubro solicitado, especialmente para el café, la miel de abejas y el ganado bovino⁵⁴.

Generalmente, las empresas comercializadoras financian la certificación a los productores que los suplen, de esta manera se aseguran que su cadena de valor esté bajo los estándares de certificación deseados por el país importador. En el caso de los productores certificados por CCPB⁵⁵ el mecanismo es similar, pero su principal rubro es la miel de abejas⁵⁶.

⁵² Información tomada de la NTON 11 010-03.

⁵³ La agencia BIO LATINA tiene la mayor diversificación de productos orgánicos certificados, desde café hasta miel. En cuanto a OCIA el año pasado tenía certificado áreas de ajonjolí y vegetales, sin embargo para el presente año sólo están bajo certificación café y tabaco. En el caso de Naturland se especializa en certificación de café para el mercado inglés y CCPB para la comercialización de miel de abejas en Europa.

⁵⁴ Para el caso de la producción pecuaria, las instituciones que están apoyando el proceso solicitaron la inspección de una agencia OIA con amplia experiencia y trayectoria en la certificación orgánica bovina.

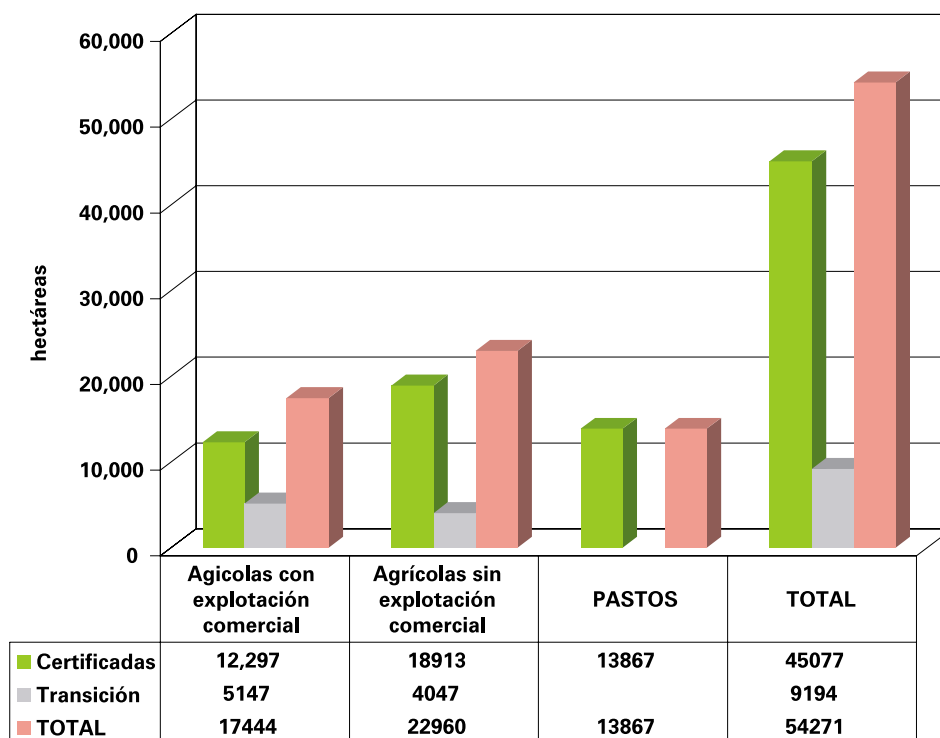
⁵⁵ Consorcio para el Control de Producción Biológico, de Italia, al igual que Naturland y OIA no tienen oficinas de representación en el país.

⁵⁶ En el caso particular de la miel de abejas, lo que se contabiliza son las colmenas y no las superficies. Los apicultores estiman que alrededor del 50% de las colmenas del país están certificadas o en transición.



MARAÑÓN ORGÁNICO (Foto: Darwin Granda, IICA Nicaragua)

Figura 4. Superficie total dedicada a la producción orgánica certificada y en transición en Nicaragua.

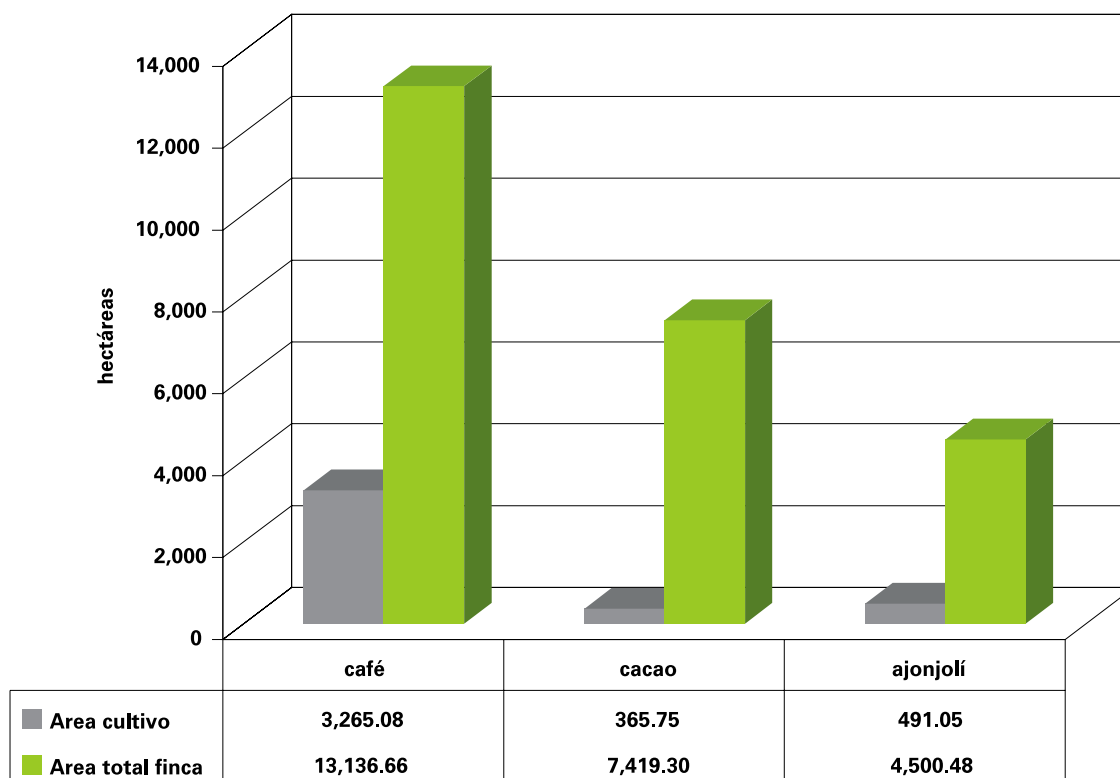


Fuente: BIO LATINA 2003; OCIA 2003; entrevista a CBI y COMPROCOM, 2003; elaboración IICA 2003



ROSA DE JAMAICA (Foto: Darwin Granda, IICA Nicaragua)

Figura 5. Relación entre las superficies totales de la finca y el cultivo de exportación, ambos certificados, en Nicaragua.



Fuente: BIO LATINA 2002-2003; elaboración IICA-INTA 2004

3.1.1. Crecimiento y particularidades

3.1.1.1. Superficies agropecuarias y fincas con producción orgánica certificada y en transición⁵⁷

Frente a los obstáculos que todavía presenta la actividad y la falta del apoyo del Estado, la producción orgánica certificada ha demostrado un crecimiento positivo en la última década, sin embargo de mantenerse estas condiciones se esperaría una contracción en su ritmo de crecimiento en el corto plazo.

En el 2003 existían en el país 54,271 hectáreas certificadas y en transición, lo cual es una cifra altamente contrastante si se toma en cuenta la información que se manejaba en el país hasta la elaboración del presente estudio, donde se registraban 10,750 hectáreas certificadas y en transición⁵⁸. El 83% (45,077 ha) de esta superficie está certificada y el 17% (9,194 ha) en transición, lo que demuestra que la actividad continúa su crecimiento (Figura 4). Las superficies agrícolas con explotación comercial se refieren a la oferta de rubros exportables, por los cuales se obtienen sobreprecios

En el caso de las fincas ganaderas (13,867 ha), las mismas se encuentran certificadas como orgánicas para la producción de pasturas y forrajes, no obstante, se encuentran pendientes de evaluación para la producción ganadera orgánica certificada (carne, leche y otros). Las superficies de pasturas orgánicas certificadas representan el 26% de la superficie total, aunque la producción de carne esté pendientes de evaluación y el destino de su producción hasta el momento es en el marco del mercado de carne convencional (Ver Apéndice 2).

Las superficies certificadas y en transición destinadas a la producción vegetal (40,404 ha) contabilizan el 74% del total de superficies; de éstas, el 32% (17,444 ha) se dedican a la producción de diversos rubros, entre ellos los cultivos certificados con destino de exportación que representan 12,297 hectáreas. El resto del área de las fincas certificadas y en transición, las cuales representan el 42% (22,960 ha) están dedicadas a granos básicos, cría de animales domésticos (ovejas pelibuey, aves, cerdos, entre otros), frutales, fragmentos de bosque y la producción de semillas criollas adaptadas a la zona, entre otras actividades, las cuales tienen como destino el mercado convencional y refleja parte del potencial de la oferta comercializable, si se identificaran mercados y se desarrollara una estrategia de comercialización para estos rubros (Figura 3).

Lo anterior indica que las fincas orgánicas certificadas están siendo subutilizadas, ya que muchos de sus productos certificados terminan comercializándose en los mercados de productos convencionales sin reconocimiento alguno. Esto responde al hecho que en la mayoría de los casos se certifica toda la finca o el sistema de producción, por las exigencias del esquema de certificación de algunas agencias, tales como BIO LATINA, lo cual facilita la posibilidad de alcanzar en un futuro el mercado orgánico de los diversos rubros que se producen en ellas. Sin embargo, la expectativa de los productores contrasta con la realidad, ante un mercado local incipiente y que sólo los rubros destinados a la exportación reciben un sobreprecio; por consiguiente comercializan el resto de la producción en los mercados convencionales. En la Figura 5 se detalla más específicamente algunos de los casos de productos de exportación como café, cacao, ajonjolí, durante el ciclo 2002-2003 donde se evidencia que sólo ocupan entre el 5% y el 25% del área total de las fincas certificadas.

⁵⁷ En esta sección del documento no se menciona la producción apícola, dado que se cuantifica en número de colmenas. Para mayor información ver Apéndice 5.

⁵⁸ SOEL 2004. Lo anterior ratifica las diferencias existentes entre fuentes de información, ante la ausencia de cifras oficiales sobre la actividad.

El total de la superficie orgánica certificada y en transición se encuentra distribuida en 5,977 fincas en diferentes zonas del país, de las cuales el 70% (4,310 fincas) están certificadas y el resto en transición (1,667 fincas). El área promedio general de las fincas es de 9 hectáreas, sin embargo al separar las fincas dedicadas a cultivos y las fincas dedicadas a pasturas encontramos que el tamaño de las fincas con cultivos tienen un promedio de 7.5 hectáreas, y las fincas con pasturas de 322.5 hectáreas. Esta diferencia se debe al tipo de productor, ya que en su mayoría, los cultivos pertenecen a pequeños y medianos productores organizados, y las pasturas pertenecen a medianos y grandes productores individuales (Cuadro 14).

Cuadro 14. Relación entre las superficies y fincas orgánicas certificadas y en transición por tipo de producción en Nicaragua.

Usos de las fincas	Superficies (ha)	Fincas	Relación aprox. ha/finca
Fincas con producción vegetal	44,404	5,934	7.5
Fincas con producción animal	13,867	43	322.5
TOTAL	54,271	5,977	9

Fuente: Elaboración IICA-INTA 2003

Del análisis realizado se hace evidente el potencial de áreas ya certificadas que no están siendo explotadas con racionalidad económica, y que representan el 42% del total de áreas certificadas dentro de las fincas.

3.1.1.2. Principales rubros certificados y en transición en el país

Existen 24 rubros orgánicos en las 12,297 hectáreas certificadas destinados al mercado de exportación y una pequeña parte de éstos se destina para consumo interno. El rubro líder es el café (Figura 6) que cuenta con la mayor área certificada con el 83% (10,282.3 ha), seguido del ajonjolí 7%, cacao 3%, soya 3% y el resto de los rubros 4% (frijol, sorgo, semilla de marañón, maní, maíz, yuca, tabaco, hortalizas, cardamomo, flores, cúrcuma, arroz, rosa de jamaica, jengibre, fruta deshidratada, semilla de neem, achiote, albahaca, zacate limón). En el caso de la miel de abejas se contabiliza la cantidad de colmenas orgánicas certificadas, considerando las condiciones de manejo existente en la zona de ubicación de las mismas, según el radio de vuelo de 3 kilómetros de las abejas, así como el tratamiento alimenticio e higiénico sanitario que se le brinda.

La distribución geográfica de estos cultivos permite identificar tres zonas de dinamismo que están ubicadas en el Norte, el Pacífico y el Centro del país (Cuadro 15). Es evidente la ausencia de producción orgánica certificada en otras zonas del país, principalmente en la Región Autónoma del Atlántico Norte (excepto Waslala⁵⁹), Región Autónoma del Atlántico Sur, y particularmente en el departamento de Río San Juan, donde existieron algunas experiencias en certificación de productos orgánicos (frijol negro), pero que en la actualidad no existen productores certificados, ni en transición. Éstas son zonas donde se identificó a un fuerte sector de productores que practican agricultura orgánica, pero que no tienen mayor información sobre los procesos de certificación⁶⁰ (Figura 7).

⁵⁹ Para efectos de este estudio, Waslala se ha ubicado en la Región Centro Norte, por su cercanía con Matagalpa.

⁶⁰ A pesar que no existe producción orgánica certificada en estas zonas, en las propuestas surgidas de los eventos regionales de consulta realizados en cada una de ellas, los participantes se expresaron con mucho su interés y necesidad de información en el tema de la certificación.



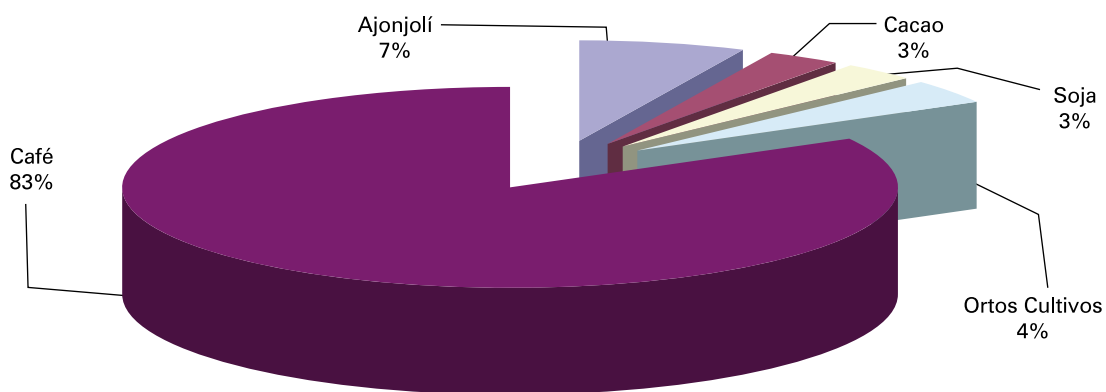
VAINAS DE FRIJOL ROJO (Foto: Darwin Granda, IICA Nicaragua)

Cuadro 15. Distribución de las superficies (ha) y fincas certificadas por regiones en Nicaragua.

Regiones	Zonas de dinamismo						Total
	Zona uno		Zona dos			Zona tres	
	Las Segovias	Centro Norte	Pacifico Norte	Pacífico Sur	Isla de Ometepe	Centro Sur	
Productores	2000	1403	408	37	171	598	4617
Fincas	1891	1380	372	37	64	566	4310
Total ha	5631.5	3130.4	1256.2	138.5	299.6	1841.0	12296.8

Fuente: IICA - INTA 2004

Figura 6. Proporción del total de cultivos certificados por superficie en Nicaragua.



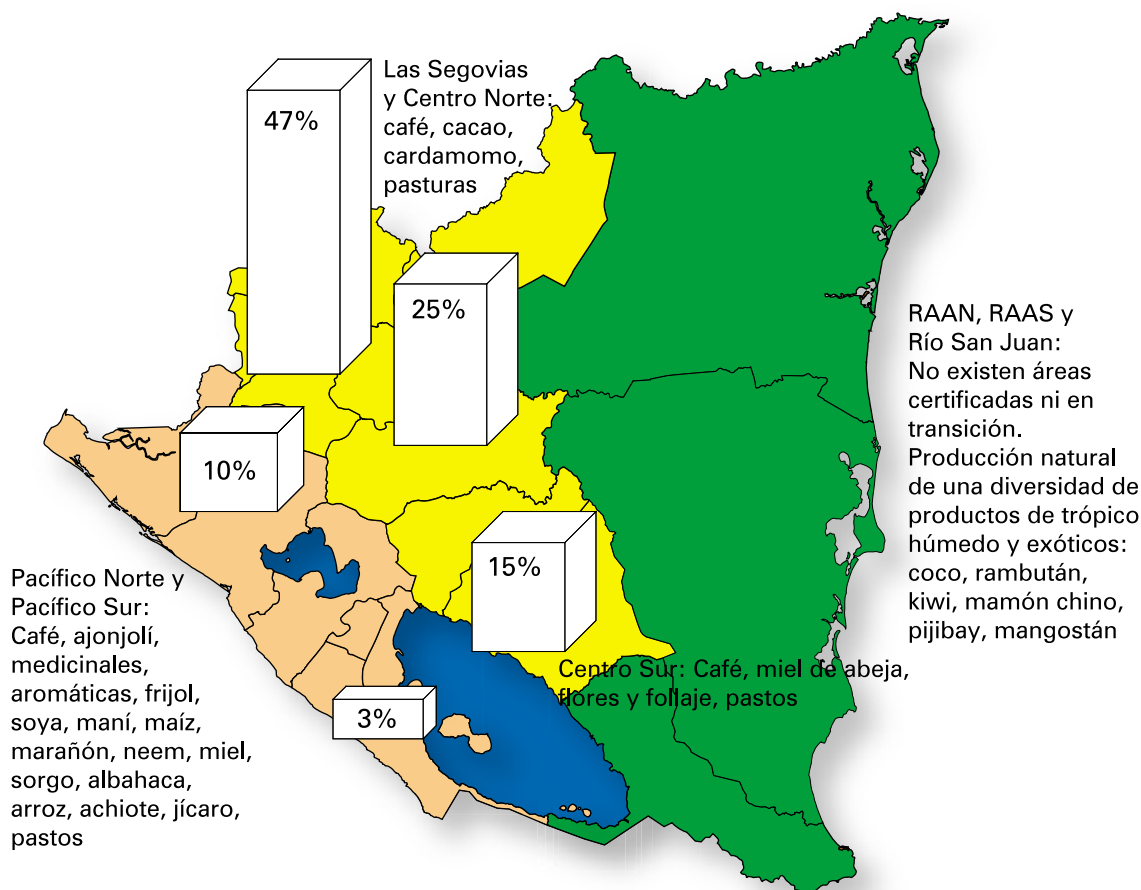
Fuente: IICA-INTA 2004

La primera zona de dinamismo se encuentra en la Región de Las Segovias (Nueva Segovia, Matriz y Estelí) y la Región Centro Norte (Jinotega y Matagalpa), que reúnen más del 70% del total de superficies certificadas, donde se concentran las principales zonas cafetaleras del país (Ver Apéndice 1).

Una segunda zona se ubica en la Región Pacífico Norte (Chinandega y León) y la Región Pacífico Sur (Managua, Masaya, Carazo, Granada, Rivas e Isla de Ometepe).

Una tercera zona abarca la Región Centro Sur (Chontales y Boaco).

Figura 7. Distribución porcentual de las superficies bajo producción orgánica certificada en Nicaragua.



Fuente: Elaboración IICA-INTA 2003

La variedad de rubros certificados también coincide con las zonas agrícolas del país con mayor diversificación productiva, lo que se evidencia en la zona del Pacífico donde se producen más de 10 rubros orgánicos (Cuadro 16). En cambio, las regiones de Las Segovias y Centro Norte concentran su producción en 5 rubros, tales como café, cacao, tabaco, cardamomo y pastos. La Isla de Ometepe es una de las regiones con menor superficie certificada, sin embargo está aprovechando de mejor manera la diversificación de sus fincas con los rubros café, ajonjolí, hierbas aromáticas, medicinales y miel de abejas (Ver Apéndice 5).

Cuadro 16. Variedad de rubros en áreas orgánicas certificadas por regiones en Nicaragua.

Rubros	Regiones					
	Las Segovias	Centro Norte	Centro Sur	Pacífico Norte	Pacífico Sur	Isla de Ometepe
Achiote					XX	
Ajonjolí				XX	XX	XX
Albahaca					XX	
Arroz				XX		
Cacao		XX				
Café	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Cardamomo		XX				
Cúrcuma					XX	XX
Flores			XX			
Follajes			XX			
Frijol			XX	XX		XX
Hortalizas				XX		
Jengibre						XX
Maíz				XX		
Maní						XX
Miel de abejas (colmenas)			XX	XX	XX	XX
Pasturas		XX	XX		XX	
Rosa de jamaica				XX	XX	
Semilla de jícara				XX		
Semilla de marañón				XX		
Semilla de neem					XX	
Sorgo				XX		
Soya				XX		
Tabaco	XX					
Yuca				XX		
Zacate limón				XX	XX	

Fuente: IICA-INTA 2004

Los productores con áreas orgánicas certificadas y en transición revelan que en el año 2003 incrementaron las áreas y los rubros en sus fincas. La oferta exportable de productos orgánicos sumó un total de 36 rubros orgánicos (24 en áreas certificadas⁶¹ y 22 en áreas de transición),

⁶¹ Un aspecto de suma relevancia es el hecho que los productos no sufren modificación alguna o transformación, exceptuando los aceites de la almendra de marañón, ajonjolí, neem y el café que la única transformación es el beneficiado. El valor agregado se lo da el mercado interno de los países desarrollados importadores de productos orgánicos.

constituyendo un “menú potencial” exportador del país, que indica la gestación de un proceso paulatino de diversificación de la producción orgánica certificada, el cual puede incrementarse con otros rubros, en la medida que los agentes económicos (productores, comercializadoras, transformadoras) dispongan de información sobre los potenciales mercados existentes para esa producción (Ver Apéndice 5).

Es importante señalar que en años anteriores se mencionaban algunos productos de naturaleza orgánica como vegetales, algodón y pulpa de tamarindo, entre otros, para los cuales en el presente estudio no se encontró registro de ellos. Esta dinámica de los productos certificados parece indicar que algunos productores, transformadores y comercializadores, no renuevan su certificación, posiblemente al enfrentar problemas de mercado, administración o producción. Aún así, la diversificación podría sugerir que la producción orgánica certificada posee un potencial exportador amplio, el cual no está siendo explotado en su totalidad por parte de los productores y empresas transformadoras y comercializadoras.

Este potencial se sustenta en al menos los siguientes hechos: en la cantidad de superficies actualmente certificadas, en que existe una oferta de productos orgánicos limitada a un cultivo exportable por finca (ya sea café, cacao, ajonjolí); y que en el mercado internacional se demanda una variedad de rubros, que se producen en las fincas certificadas, en diferentes zonas agroecológicas de Nicaragua, y que países centroamericanos ya están comercializando.

Cuadro 17. Principales rubros orgánicos certificados por tipos de operadores en Nicaragua.

Tipos de Operadores	Rubros
Productores individuales	café, tabaco, vegetales
Asociaciones	café, ajonjolí, miel, soya, maíz, frijol, yuca, hortalizas, flores, plantas aromáticas y medicinales
Cooperativas	café, ajonjolí, miel, soya, arroz, cacao, plantas aromáticas y medicinales, cardamomo, entre otros
Transformadoras	café, ajonjolí
Comercializadoras	todos los anteriores

Fuente: Encuestadas aplicadas a operadores; elaboración IICA-INTA 2004

También se agrega al potencial exportador el hecho que los operadores certificados han desarrollado capacidades organizativas internas que favorecen la producción, diversificación y comercialización de productos orgánicos (Cuadro 17). La diversificación de productos o rubros es mayor en las cooperativas y asociaciones, que en los productores individuales, ya que las primeras aglutinan a una mayor cantidad de productores, quienes viven en diversas zonas agroecológicas del país, intercambian más información y logran reunir los volúmenes comerciales solicitados, lo cual facilita dicha diversificación. La existencia de este conjunto de estructuras (cooperativas, asociaciones) es un indicativo del nivel de organización que han alcanzado los pequeños productores que participan de la actividad orgánica certificada, y sugiere que disponen de capacidades de gestión en diversos ámbitos de la cadena productiva.

3.1.2. Principales actores de la producción orgánica certificada

En el país la producción orgánica certificada y en transición se ha desarrollado por la interacción de dos tipos de actores, los cuales han trabajado de manera simultánea y a veces complementaria.

Por un lado las organizaciones no gubernamentales y otras instituciones (Agentes de apoyo) que desarrollan proyectos de perfil agroecológico y ambiental que finalmente derivan en prácticas de agricultura orgánica, que con facilidad podrían entrar a los procesos de certificación. De hecho, estos agentes financian a través de sus proyectos la mayoría de prácticas agronómicas que se necesitan en la producción orgánica, mediante entrega de material vegetativo, asistencia técnica y capacitación.

Por otra parte, los operadores certificados⁶² (agentes económicos) que incursionan en la actividad de forma individual o a través de agrupaciones de productores (cooperativas, asociaciones), empresas de servicios, transformadoras y comercializadoras.

3.1.2.1. Agentes de apoyo

Las ONG y otras organizaciones continúan propiciando el desarrollo de la producción orgánica a través de diversos proyectos, tal y como lo han hecho en los últimos 15 años (Cuadro 18). La mayoría de ellas impulsan la producción orgánica de manera indirecta, es decir, mediante la ejecución de proyectos que fomentan y aplican prácticas agroecológicas y orgánicas en la producción de los diversos rubros que impulsan, y que aprovechando estos atributos, eventualmente incorporan productores a los procesos de certificación. Otras ONG y agencias de cooperación sí promueven la producción orgánica de forma directa y con el objetivo de que se certifique dicho proceso; algunos ejemplos son visibles: CLUSA, CARE Internacional, VECO, CRS, La Cuculmeca, Pagjino, ADDAC, Fundación Entre Volcanes, entre otros.

Lo anterior plantea una situación distinta a la existente en años atrás, cuando solamente se identificaban algunas ONG fomentando la producción orgánica y solamente tres empresas comercializadoras; ahora, se ha incrementado el número de organizaciones (sociales y comerciales) que lo hacen. En los talleres regionales de consulta los participantes identificaron más de 80 ONG que se dedican al apoyo de la producción orgánica en distintas regiones del país.

⁶² Con el nombre de operador las agencias certificadoras denominan a los agentes económicos que poseen un certificado para producir, transformar o comercializar productos orgánicos. Ver lista en Apéndice 8.

Cuadro 18. Agentes de apoyo que promueven la producción orgánica certificada y no certificada por departamentos en Nicaragua ⁶³

Territorios	Actores que fomentan producción orgánica
León-Chinandega	Meda / Ibis Dinamarca
Managua-Masaya Carazo-Granada- Rivas Isla de Ometepe	Visión Mundial/Proyecto Naturaleza/Visión Mundial, ADIC Masaya, Proyecto Naturaleza, Proyecto Esperanza, Proyecto MIF, Coopad, Nakawe, Asociación Tierra y Vida, Cenade, INTA, Proyecto Agros. Fundación Entre Volcanes/Programa de Agricultura Sostenible/ Cooperativa de Servicios Múltiples "La Esperanza" (CSME)/Cooperativa de Servicios Múltiples de Productores Orgánicos de Ometepe (CSMPOO)
Nueva Segovia Madriz-Estelí	UNAG-Nueva Segovia/Inprhu-Somoto Unicam/Octupán/Veco-Bélgica
Jinotega-Matagalpa	La Cuculmeca/Aldea Global Jinotega ADDAC/Promundo Humano/ADIC
Chontales-Boaco	Universidad Nacional Agraria, PCAC, Amigos de Las Américas,
Bilwi-Waspam, RAAN	Fadcanic, Wanky Luhpia, Proyecto Wanky, Furca
Siuna, RAAN	PCAC/UCA Siuna/Fadcanic
Bluefields, RAAS	Fadcanic, UNAG, Inprhu, Fundeso, COSOF, Ayuda en Acción, Uraccan, BICU
Nueva Guinea, RAAS	Fadcanic, Agrofor, Auxilio Mundial, UNAG, Ayuda en Acción, Sano y Salvo, ADEC, INTA, ADP, UNAG, Uraccan, Finca La Esperancita.
Río San Juan	PCAC, UNAG, Cooperio, Musam, Funsami, INTA

Fuente: Memoria de talleres; elaboración IICA-INTA 2004

3.1.2.2. Agentes económicos u operadores certificados y en transición

En el país existen 115 agentes económicos u operadores en los distintos eslabones de la cadena de valor, dedicándose el 75% de éstos a la producción primaria y el 25% a la transformación y comercialización de los productos. La producción primaria está representada por productores agrupados en organizaciones (cooperativas, asociaciones), y algunos productores individuales, los transformadores por los beneficios de café, ajonjolí y soya y los comercializadores por las empresas comercializadoras y algunas cooperativas. Del total de estos operadores 102 están certificados y 13 en proceso de transición (9 cooperativas, 2 asociaciones y 2 productores individuales), lo que demuestra que siguen integrándose operadores a la actividad. De los operadores que están certificados, 26 de ellos también tienen productores en transición. Sin embargo, también se encontró que algunos operadores no renovaron la certificación durante el presente año⁶⁴ (Ver Apéndice 5).

Las agencias certificadoras han sido el agente de apoyo más importante para los operadores, ya que han contribuido decididamente en la provisión de información de mercado y en el establecimiento de contactos entre productores y empresas comercializadoras internacionales. Si bien

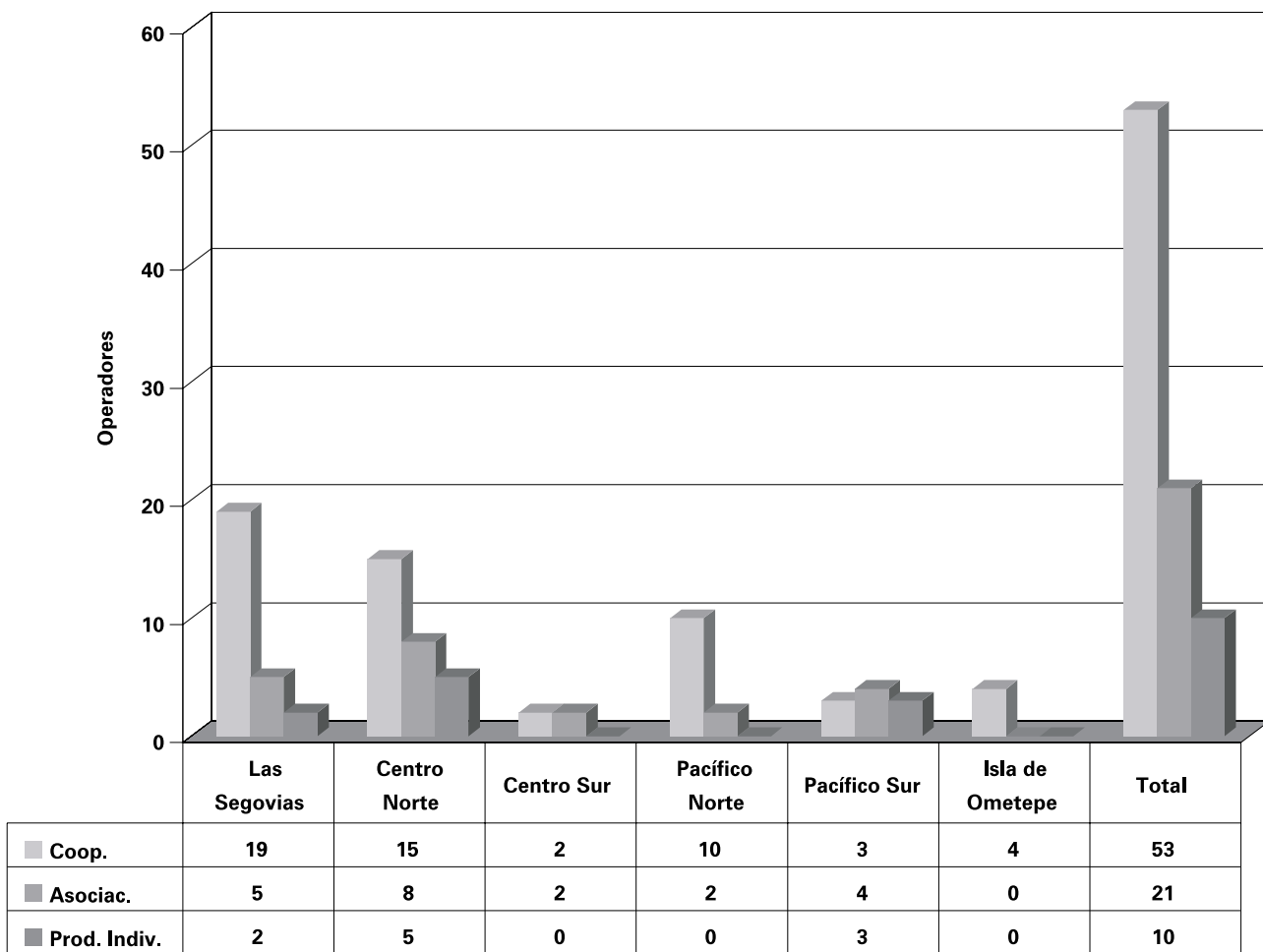
⁶³ Las organizaciones mencionadas en el presente cuadro son algunas identificadas por los participantes de los talleres de consulta.

⁶⁴ Alrededor de seis operadores, entre ellos dos asociaciones de productores, un productor individual, dos transformadores (uno de café y otro de ajonjolí) y una comercializadora.

dichos contactos no se propician de forma directa (comercializadora-productores), el acceso de la información sobre la demanda del mercado internacional permite que las certificadoras motiven a los productores a acceder a dichos mercados.

La producción primaria está en manos de cooperativas (53), asociaciones (21) y productores individuales (10). En el norte del país las organizaciones de productores como las cooperativas y asociaciones se dedican en su mayoría al cultivo del café, y en el Pacífico a la producción de ajonjolí y soya, principalmente (Figura 8).

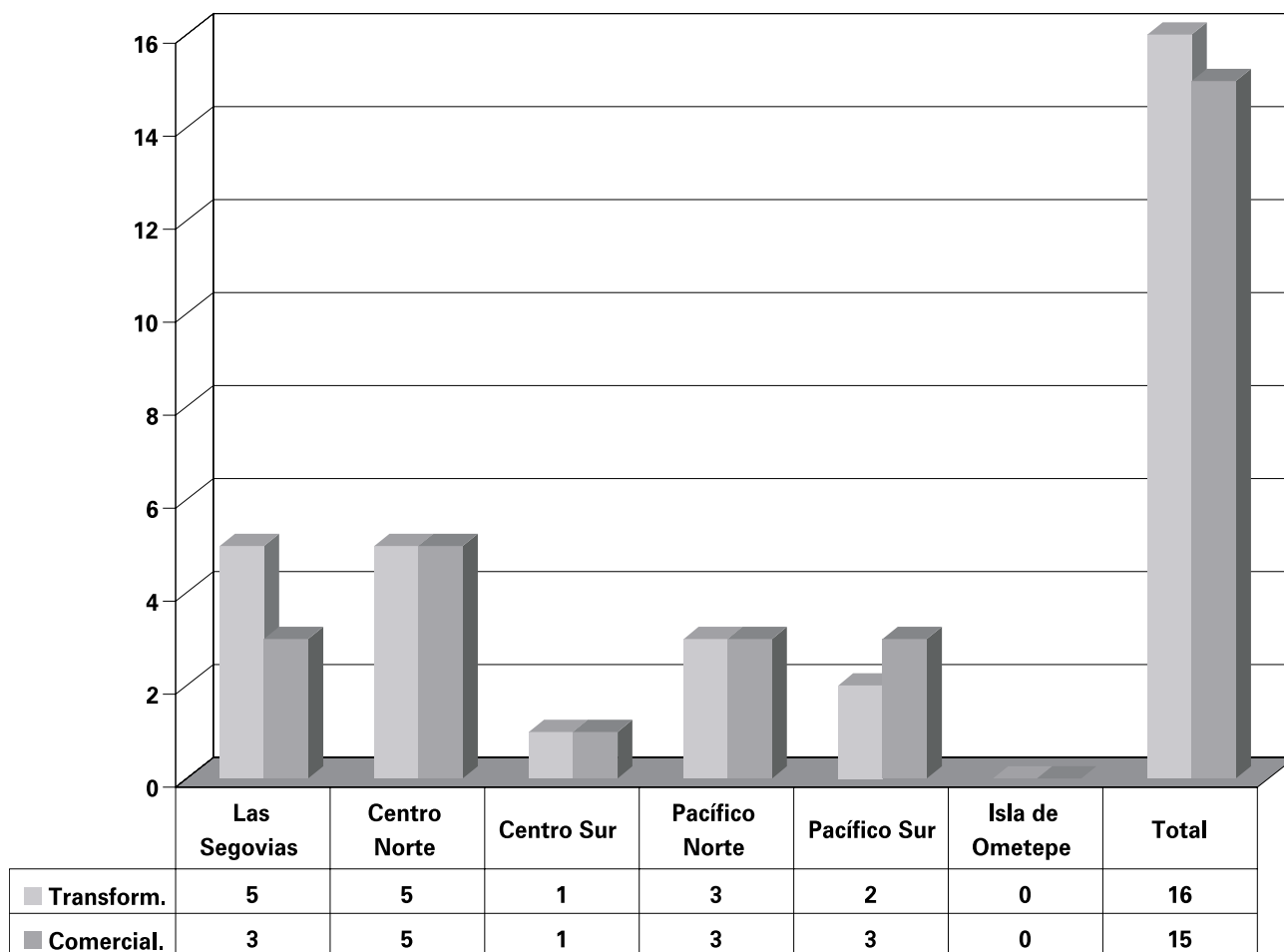
Figura 8. Operadores dedicados a la producción de rubros orgánicos certificados y transición en Nicaragua.



Fuente: Elaboración IICA-INTA 2003

En el proceso de transformación y comercialización se contabilizaron 16 transformadores y 15 comercializadoras en todo el país. La mayoría de las transformadoras se encuentran en el Norte del país, los cuales son beneficios de café, al igual que en la Zona Central. En cambio en el Pacífico la transformación es para los cultivos oleaginosos como la soya y el ajonjolí (Figura 9).

Figura 9. Operadores dedicados a la transformación y comercialización de productos orgánicos y en transición en Nicaragua.



Fuente: Elaboración IICA-INTA 2003

De igual manera sucede con las comercializadoras que están concentradas en el Norte y Pacífico del país. Solamente en la Isla de Ometepe no se encuentran ninguno de estos operadores (beneficios y comercializadoras) por lo que tienen que buscar este servicio en otros lugares, generalmente en el Pacífico, lo que encarece los costos de producción debido al transporte acuático y terrestre.

La mayoría de estas comercializadoras se iniciaron al igual que muchos productores con productos convencionales, y muy pocas con la práctica orgánica certificada. Sin embargo, dada la demanda existente y la oportunidad de beneficiarse del sobreprecio de productos orgánicos, con el tiempo se han ido sumando y especializando más comercializadoras en esta actividad. Como ejemplo de esto se muestra en el Cuadro 19 algunas de las comercializadoras de origen nacional especializadas en distintos rubros orgánicos certificados.

Cuadro 19. Empresas involucradas en la exportación y elaboración de productos orgánicos certificados y en transición en Nicaragua.

Empresa	Productos	Destinos
PRODECOOP	Café	EE.UU.
FOCANICSA	Miel	Italia, Alemania
Esperanza Coffee Group S.A.	Café	EE.UU., Inglaterra
Tabacos de Oriente	Tabaco	EE.UU., Alemania, Suiza
La Danesia	Ajonjolí	Guatemala
SOPPEXCCA	Café	EE.UU., Alemania
CBI S.A.	Café	Inglaterra, Italia
CECOCAFEN	Café	EE.UU., Europa
CACAO NICA	Cacao	Costa Rica, Alemania, Holanda
VOLCAFENIC S.A.	Café	EE.UU.
PROEXIMSA	Ajonjolí, soya, semilla de jícara	EE.UU., Centroamérica
Del Campo R. L.	Café, aceite de ajonjolí y soya	Canadá, EE.UU., Inglaterra

Fuente: Elaboración IICA-INTA 2003

Las formas organizativas mencionadas anteriormente (cooperativas, asociaciones, comercializadoras) han hecho posible que los productores entren al proceso de certificación, ya que éstas le brindan acceso al crédito, asistencia técnica, administración y gestión en todos los pasos hacia la producción. Por esta razón el número de productores involucrados en la actividad también ha crecido considerablemente; contabilizándose hasta septiembre del 2003 la cantidad de 6,390 productores que participan de la actividad orgánica (certificada y en transición), que si bien es una cifra reducida en relación al número de productores existentes a nivel nacional (220,000 en total⁶⁵), adquiere relevancia en comparación a la cantidad de productores certificados que había en el año 1989 (45 productores) y en 1996 (824 productores). Lo anterior significa que para el año 2003, el 2.9% de los productores agropecuarios del país practican la producción orgánica certificada (Cuadro 20).

Cuadro 20. Número de productores orgánicos certificados y en transición de 1989 al 2003 en Nicaragua.

Años			
1989	1996	2003	
Certificados			Transición
45	824	4617	1773
6390			

Fuente: Elaboración IICA-INTA 2003

⁶⁵.Agenda de políticas del sector agropecuario y forestal, Gobierno de Nicaragua, Ministerio Agropecuario y Forestal; Abril 2002. Propuesta sujeta a revisión.

3.1.3. Exportación y comercialización de productos orgánicos

La actual producción certificada de los principales productos orgánicos del país (café, cacao, ajonjolí, entre otros) está destinada en un 96% a la exportación. Los principales mercados internacionales de los productos certificados se ubican en Norteamérica y Europa, aunque ciertos rubros también se comercializan en el mercado centroamericano, tales como miel de abejas, ajonjolí, soya, cacao y yuca, con bajo o nulo valor agregado; el procesamiento y valor agregado de los productos exportados es realizado en la industria de los países de destino que importan los productos nicaragüenses (Cuadro 21). Debe señalarse que gran parte de los productos orgánicos certificados no se exportan, se comercializan en los mercados locales, como si fueran productos convencionales sin reconocimiento de su condición de orgánicos.

Cuadro 21. Principales destinos de las exportaciones de productos orgánicos certificados de Nicaragua⁶⁶

Rubro	Destinos
Café	EE.UU., Italia, Inglaterra, Alemania, Canadá, Finlandia
Ajonjolí	EE.UU., Europa, Bélgica, Guatemala
Cacao	Costa Rica, Holanda, Alemania
Soya	El Salvador, EE.UU.
Yuca	El Salvador
Tabaco	EE.UU., Alemania, Suiza
Flores y follajes	Austria, Nacional
Miel de abejas	EE.UU., El Salvador, Alemania, Italia, Holanda
Plantas aromáticas y medicinales	Suiza
Cardamomo	Europa
Marañón	Alemania
Semilla de jícara	México

Fuente: Elaboración IICA-INTA 2004

Los productos orgánicos certificados que se exportan, alcanzan sobreprecios en los puntos de venta de los mercados internacionales que fluctúan entre el 20% y el 150% en comparación a los productos convencionales (Cuadro 22), y están en dependencia de las demandas del mercado, la competencia con otras ofertas de países de competidores y principalmente la época del año en que se comercialicen.

⁶⁶ Como ejemplos concreto se menciona que en el período 2002–2003, 50 barriles de miel fueron exportados hacia EE.UU. y El Salvador, por parte de la Cooperativa Las Flores; en ese mismo período, APRENIC comercializó un total de 1,500 qq de soya para el mercado nacional y 5,000 quintales para exportación a El Salvador. Por su parte la empresa NICAFLOR, conformada por 4 productores pertenecientes al departamento de Chontales, también comercializaron flores y follajes (orgánicos certificados) en el mercado nacional, principalmente en hoteles.

Cuadro 22. Sobrepagos pagados a productos orgánicos certificados de exportación de Nicaragua

Rubros	Precio U\$		Sobrepago %
	Convencional ⁶⁷	Orgánico certificado	
Café (qq)	50–70	70–180	20–150
Ajonjolí (qq)	30–35	35–45	20–30
Soya (qq)	10–15	18–25	30–50
Cacao (qq)	60–70	82	15–25
Miel (barril)	450	600-660	25–30

Fuente: Encuestas a operadores. Elaboración IICA-INTA 2004.

En realidad no existen estudios que demuestren que cantidad de este sobrepago es percibido por el productor orgánico certificado, sin embargo, para realizar investigaciones acertadas es necesario tener presente que existen diferentes dinámicas de pago entre los productores y las comercializadoras, así como diferentes niveles de costos que caracterizan los procesos de comercialización y que inciden sobre los ingresos que finalmente percibirán los productores.

Generalmente la mayoría de los productores tropiezan con aspectos administrativos, de idiomas, de acceso a la información, entre otros al tratar de comercializar su producción en los mercados importadores. Ante tales limitaciones los productores han establecido relaciones con comercializadoras nacionales para poder asegurar el mercado de sus productos certificados. Estas relaciones han dado paso a diferentes dinámicas en los procesos de comercialización de los productos orgánicos.

Entre las dinámicas identificadas en el presente estudio la más frecuente se caracteriza por la entrega de cosecha por parte del productor, individual u organizado a alguna comercializadora nacional o broker⁶⁸, que se encargan de la exportación y colocación del producto en el mercado. En la mayoría de los casos el único contacto que tienen estos intermediarios con los productores es solicitarles la cantidad y calidad que requieren, así como el sello de certificación de su preferencia. En este sentido existe cierto riesgo que corre a cuenta de los productores porque no poseen un contrato específico de compraventa, para futuras cosechas. Algunos de los beneficios percibidos por los productores es que las comercializadoras se encargan de pagar los costos iniciales de la certificación y de la producción, que luego son recuperados por las comercializadoras, con parte de la cosecha.

Para contrarrestar esta situación, y obtener mejores beneficios, algunas cooperativas y asociaciones de productores trabajan en asocio con las comercializadoras compartiendo los riesgos de producir, transformar y comercializar sus productos. Generalmente la comercializadora dispone de los canales de comercialización directos con los broker y obtienen contratos a mediano plazo. Casos específicos son Cecocafen, Prodecoop (afiliados a CAFENICA⁶⁹) y Cacao Nica, en cultivos como café y cacao.

⁶⁷ Los precios convencionales son los mismos que se pagan regularmente para los productos en transición.

⁶⁸ Puede ser un supermercado, restaurante, empresa del país importador especializada en la actividad como el tostado y empaquetado del café, fabricante de chocolate, entre otros

⁶⁹ Asociación Nicaragüense de Cooperativas de Pequeños Productores de Café.

Este tipo de dinámica permite que los productores asociados se beneficien de tener una demanda sostenida de sus productos; a cambio las comercializadoras se aseguran un volumen y calidad constantes teniendo un mejor control de la producción y comercialización por medio de controles internos en los sistemas de producción ejecutados en conjunto con los productores.

En algunos casos, los productores organizados u individuales comercializan su producción con el apoyo de algunas ONG que se encargan de hacer los contactos con los compradores, y en lo posible de establecer contratos a favor de los productores. Otras ONG facilitan sus oficinas y el personal administrativo, para que los productores se encarguen directamente de los contactos y relaciones con los compradores.

La mayoría de productos o rubros que se exportan bajo este esquema de comercialización no sufren modificación alguna o transformación, excepto los casos del ajonjolí, el neem y la almendra de marañón que se procesan para producir aceite. La principal razón del bajo valor agregado está dada por la existencia de algunas barreras arancelarias que incrementan los costos de introducción de algunos rubros procesados, como el café por ejemplo, y lo cual induce a las comercializadoras a entregarlo exclusivamente como materia prima. Sin embargo, existe una gama de productos, cuyas barreras arancelarias son menores, tales como las frutas tropicales, las cuales podrían exportarse en jugos, pulpas o deshidratadas siempre y cuando cumplan con las normas fitosanitarias y de calidad del país al que ingresan. Esto podría abrir una ventana de mercado interesante para la variedad de frutas que se producen en las fincas certificadas.

También existe el valor agregado potencial para los derivados de todos los productos, en forma de conservas, purés o alguna otra transformación como por ejemplo el ajonjolí que puede exportarse transformado en aceite, trocantes y galletas⁷⁰. Por lo general, los métodos utilizados para realizar esta transformación son artesanales, debido a la falta de capital para la adquisición de tecnologías y poca capacidad de mantener una oferta con la calidad y volúmenes requeridos. También es importante destacar el potencial de materias primas para la producción de cultivos y alimentación animal, como el abono certificado proveniente de excretas de lombrices o de otros animales, así como de granos como arroz, maíz y sorgo.

En cuanto a los ingresos que genera la exportación, solamente seis de los principales rubros producidos en áreas certificadas generaron un valor aproximado de 8.5 millones de dólares, monto calculado en base a precios conservadores por cada rubro⁷¹ (Cuadro 23). Esta cifra corresponde a los datos recolectados entre agosto del 2002 y septiembre del 2003, y donde el café orgánico es el principal rubro de exportación (Apéndice 1).

⁷⁰ Entrevista con el Sr. Róger Alí Romero, Gerente de la Cooperativa "Del Campo", el día 4 de julio de 2003, esta cooperativa exporta aceite de ajonjolí y lo hace a través de las tiendas del mercado justo.

⁷¹ Para diferentes cultivos se utilizaron precios promedios en US\$; café 120/qq, ajonjolí 32/qq, cacao 82.24/qq, soya 14/qq, tabaco 675/qq y miel 654.11/barril.

Cuadro 23. Cultivos, superficies, ventas, rendimientos exportables e ingresos en dólares de productos orgánicos certificados de Nicaragua.

Cultivo	Hectáreas	Producción (quintales)	Ventas Exportación ⁷²	Rendimiento quintales/ha	Ingresos / hectáreas
Café	10,282.27	58,391.22	7,006,946.40	5.68	681.46
Ajonjolí	823.03	11,734.25	445,901.50	14.26	541.78
Cacao	365.75	2,165.00	177,530.00	5.92	485.39
Soya	363.30	7,298.00	131,364.00	20.09	361.59
Tabaco	21.00	700.00	472,500.00	33.33	22,500.00
Total (ha)	11,855.35				
Subtotal (US\$)			8,234,241.90		
	Colmenas	Barriles		Kilogramos / colmenas	Ingresos / colmenas
Miel (barriles)	5,581	548	350,720.00	28.44	62.84
Total US\$			8,584,961.90		

Fuente: Entrevista y encuesta a operadores orgánicos certificados; BIO LATINA 2003; Ocia 2003; Naturland 2003; CCPB 2003; elaboración IICA Julio 2003. Nota: No todos los rubros exportados se reflejan en el presente cuadro.

La cantidad mencionada esperada para el cierre del ciclo agrícola (2002/2003) representa aproximadamente el 2.0% del total de exportaciones agrícolas del país en el año 2002. Si bien esta participación relativa es baja en comparación con otras actividades, al considerar los beneficios sociales, ambientales y que en esta actividad no se importan ningún tipo de productos químicos sintéticos (fertilizantes y plaguicidas u otros) su contribución a la balanza de pagos del país se incrementa, siendo éste un estudio pendiente de realizar.

Los ingresos por superficies (US\$/ha) son bastante significativos si se toma en cuenta que los productores tienen un promedio de 2.9 hectáreas de cultivos comerciales certificados de exportación; esto representan la generación de divisas per cápita de US\$1,859.42. Entre los rubros de exportación el café⁷³ orgánico certificado constituye el rubro líder, ya que comprende el 83% del total de área certificada actualmente bajo producción vegetal, el 87% de las áreas en transición y el 89% del total de los ingresos anuales generados por conceptos de exportaciones de productos orgánicos (Ver Apéndice 1).

⁷² Estos datos corresponden a información obtenida de las encuestas de la producción vendida hasta septiembre del 2003. Se espera que al cierre del 2003 sean exportados más de US\$12 millones.

⁷³ Para graficar de mejor manera el crecimiento del café orgánico certificado y su peso específico a lo interno de la actividad se ha preparado el Apéndice No. 1.

3.1.4. Los mercados locales de productos orgánicos

Los mercados locales de productos orgánicos certificados son incipientes, y se caracterizan por ser puntos de ventas que se presentan bajo diferentes manifestaciones, destacándose algunas tiendas de la cadena de supermercados La Colonia, Small Farmer (administrada por CLUSA); Antorcha Ecológica (Administrada por ADDAC Matagalpa), otras tiendas de alimentos macrobióticos, naturistas y orgánicos y un par de restaurantes, sin que cuenten, en su mayoría, con certificación alguna⁷⁴. En estos puntos de venta, algunos productos como los vegetales, hierbas aromáticas y medicinales gozan de un sobreprecio comparado con los productos convencionales.

Como en el desarrollo de cualquier mercado, los mercados locales de productos orgánicos requieren del manejo articulado de la oferta y demanda de sus productos, así como de los factores que inciden en su conformación. La falta de estos mercados constituye un fuerte desestímulo para los productores orgánicos que no logran exportar, o para los productores que tienen excedentes de producción certificada, y que ante esta carencia se tienen que limitar a vender sus productos en los mercados convencionales (Ver Apéndice 3).

Del lado de la oferta se tiene que la mayoría de los productores orgánicos del país son pequeños, están dispersos territorialmente y poseen explotaciones promedio de tres hectáreas. Por lo tanto la oferta de los productos orgánicos es reducida, no posee volumen considerable, calidad, constancia y no hay diversidad de productos en los puntos de venta de acuerdo a dueños de algunos supermercados y clientes. Además de esto las ventas se han limitado a productos frescos, lo que ha vendido la imagen que los productos orgánicos se reducen a frutas, verduras y vegetales, limitando la diversidad de otros productos potenciales y transformados. A pesar de que la mayoría de los productores están organizados para vender sus productos a mercados de exportación, todavía no se han organizado para apuntar al desarrollo y consolidación de un mercado local.

En la actualidad la producción que se obtiene en las áreas en transición se comercializa como convencional, ya que no existen mecanismos legales (un sello de confianza, o nacional, por ejemplo) que permitan respaldar su venta como productos que poseen atributos vinculados a su condición de orgánico. Esto es un indicativo del potencial comercial de productos disponibles, si existieran políticas nacionales para fomentar el desarrollo de los mercados locales.

Del lado de la demanda⁷⁵ se identifica un segmento bastante reducido de consumidores que con frecuencia compran productos orgánicos. Éstas son personas con altos ingresos mensuales comparados con el resto de la población nicaragüense⁷⁶. La principal motivación por el cual consumen estos productos se sustenta en la salud y la ausencia de químicos, y dicen estar dispuestos a pagar un sobreprecio por esta cualidad⁷⁷.

⁷⁴ La falta de certificación orgánica de diversos productos que se están vendiendo como “orgánicos” no respalda el origen de dichos productos ofertados

⁷⁵ Aguirre 2003. Mercado y consumo de productos agrícolas orgánicos en Costa Rica y Nicaragua. Versión Borrador. Apoyado por The School for Field Studies e IICA.

⁷⁶ En el país se estima que menos del 77.6% de la población sobrevive con dos dólares o menos por día. Datos del Banco Mundial y Encuesta de Medición de Nivel de Vida INEC 2001.

⁷⁷ Diversos estudios han encontrado que los consumidores se identifican más con los productos orgánicos por la salud y no tanto por el medio ambiente.

Sin embargo este tipo de consumidor enfrenta algunas limitaciones cuando busca estos productos, por ejemplo, el acceso a los mismos, ya que regularmente tiene que utilizar vehículo por la baja existencia de puntos de venta; una oferta no diversificada que lo obliga a completar sus compras en otro sitio con productos convencionales; y la disponibilidad y constancia de los productos y el sobreprecio que tienen que pagar por ellos. Los consumidores coincidieron en que los mayores factores de influencia a la hora de comprar productos son la apariencia, la calidad y frescura, fueran éstos productos orgánicos o convencionales (para más detalles ver Apéndice 3).

En la actualidad se identifican otras iniciativas para desarrollar más puntos de venta, las cuales, si bien no resuelven el problema de mercado de los productos orgánicos, estarían contribuyendo a fomentar una cultura de consumo de estos productos en otros segmentos de la población. Debe tomarse en cuenta en estas iniciativas que, en el caso de Nicaragua, los niveles de ingresos de la mayoría de la población son precarios y que dichos esfuerzos no puede sustentarse sobre la base de precios diferenciados para los productos orgánicos.

Es importante señalar que estos intentos deben formar parte de una estrategia mayor de desarrollo de mercados locales, y que los mismos deben sustentarse en la maximización de los ingresos de los sistemas productivos orgánicos, manteniendo el mismo precio de los productos convencionales y garantizándole al consumidor la condición de orgánico de los productos que adquieran.

IV. Conclusiones generales

- i) A nivel mundial la producción orgánica certificada ha experimentado un crecimiento importante en la última década del siglo XX, convirtiéndose en un sector de mucho dinamismo y generando externalidades de mercado positivas para los países latinoamericanos y centroamericanos. Si bien en los últimos tres años (2000–2003) se ha experimentado una contracción en la tasa de crecimiento de la actividad, los porcentajes de incremento aún se mantienen entre un 15% y 20% en los mercados internacionales, y las expectativas de expansión son reflejadas en los casi 25,000 millones de dólares en ventas que se esperan obtener a finales del 2004.
- ii) América Latina, y particularmente Centroamérica, también experimentan el crecimiento de la actividad a pesar de las limitaciones institucionales con las que se desarrolla; los productos que se exportan al mercado internacional disponen de una importante demanda en los mercados europeos y norteamericanos, en lo que muestran competitividad. Por distintas razones, la mayoría de la producción exportada se realiza sin valor agregado, lo que reduce considerablemente los beneficios que pueden obtenerse de esta actividad.
- iii) En Centroamérica la intervención del Estado y sus instituciones en los diversos ámbitos de la producción certificada es aún reducida y ello limita grandemente su desarrollo. Sin embargo, en algunos países se está en proceso de construir la institucionalidad de fomento y de control que se requiere para facilitar el accionar de los diversos agentes de la actividad, pero estos procesos avanzan lentamente.
- iv) En Nicaragua la evolución de la producción orgánica manifiesta actualmente indicadores de desarrollo importantes. Actualmente cuenta con 54,291 hectáreas de superficies certificadas y en transición que corresponden al 0.87% de la superficie agrícola total del país⁷⁸. Sin embargo, las áreas dedicadas a las exportaciones de productos orgánicos equivalen al 10.14% del área total destinada para cultivos de exportación durante el año 2002⁷⁹; evidenciando la importancia económica de la actividad.
- v) Más de 24 rubros orgánicos certificados constituyen el menú exportador del país, demostrando también su capacidad competitiva en los mercados internacionales. Cuenta además con un potencial de expansión y diversificación dado, entre otros, por su diversidad de zonas agroecológicas que permiten el cultivo de rubros que otros países centroamericanos ya tienen posicionados en los mercados internacionales tales como papaya, pimienta, cítricos, piña, plátano, raíces, tubérculos, maracuyá, entre otros.
- vi) El país cuenta con tres zonas de dinamismo claramente diferenciadas en sus niveles de desarrollo de la actividad. La primera zona abarca las regiones de Las Segovias (Nueva Segovia, Madriz y Estelí) y el Centro Norte (Jinotega y Matagalpa), cubriendo más del 70% del total de superficies certificadas y en donde coincidentemente se concentran las principales zonas cafetaleras del país. Una segunda zona se ubica en el Pacífico del país, e incluye los departamentos de Chinandega, León (Pacífico Norte), Managua, Masaya, Carazo, Granada y Rivas (Pacífico Sur) y la Isla de Ometepe, esta zona presenta la mayor diversificación

⁷⁸ Se estima que la superficie total agrícola del país corresponde a 6,254,514 ha. CENAGRO 2001.

⁷⁹ Informe Anual 2002, Banco Central de Nicaragua/Tabla II-14: Agricultura: área cosechada, producción y rendimiento. Según este informe, el área dedicada a la agricultura de exportación alcanzó 171,990 ha y para consumo interno, un área de 713,300 ha.

productiva en la actividad; y una tercera zona, ubicada en los departamentos de Chontales y Boaco (Centro Sur). No obstante, es importante señalar que existe un potencial de producción en la zona del Atlántico donde muchas de las prácticas agronómicas son de hecho prácticas orgánicas y donde la mayor parte de los productores utilizan bajos insumos en sus sistemas productivos.

- vii) Nicaragua cuenta con 6,390 productores involucrados en la producción orgánica, la mayoría de ellos agrupados en aproximadamente 90 estructuras asociativas, lo que demuestra la gran capacidad de organización detrás de la actividad. A nivel nacional éstos representan el 2.9% del total de productores del país⁸⁰, manejando aproximadamente 5,977 fincas, que corresponden a su vez al 3% de las fincas a nivel nacional. De estas fincas, solamente se dedican a la actividad orgánica de exportación un promedio de 2.9 hectáreas.
- viii) Existen más de 80 ONG y otras instituciones del sector privado, así como 25 comercializadoras y transformadoras certificadas, que fomentan la actividad por medio de asistencia técnica, capacitación, educación, financiamiento, entre otras, para que los productores puedan integrarse a la actividad. Sin embargo, la baja capacidad que hasta el momento poseen todos estos actores para aglutinarse alrededor de un movimiento orgánico, no permite el consenso para elaborar propuestas para el desarrollo de la actividad.
- ix) La contribución de la producción orgánica a la balanza comercial del país, entre septiembre del 2002 y agosto del 2003, se cuantificó en US\$8.5 millones por concepto de exportaciones, representando una generación de divisas per cápita de US\$1,859. Adicionalmente debe considerarse que la producción orgánica genera otras externalidades positivas como el no consumo de agroquímicos en sus procesos productivos, los cuales son mayormente importados por lo que esperaría un mayor impacto sobre la balanza comercial, así como las externalidades ambientales positivas.
- x) La evolución de la producción orgánica en el país demuestra que la actividad ha sido acompañada por diversos agentes de apoyo del sector privado y ONG, con poca o nula participación del Estado; esto se refleja en la carencia de una institucionalidad de fomento que impulse su desarrollo mediante la articulación de acciones y políticas necesarias para la actividad. No obstante, en el año 2003 se evidenció la voluntad política del Gobierno al apoyar la producción orgánica a través de la realización del presente estudio y del establecimiento de una comisión para formular la normativa que regula la actividad.
- xi) La normativa técnico-legal que rige la actividad orgánica vegetal y animal se encuentra terminada, quedando pendiente el establecimiento de la estructura institucional que supervise su implementación. Por lo tanto, la certificación de la producción orgánica sigue descansando en el trabajo de las agencias certificadoras regionales e internacionales.
- xii) Si bien la exportación de productos orgánicos ha sido el motor del desarrollo de la actividad, esta orientación no ha permitido visualizar la importancia del desarrollo de los mercados locales como un medio para incentivar la diversificación de la actividad y para la colocación de los excedentes de la producción no exportada. El desarrollo de los mercados locales trasciende el concepto de "puntos de venta" e implica la articulación de esfuerzos en el manejo de la oferta y la demanda de productos orgánicos; por lo tanto es una tarea de orden estructural que involucra la participación de diferentes actores, incluyendo al Gobierno.

⁸⁰ 199 549 fincas. CENAGRO 2001.



APICULTURA (Foto: Sección Campo & Agro, Diario La Prensa, Nicaragua)

SEGUNDA PARTE

La propuesta:

Estrategia para el fomento de la producción orgánica en Nicaragua



CARNE ORGANICA (Foto: Darwin Granda, IICA Nicaragua)

V. Construcción de la propuesta

5.1. El concepto de la propuesta

La presente propuesta parte del reconocimiento de que la producción orgánica certificada representa una opción económica y comercial para los productores nicaragüenses, tanto por la existencia de un mercado internacional creciente y deficitario, como por las condiciones existentes en el país para desarrollar esta forma alternativa de producción; por lo tanto, se orienta a favorecer las condiciones que les permita su vinculación sostenida a los mercados, tanto nacionales como internacionales, de tal manera que la realización de negocios y la generación de ingresos se convierta en un incentivo para mantenerse en la actividad y para que nuevos productores se incorporen a la misma.

La propuesta contiene una visión del desarrollo de la producción orgánica certificada al año 2015, la cual fue construida durante el proceso de consulta nacional. Sin embargo, dado que no se pueden articular todas las variables requeridas para el desarrollo integral de la actividad, se han privilegiado las variables estratégicas que deben conjugarse para favorecer en el corto plazo su desarrollo y que, en el largo plazo, contribuyan con el logro de la visión. Es de esperar, en la medida que se vaya consolidando la actividad, se identifiquen nuevas variables y estrategias que complementen las iniciativas existentes y permitan alcanzar la visión propuesta.

La propuesta presenta dos ejes básicos cuya conjugación, interacción y manejo articulado permitirá lograr los objetivos propuestos.

El primer eje se refiere al establecimiento de la **institucionalidad** requerida para favorecer el desarrollo de la actividad, donde se reconoce el rol facilitador del Estado. La institucionalidad propuesta está conformada a su vez por tres elementos que interactúan para este propósito:

- i) Una **entidad responsable de su fomento** (de la promoción y desarrollo de la actividad; de la formulación de propuestas de políticas, programas y proyectos; de la implementación y conducción de los mismos, de la vinculación con los niveles de toma de decisiones, etc.); p.ej. Programa Nicaragüense para el Fomento de la Producción Orgánica Certificada;
- ii) Un ente **responsable del control o aplicación del marco técnico-legal**⁸¹ que rige la actividad, y de dar garantías a los socios comerciales y consumidores, sobre la idoneidad y transparencia del sistema y de que los productos que adquieren han sido producidos bajos las normas que rigen esta actividad;
- iii) Un tercer elemento relacionado con el **establecimiento y consolidación de un “movimiento orgánico”**, proactivo, organizado y articulado que apoye y facilite la implementación de la estrategia de fomento y que se constituya en el elemento fiscalizador de la misma.

⁸¹ Actualmente, tanto la norma técnica vegetal de producción orgánica, como la de producción animal, ya se encuentran terminadas.

El segundo eje contiene las **políticas estratégicas** que deben articularse para favorecer el desarrollo de la actividad en una primera etapa, y que, en el largo plazo, contribuyen decididamente con la obtención de la visión propuesta para el 2015. La implementación de las políticas estratégicas está supeditada al establecimiento de la *institucionalidad de fomento* de la actividad (Programa Nicaragüense para el Fomento de la Producción Orgánica), ya que es a través de esta institucionalidad que se implementarán las políticas y acciones necesarias para desarrollar la producción orgánica. Las áreas de políticas identificadas son: desarrollo tecnológico; acceso a mercados externos; desarrollo de mercados locales; incentivos y financiamiento; educación y capacitación; e información; cada una de estas áreas de políticas con sus respectivos lineamientos de acción.

Los dos ejes deben estar en correspondencia con la **territorialidad**, que se refiere a la necesidad de establecer e implementar políticas diferenciadas para los diferentes territorios del país según el grado de desarrollo que presenta la actividad en cada uno de ellos, así como las particularidades de cada región. Esto, en virtud de la existencia de diferencias territoriales en el grado de evolución de la producción orgánica certificada y en transición, así como de diferencias agroecológicas, étnicas y otras, que determinan la existencia de los cultivos orgánicos.

La implementación y desarrollo de la propuesta de Fomento para la Producción Orgánica, en su componente de políticas, deberá tener al menos dos expresiones de territorialidad.

Una, según el nivel de desarrollo y dinamismo existente en al menos cuatro grandes zonas del país:

- (i) Zona Norte del país (Matagalpa⁸², Jinotega, Nueva Segovia, Madriz y Estelí);
- (ii) Zona del Pacífico (Chinandega, León, Managua, Masaya, Carazo, Granada y Rivas);
- (iii) Zona Centro Sur del país (Boaco, Chontales);
- (iv) El resto del país que abarca todos los sitios en donde actualmente no existe producción orgánica certificada. Y otra dependiendo de la organización regional y propositiva del movimiento orgánico en su interés de contar con acciones particulares para el desarrollo de la actividad.

Asimismo, otras zonas en dependencia del nivel de dinamismo existente por rubros, o de las políticas que se vayan a implementar. Por ejemplo: si se pusiera en marcha una estrategia para el desarrollo del café orgánico, lo más probable es que se priorice la Zona Norte del país; pero, si el objetivo fuera el desarrollo de los mercados locales de productos orgánicos, los esfuerzos estarían orientados a aquellas zonas en donde existe una importante diversificación de rubros, o a aquellas localidades que presentan mayor accesibilidad a las áreas seleccionadas para el desarrollo de dichos mercados.

Este enfoque permitirá que un eventual programa nacional de fomento de la actividad desarrolle estrategias diferenciadas y modulares en cada una de las zonas o áreas que se identifiquen, respondiendo a la dinámica real de los actores allí presentes, propiciando las economías del caso, y sobre todo, la racionalidad en el uso de los recursos al evitar la implementación de políticas generales en ámbitos donde no existen las condiciones para su aplicabilidad.

⁸² Incluye el Municipio de Waslala, que si bien pertenece a la RAAN, tiene más vínculos comerciales con Matagalpa.

Debe señalarse que si bien gran parte de las acciones que se deriven de la presente propuesta requieren de voluntad política para su implementación, otras requerirán de la formulación de propuestas concretas para ser presentadas a organismos de cooperación para su financiamiento.

5.1.1. Hacia una estrategia basada en una Alianza Pública–Privada

Al analizar la evolución de la producción orgánica certificada en el país, resalta el hecho de que este segmento del sector agropecuario se ha desarrollado considerablemente en los últimos tiempos y que posee un conjunto de potencialidades que podrían incrementar de una forma importante sus aportes a la economía nacional; además de hacer una contribución significativa en los campos social y ambiental.

Hasta ahora, el desarrollo de la actividad se ha fundamentado principalmente en el esfuerzo de un conjunto de organismos no gubernamentales, pequeños productores organizados, universidades, cooperantes internacionales, agencias certificadoras, comercializadoras y de forma ocasional, funcionarios del Gobierno quienes, aunque dispersos y carentes de estructuras institucionales y organizativas, han propiciado su crecimiento.

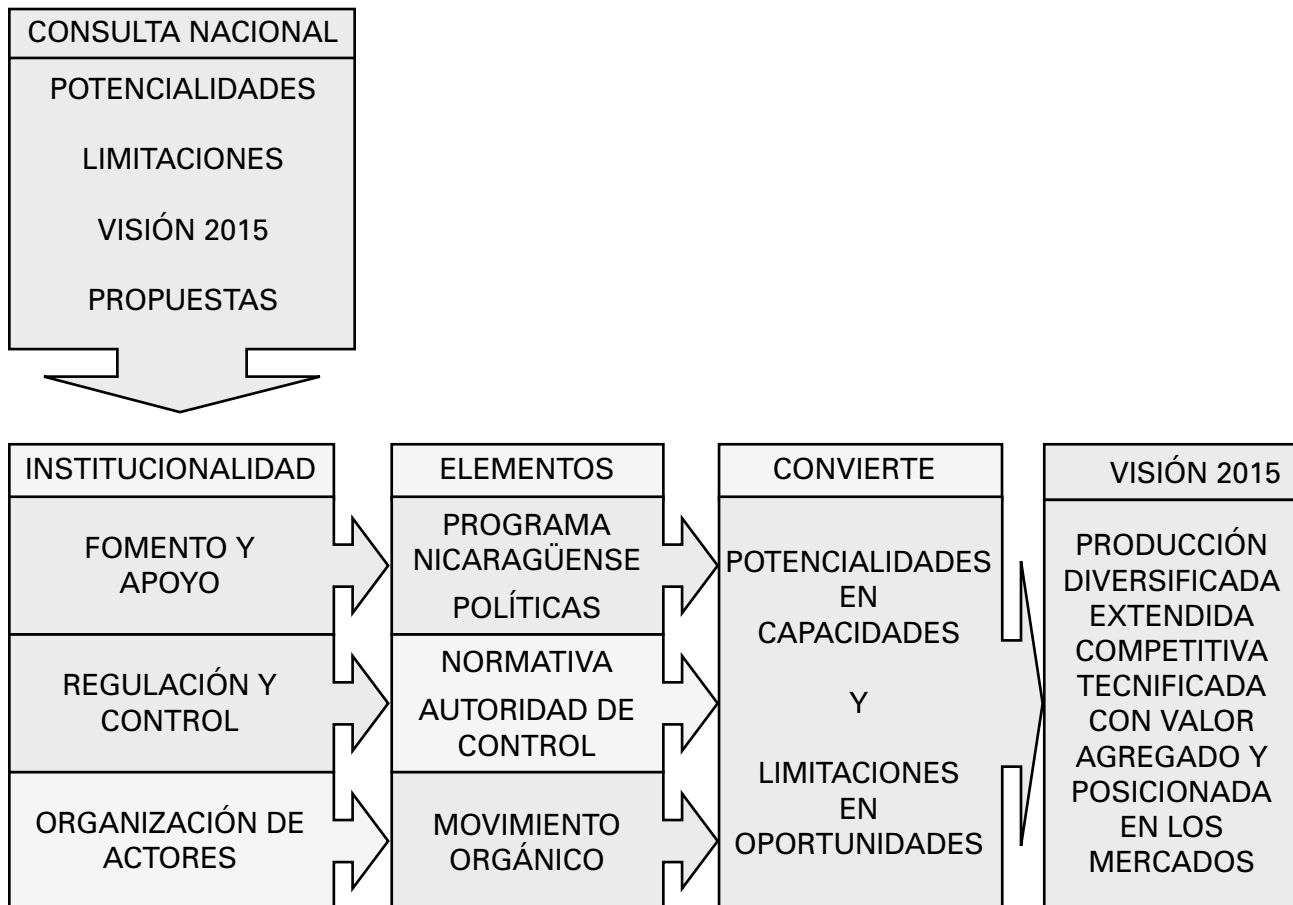
No obstante, debe señalarse que esta forma de evolución mostrada hasta el momento por la producción orgánica, viene presentando en los últimos tiempos una serie de limitaciones en su capacidad de respuesta frente a las necesidades reales y crecientes que demanda el desarrollo de la actividad, y que obligan a pensar en la necesidad de involucrar en su desarrollo actores institucionales de mayor capacidad de respuesta.

Es claro, que la propia naturaleza de la actividad orgánica, la cual requiere de la conjugación de las mismas variables que intervienen en el desarrollo de la producción convencional (para citar algunas: información, investigación, asistencia técnica, financiamiento, incentivos, desarrollo de mercados) hace necesaria la articulación de esfuerzos en un “nivel macro” que los actuales actores de su desarrollo, supra citados, no pueden proveer.

A manera de ejemplo, el establecimiento de un programa nacional de capacitación dirigido a productores, profesionales y técnicos vinculados a la producción orgánica, escapa al alcance y capacidades de los actores actuales de la actividad; asimismo, el diseño, puesta en marcha y mantenimiento de un sistema nacional de información en toda materia (tecnología, legislación, precios y mercados, certificación, asistencia técnica, insumos, etc.) que apoye la toma de decisiones en diferentes ámbitos, tampoco está dentro de las capacidades de los actores actuales de la producción orgánica.

Es por lo expuesto que la presente propuesta considera imprescindible el establecimiento de una alianza pública–privada que permita juntar esfuerzos, recursos y capacidades, entre el Estado, sus instituciones, la sociedad civil, los productores y los demás agentes económicos y de apoyo involucrados en el desarrollo de la actividad. Esta alianza debe estar articulada alrededor de la implementación de una estrategia nacional de largo plazo —con una institucionalidad ad-hoc— que permita a través de una visión compartida público–privada, con un movimiento orgánico organizado y articulado, y la implementación de políticas que favorezcan el desarrollo de la producción orgánica.

Figura 10. Esquema conceptual / Propuesta de Estrategia Nacional



5.2. Potencialidades existentes para desarrollar la producción orgánica certificada

La información obtenida durante la consulta realizada con productores, actores institucionales, e informantes calificados, indica que existen diversos factores que podrían estar operando como potencialidades para la promoción de la producción orgánica certificada. Se trata de elementos organizacionales, económicos, sociales y políticos, que de ser articulados en una estrategia clara y efectiva de promoción, estarían mejorando considerablemente el actual estado de la actividad y contribuyendo con alcanzar la visión propuesta. Entre las principales potencialidades se encuentran las siguientes:

i) Número significativo de productores que utilizan prácticas de agricultura orgánica

Debido a la misma situación socioeconómica que caracteriza principalmente las zonas rurales del país, en Nicaragua existe un importante número de pequeños y medianos productores que desarrollan sus actividades agropecuarias, haciendo uso de prácticas agronómicas propias de la producción orgánica; sin embargo, la mayoría de ellos desconoce la existencia de un mercado internacional que demanda este tipo de productos, así como los procedimientos que deben cumplirse para que sus fincas o parcelas sean reconocidas como orgánicas.

Complementariamente, debe señalarse que también existe en el país un número significativo de pequeños y medianos productores considerados como de “bajos insumos”, que por diversas razones utilizan cantidades mínimas de químicos sintéticos y quienes, con una adecuada conducción, podrían fácilmente convertirse en productores orgánicos.

Durante la realización de los talleres de consulta territorial, productores de los territorios de Puerto Cabezas, Siuna (RAAN), Bluefields, Nueva Guinea (RAAS) San Carlos (Río San Juan), Boaco y Chontales, entre otros, aseguraron desarrollar sus actividades agropecuarias sin uso de insumos sintéticos, agregando que estarían dispuestos a incorporarse a los procesos de certificación, pero que no conocían las condiciones que debían reunir para hacerlo, ni las agencias que podían certificarlos, ni los costos en que debían incurrir en este proceso. De igual manera, señalaron que no tenían información clara sobre los productos y rubros que los mercados de productos orgánicos estaban demandando.

ii) Demostrada capacidad organizativa de los productores

La elevada capacidad organizativa de los productores, principalmente de los pequeños y medianos, es una característica en el sector agropecuario del país; y ésta no excluye a los productores orgánicos. La casi totalidad de los productores orgánicos certificados se encuentran organizados en diversas estructuras asociativas (cooperativas, asociaciones y otros) lo que sugiere la capacidad que poseen para aglutinarse en torno a la actividad productiva.

Este nivel organizativo no sólo les permite agregar las ofertas individuales, sino que también ha tenido efectos positivos en algunas de las organizaciones, quienes ya acceden directamente al mercado internacional, realizando transacciones comerciales que antes se hacían a través de empresas intermediarias. Evidencias observadas muestran que si bien la mayoría de las organizaciones han sido acompañadas por ONG en sus procesos de acceso a los mercados internacionales, el desarrollo de sus niveles de gestión les ha permitido a varias de ellas lograr una autonomía gestiona

iii) Presencia de “agentes económicos”⁸³ y “agentes de apoyo” que propician el desarrollo de la producción orgánica y de prácticas de producción sostenibles

El estudio realizado muestra la existencia de un importante número de “agentes económicos” que están desarrollando la producción orgánica en el país, así como otros “agentes de apoyo” que propician el desarrollo de prácticas de producción sostenible, prácticas agroecológicas y otras prácticas que privilegian la protección de los recursos naturales y que constituyen un potencial importante para el desarrollo de la producción orgánica.

Existe un importante grupo de agentes económicos, principalmente empresas comercializadoras y productores organizados en cooperativas y asociaciones que de manera directa fomentan la producción orgánica certificada con fines de mercado. Es bajo esta modalidad que actualmente se cuenta con más de 115 “agentes de económicos”, entre éstos: asociaciones, cooperativas, productores individuales, transformadores y comercializadoras.

⁸³ Certificados como operadores orgánicos

En el caso de los agentes de apoyo, se trata principalmente de un grupo de organismos no gubernamentales, así como de diversas expresiones de organización de productores, principalmente pequeños y medianos, que fomentan estos enfoques. Quizás el ejemplo más visible y multiplicador lo constituye el Programa Campesino a Campesino (PCAC), que aglutina un aproximado de 12,000 productores a lo largo del país quienes en su mayoría utilizan prácticas agroecológicas y orgánicas en sus parcelas y fincas.

Estos dos grupos actualmente conforman un dinámico tejido organizativo que propicia el desarrollo de la producción orgánica certificada. Bajo esta orientación se establecen, entre otros, procesos de información, de capacitación, de asistencia técnica, de certificación y de financiamiento a productores, ya sea para favorecer la conversión de sus fincas o por la compra a futuro de sus cosechas.

iv) Demanda creciente en los mercados internacionales

Estudios del mercado internacional de productos orgánicos certificados evidencian tendencias crecientes en el mediano y largo plazo, constituyendo actualmente un mercado que oscila entre los 23,000 y 25,000 millones de dólares. La tasa de crecimiento promedio en los últimos años se ubica alrededor del 20% anual; la demanda insatisfecha se manifiesta en el sostenimiento de sobrepuestos importantes con respecto a los productos convencionales y; estimaciones de su consumo muestran que estos no llegan a sustituir, en promedio, el 3% del mercado convencional de productos agropecuarios.

En el caso de Nicaragua, el hecho de que el número de productores involucrados en la actividad haya pasado de 45 en el período 1988-1989 a 824 en el período 1995-1996; y que ahora en el período 2002-2003 contabilicen 6,390 productores, es un indicador de la aseveración de que existe una demanda creciente de productos orgánicos certificados en los mercados internacionales. Esta aseveración se refuerza al considerar el hecho de que actualmente se cuenta en el país con 9,194 hectáreas en procesos de transición frente a 45,077 hectáreas que ya están certificadas; entre las que se incluyen la reciente certificación de 13,867 hectáreas de pastos orgánicos como producto del proceso de certificación de 43 fincas bajo tal condición.

v) Subutilización de áreas en las fincas certificadas

El estudio realizado demuestra la existencia de 5,977 fincas certificadas y en transición aproximadamente que han certificado la totalidad de sus áreas, pero que no están aprovechando todo el potencial de producción que éstas poseen.

Así por ejemplo, en el caso de las fincas de café se observa que de 13,136 hectáreas certificadas, solamente 3,265 corresponden a plantaciones, lo que indica que existe un potencial no explotado del 75% del total del área certificada. En el caso del cacao y del ajonjolí, el potencial no explotado equivale al 95% y 89% del área de las fincas certificadas respectivamente.

Lo anterior indica que las fincas certificadas podrían incrementar la producción, tanto de los rubros para los cuales fueron certificadas originalmente, como de nuevos productos, y que podrían ser fácilmente colocados en el mercado nacional e internacional pues cuentan ya con la certificación.

vi) Diversidad de zonas agroecológicas con potencial para producir rubros con demanda

Existen amplias zonas del país que presentan condiciones agroecológicas propicias para la producción de rubros variados y adaptados a las características de cada una de ellas. De manera especial, se destacan amplias zonas del país que cuentan con un clima de trópico húmedo como Jinotega, Río San Juan, la RAAN y la RAAS, y que les permite el cultivo de variedades exóticas que presentan alta demanda en los mercados internacionales; entre éstas, diversos tipos de frutas tropicales, plantas medicinales, helechos y especias.

Una referencia adicional del potencial que constituye el tener una amplia diversidad de zonas agroecológicas lo evidencia el hecho de que otros países centroamericanos hayan posicionado en los mercados internacionales productos que Nicaragua podría también producir, ya que dispone de las condiciones agroecológicas similares para el cultivo de cada uno de ellos; entre éstos: banano, ñail, maracuyá, mango, naranja, papaya, piña, entre otros.

vii) Extensas áreas de pastos naturales para el fomento de la producción pecuaria orgánica

La demanda mundial de carne orgánica y de productos lácteos ha crecido considerablemente en los últimos años, principalmente, como consecuencia de la enfermedad de las “vacas locas” aparecida en Europa a finales del siglo pasado. Para el año 2000 el comercio global de carne orgánica se estimó en 800 millones de dólares, principalmente por países compradores de la Unión Europea.

En el año 2002, sólo el mercado de productos lácteos contabilizó 1,300 millones de dólares en venta de leche orgánica, helados, yogurt, quesos y otros derivados. Esta cifra muestra que es factible para el país ingresar a este mercado porque existe la tecnología adecuada para producir certificadamente con calidad, haciendo posible que productores nicaragüenses accedan a este mercado en el mediano plazo y se beneficien de la dinámica económica del mismo.

Debe destacarse que el país cuenta con potencial para el desarrollo de las actividades pecuarias orgánicas señaladas, principalmente en los departamentos de Rivas, Chontales, Boaco y Río San Juan, así como en los municipios de Matiguás, Waslala, Siuna y Waspam (RAAN), zonas tradicionalmente ganaderas, donde se ubican grandes extensiones de pastos que no han sido manejadas productivamente desde hace muchos años (naturales), y donde incluso algunas se encuentran abandonadas, constituyendo áreas potenciales para el desarrollo de estas actividades.

Como ha sido señalado, debe destacarse también que la Corporación Nacional Ganadera (CONAGAN), conjuntamente con la Liga de Cooperativas de los Estados Unidos (CLUSA), contando con el apoyo financiero del proyecto IICA-EPAD, están llevando a cabo un programa para favorecer el desarrollo de la ganadería de carne orgánica en el país. En el marco del mismo, actualmente cuentan con 43 fincas que han certificado 13,867 hectáreas de pastos y las mismas se encuentran en proceso de transición para la certificación de 8,205 animales; contando además con la certificación de un matadero bajo la condición de orgánico. Se espera en una próxima etapa incorporar 500 fincas al proceso de certificación ganadera e incursionar en la actividad láctea a través de la producción de quesos para exportación (Ver Apéndice 2).

viii) Interés político de diversas instituciones del Estado por el tema

Vale destacar que existe disposición y voluntad de las autoridades del Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR) y del Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria (INTA), entre otras autoridades, tales como el Ministerio de Fomento Industria y Comercio (MIFIC), para favorecer el establecimiento de las condiciones institucionales, técnicas, de políticas y de normativas que permitan apoyar el fomento de la producción orgánica certificada en el país.

Dicha voluntad ha tenido diferentes manifestaciones, algunas de ellas concretadas en acciones y otras de orden declarativo, o de intención. Entre éstas merecen destacarse las siguientes: i) El respaldo del INTA y del MAGFOR al proceso de consulta nacional realizada para construir la estrategia que permita el desarrollo de la producción orgánica en el país; ii) La decisión del MIFIC, del INTA y del MAGFOR, de establecer las comisiones de normas para regular la producción orgánica vegetal y la producción orgánica pecuaria; iii) la disposición manifestada por el Viceministro de Agricultura de establecer a lo interno del MAGFOR sendas unidades para el fomento y control de la actividad, así como su disposición en apoyar la consecución de recursos materiales y financieros, que están bajo administración de algunas instituciones y programas (IDR, FOMENTA y FUNICA, entre otros), para apoyar la implementación de la agenda de fomento de la actividad.

5.3. Limitaciones para el desarrollo de la producción orgánica certificada

Los actores del desarrollo de la producción orgánica, principalmente productores, han identificado un conjunto de factores limitantes que están impidiendo un desarrollo más acelerado de la actividad. Si bien, éstos presentan variantes de región a región, existen factores limitantes recurrentes de orden general que deben ser atendidos por la presente estrategia de desarrollo. Un recuento de los principales factores identificados se muestra a continuación:

i) Predominio de una “cultura de químicos sintéticos” en el sector agropecuario

El sector agropecuario se ha caracterizado hasta el momento por privilegiar el desarrollo de una “cultura productiva” de químicos sintéticos⁸⁴ que se ha venido consolidando desde los orígenes de la revolución verde, y que actualmente permea los diferentes niveles y ámbitos del sector, incluyendo tanto a las instituciones del Estado como a organismos privados y de la sociedad civil, pasando por universidades y centros de estudios superiores.

Esta cultura, reflejada principalmente en la carencia de recursos humanos “no químicos”, no sólo restringe la capacidad propositiva de iniciativas que se originan fuera de estos parámetros productivos (llámese investigación, capacitación, marcos legales, políticas de fomento, etc.), sino que también limita la capacidad de recepción y entendimiento por parte de los tomadores de decisiones, de propuestas alternativas que promuevan el uso de tecnologías limpias, con el consecuente efecto sobre el desarrollo de estas actividades.

Basta mirar las estructuras institucionales y observar la ausencia de instancias, políticas e iniciativas, que lidien con el tema de la producción orgánica, o de tecnologías limpias. En la práctica, la predominancia de esta cultura productiva en el sector agropecuario se refleja principalmente

⁸⁴ Se refiere al mal manejo de los insumos químicos sintéticos en los sistemas productivos.

en el poco nivel de desarrollo de la producción orgánica (y de otras prácticas sostenibles) como consecuencia de la baja capacidad de respuesta que tienen los profesionales y técnicos del sector para atender las demandas de diferente índole que se originan en este segmento del sector productivo.

ii) Ausencia de institucionalidad para el fomento y control

La producción orgánica es una actividad cuyo desarrollo requiere del manejo y articulación de las mismas variables y elementos que se conjugan en el desarrollo de la producción convencional, presentando la agravante de poseer normativas propias de producción cuyo cumplimiento le confieren, o no, la condición de producto orgánico. Por lo tanto, es indispensable para el desarrollo de la actividad, además de contar con la normativa correspondiente, el contar con estructuras institucionales responsables de su fomento y de su control, las cuales no existen en el país.

La carencia de una estructura institucional responsable del fomento de la actividad, genera un vacío en la formulación de propuestas y políticas que deben conjugarse para favorecer su desarrollo, así como en la conducción de iniciativas (planes, programas, proyectos o actividades) que deben conducirse y promoverse en los diferentes ámbitos funcionales y operativos del sector para desarrollar la actividad; entre éstos: investigación, incentivos, asistencia técnica, financiamiento, capacitación, tecnologías de transformación, comercialización, mercado, organización, para citar algunas.

Por otro lado, si bien, ya se cuenta con la normativa nacional requerida para regular la actividad, especialmente la relacionada con la certificación, todavía no existe una estructura institucional dentro de las instancias correspondientes responsable de su implementación⁸⁵. Esta carencia se relaciona con la falta de una estructura institucional en el país responsable de la actividad, que priorice en su agenda el establecimiento de dicha estructura. Este vacío pone en riesgo, ante los consumidores nacionales y antes los socios de los principales mercados internacionales, la credibilidad sobre la idoneidad de los productos orgánicos que se producen en el país.

iii) Baja articulación de los actores del movimiento orgánico

Debe señalarse que la existencia de un movimiento orgánico legitimado y articulado constituye el “tercer elemento” de la institucionalidad requerida para el desarrollo de la producción orgánica, ya sea por la capacidad propositiva que puede desarrollar, o por el rol fiscalizador en su desarrollo, el cual está llamado a cumplir.

El movimiento orgánico en Nicaragua existe de hecho, pero no de derecho, y presenta una baja articulación entre sus actores. Esta característica ha impedido su involucramiento propositivo y sistemático alrededor de procesos y propuestas que son importantes para el fomento de la producción certificada. No obstante, ocasionalmente ha jugado un papel importante en el desarrollo de la actividad a través de la presentación de proyectos de fomento principalmente, así como en algunos procesos de incidencia para el desarrollo de la actividad⁸⁶.

⁸⁵ Autoridad de Control.

⁸⁶ Presentación de ante proyecto de Ley para la regulación de la producción orgánica; participación en grupo de discusión de la actual normativa técnica para la producción orgánica certificada; formulación de propuesta sobre decreto Sello Verde, entre otros.

La baja articulación de los actores se relaciona con algunas características propias de sus principales integrantes⁸⁷. Por un lado, la existencia de más de 80 agrupaciones (asociaciones, cooperativas y otros) que están directamente vinculados a la actividad orgánica certificada pero que no logran conciliar propuestas comunes; también está referida a la existencia de productores y empresarios, todos ellos individuales y dispersos territorialmente, que no cuentan con estructuras propias que los representen y que sean propositivos frente a los tomadores de decisiones en temas y aspectos que son de trascendencia para ellos. De igual manera se relaciona con la presencia de una significativa cantidad de organismos no gubernamentales que apoyan el desarrollo de la producción certificada mediante el impulso de proyectos y actividades de diferente índole, y que también presentan la característica de estar dispersos territorialmente y de estar concentradas en actividades de carácter muy específico; llámese financiamiento, capacitación, asistencia técnica, comercialización, u otros.

iv) Falta de información en los diferentes ámbitos y niveles de la producción orgánica

El país carece de un sistema nacional de información que provea de este recurso a los diferentes actores y operadores que actúan en los diversos ámbitos de la producción orgánica certificada, incluyendo instancias gubernamentales y no gubernamentales, que sirva para apoyarlos en sus procesos de toma de decisiones. Si bien existe información sobre el tema, la misma se encuentra dispersa y segmentada entre productores, investigadores, comercializadores, ONG, técnicos, inspectores, agencias certificadoras y otros, que ocasionalmente la comparten.

Estos requerimientos de información son de una naturaleza variada y —dependiendo del nivel de desarrollo del productor— van desde cómo optar a un proceso de certificación, pasando por el conocimiento de tecnologías disponibles, de experiencias exitosas, de cómo acceder a la asistencia técnica, a capacitaciones, a fuentes de financiamiento, a la comercialización, a los mercados, a políticas y a la legislación vigente, para citar algunas. No obstante, entre las limitaciones más importantes señaladas en forma recurrente por los productores está la falta de información sobre procesos de certificación, de mercados, y sobre la forma de acceder a ellos.

A manera de ejemplos, en diversas zonas del país existe un importante número de productores que desarrollan sus actividades agropecuarias utilizando prácticas agronómicas orgánicas, y que reúnen todas las condiciones para iniciar sus procesos de transición y/o certificación, pero que no tienen conocimiento sobre las agencias certificadoras que podrían apoyarlos en estos procesos; otros, que tienen conocimiento sobre las ventajas que ofrece la producción certificada, aseveran —por falta de información adecuada— que involucrarse en este segmento tiene un costo que consideran no es accesible para ellos, y esto los limita en su decisión de incorporarse a la actividad. Productores más avanzados, certificados en la mayoría de los casos, que requieren diversificar su producción, o sus mercados, demandan información sobre oportunidades de mercados, compradores, formas de contactarlos, o de acceder a ellos, volúmenes requeridos, frecuencias, precios que ofertan, canales de comercialización, entre otros aspectos que por ahora no están disponibles a través de medios de información de fácil acceso.

v) Inexistencia de mercados locales

Los mercados locales de productos orgánicos, como tales, son incipientes en el país, constituyéndose en un fuerte desestímulo para los productores orgánicos que no logran exportar, o para

⁸⁷ Uno de los principales actores son los consumidores, los cuales podrían ayudar en el desarrollo de un mercado nacional a través de la demanda.

los productores que tienen excedentes de producción certificada, y que deben venderlos en los mercados convencionales bajo las reglas y normas que operan en éstos.

Los sitios públicos donde los consumidores pueden adquirir productos orgánicos se caracterizan por ser “puntos de venta”, ya que éstos no poseen la capacidad de recibir una oferta sostenida y variada de productos provenientes de las fincas certificadas. Ejemplos típicos de estos “puntos de venta” son los que presenta la cadena de supermercados La Colonia, en Managua, unas pocas tiendas especializadas que ofrecen cantidades limitadas de este tipo de productos, o iniciativas recientes que se pueden encontrar en ciudades como Matagalpa, Jinotega y algunas otras localidades del país. Sobre este particular, debe señalarse que actualmente se identifican algunas iniciativas por desarrollar más puntos de venta, las cuales —aunque no resuelven el problema de mercado de los productores certificados— están contribuyendo a fomentar una cultura de consumo entre cierto segmento de la población.

El desarrollo de los mercados locales requiere de la articulación y convergencia de la oferta y la demanda de productos orgánicos, y en ambos aspectos hay serias limitaciones por superar.

Desde el lado de la oferta se tiene que la mayoría de los productores orgánicos del país son pequeños, están dispersos territorialmente y poseen fincas promedio de 7 hectáreas. Estas características propias de la actividad, aunque permitiría la existencia de una oferta diversificada, impiden la agregación de un volumen sostenido, homogéneo, oportuno, de calidad y de la magnitud que exigen los mercados. Y si bien la mayoría de los productores certificados está agrupada alrededor de estructuras organizativas a lo largo del país, y esto podría representar una ventaja para cualquier mercado al favorecer la agregación de las ofertas, la realidad muestra que la mayor parte de la producción proveniente de este segmento de productores —que dicho sea de paso, es la más importante— está destinada principalmente al mercado de exportación.

Desde el lado de la demanda, la posibilidad de conformar un mercado de productos orgánicos se agrava al tener un consumidor poco informado y educado con relación a las ventajas y atributos que poseen los productos orgánicos. Por ejemplo, éstos no disponen de información sobre las cualidades y beneficios que estos productos tienen para su salud, ni de los requisitos y procesos que se desarrollan para obtener un producto certificado. Esta limitación, asociada entre otros, con la falta de un sistema de información y de su respectiva institucionalidad que lo incentive, no contribuye con el fomento de la demanda de este tipo de productos.

vi) Bajo nivel de valor agregado

La mayoría de los productos orgánicos que Nicaragua comercializa en el mercado internacional los vende sin ningún valor agregado. Si bien en el caso del café, el cual constituye el 81% de las exportaciones orgánicas del país, es debido a las restricciones de orden legal y arancelario existentes en los mercados de destino para este producto, el país cuenta con una gama amplia de rubros que no tienen este tipo de impedimento, como el ajonjolí, las plantas aromáticas y las especias, entre otros, pero que presentan serias restricciones tecnológicas para agregarles valor, o en su defecto, no se cuenta con los volúmenes y calidades aceptables para acceder a los mercados internacionales.

Si bien las características y restricciones señaladas replican las existentes en la producción convencional, dan una señal sobre la necesidad de articular una alianza pública–privada que propicie

el desarrollo de la agroindustria orgánica con el fin de favorecer procesos de transformación que permitan aprovechar las ventajas competitivas que poseen los productos nacionales adicionándoles un valor de transformación.

vii) Limitado financiamiento para la actividad

El financiamiento de la producción orgánica ha contado tradicionalmente con tres fuentes principales de financiamiento: el capital propio de los productores, proveniente principalmente de las ventas realizadas; aunque éstos conforman la minoría; el aporte de diversas ONG que apoyan la producción orgánica, especialmente en materia de financiamiento; y el apoyo financiero que ofertan las empresas comercializadoras.

Las dos últimas modalidades constituyen un círculo que generalmente se ha iniciado con el aporte de las ONG para que los productores puedan transitar hacia una producción certificada; una vez establecidos e integrados al circuito comercial, estos productores, en su mayoría, reciben financiamiento de las diversas empresas comercializadoras, bajo la figura de contratos de venta a futuro u otra.

Pero, en lo que respecta al sistema bancario, la producción orgánica no cuenta con un sistema de financiamiento ad-hoc que reconozca la naturaleza y particularidades de la actividad, por lo que los productores que requieren de financiamiento deben recurrir al crédito comercial. Sin embargo, por las características propias del productor orgánico nicaragüense, los cuales son principalmente pequeños y en gran número no poseen títulos de propiedad de las tierras, éstos se ven excluidos de esta posibilidad.

Las razones de este vacío financiero son varias, sin embargo se asocian principalmente con el desconocimiento de la actividad por parte de los operadores financieros; se asocia también con la misma “cultura de químicos” que prevalece en las actividades agropecuarias y; con la inexistencia de estudios económicos en el tema que puedan sugerir al sistema financiero sobre la seguridad que se tendría en la recuperación de su cartera.

viii) Falta de incentivos para el fomento de la actividad

La producción orgánica certificada no cuenta con ningún tipo de incentivos que permita fomentar la actividad. Por el contrario, es de esperar que en el corto plazo, una vez que entre en vigencia la normativa de producción orgánica, ésta actúe como una fuente impositiva y de desestímulo desde el momento en que el productor debe incurrir en una serie de costos adicionales para poder mantener su condición de orgánico, los cuales no son compensados por ninguna retribución del Estado mediante servicios o políticas de fomento de la actividad; llámese asistencia técnica, investigación, financiamiento u otras⁸⁸.

Como en cualquier actividad nueva que se quiera promover se hace necesario contar con incentivos o políticas diferenciadas que le permita su fomento. En el caso de la producción orgánica, dada la naturaleza de la actividad, se requiere de incentivos que estimule a los productores y les permita transitar de la agricultura convencional a la orgánica.

⁸⁸ A pesar que la NTON ya fue elaborada, hasta el momento ésta no cuenta con la infraestructura y el respaldo institucional para hacer cumplir las disposiciones que en ella se establecen.

5.4. Visión de la producción orgánica en Nicaragua al 2015

Una estrategia para el desarrollo de la producción orgánica certificada debe ser dimensionada a partir del actual contexto nacional y especialmente, el que caracteriza al sector agropecuario y a la actividad. Ésta debe tener en cuenta una dimensión temporal de largo plazo con propuestas de políticas concretas que permitan en el corto y mediano plazo, superar las limitaciones existentes y alcanzar los objetivos propuestos.

La visión que se plantea para los próximos 12 años —al 2015— toma en cuenta dichas consideraciones y ha sido construida en forma participativa en consulta con más de 1,000 actores involucrados en el desarrollo de la actividad.

Visión al 2015

En el país existe una producción orgánica extendida territorialmente, diversificada, competitiva, con valor agregado y posicionada en los mercados locales e internacionales

Con esta visión se pretende desarrollar una producción orgánica que se ajusta al marco de una economía global y que es consistente con los esfuerzos nacionales y sectoriales. Es decir, que presenta un posicionamiento competitivo de productos orgánicos en los mercados internacionales y nacionales, que contribuye con la generación de ingresos, con la equidad social, con el combate a la pobreza y con el mejoramiento de la calidad de vida; todo esto mediante la generación de empleos en el medio rural, la provisión de alimentos sanos a la población, haciendo un uso racional de los recursos naturales y del medio ambiente.

En correspondencia con lo anterior, la producción orgánica certificada deberá ampliarse a todas aquellas áreas del país que presenten potencialidades para su desarrollo, aprovechando las condiciones agroecológicas que posibiliten su diversificación en productos y rubros. De igual manera, deberá incorporar nuevas tecnologías en los distintos ámbitos de las cadenas productivas, mejorando la calidad de la producción, incrementando su valor agregado y reduciendo sus costos unitarios, de tal forma que se propicie su competitividad y la innovación tecnológica de la actividad. Esto permitirá no sólo consolidar el mercado nacional de productos orgánicos, sino también aumentar la presencia de los productos nacionales en los mercados internacionales, e incursionar en otros segmentos en donde hasta ahora no ha sido posible acceder.

Alcanzar la situación propuesta en la visión, requiere que la producción orgánica certificada cuente con la institucionalidad requerida para su desarrollo, que actúe bajo una estrategia y políticas coherentes con los requerimientos de corto, mediano y largo plazo y, que tenga como soporte un movimiento orgánico estructurado, organizado y decidido; de tal manera que permitan transformar las potencialidades de la producción certificada, en capacidades y que a su vez, posibilite que las actuales limitaciones sean reemplazadas por oportunidades.

Con base en el análisis de las potencialidades y limitaciones observadas en la actividad de la producción orgánica se puede aseverar que la visión propuesta para el año 2015 es factible de lograr en la medida que se articulen políticas que permitan aprovechar la capacidad existente y posibiliten superar las restricciones identificadas.

VI. La propuesta

A continuación se presenta la propuesta para el fomento de la producción orgánica certificada, conteniendo sus dos ejes estratégicos: un primer eje que propone la institucionalidad requerida para el desarrollo de la actividad, y un segundo eje conteniendo las políticas y lineamientos que deberán ser articulados en la intención de alcanzar los objetivos propuestos. Como ha sido citado previamente, la presente propuesta deberá implementarse teniendo en consideración las diferencias territoriales existentes en el país.

6.1. La institucionalidad requerida

Como ha sido mencionado, el desarrollo de la producción orgánica certificada requiere de un marco institucional estructurado y articulado en tres ámbitos: una institucionalidad para su fomento; una institucionalidad para el control, supervisión y seguimiento de la implementación de la normativa técnico-legal y; un movimiento de actores de la actividad, organizado, articulado y pro activo.

i) La institucionalidad de fomento.

Es conocido que el fomento de la producción orgánica requiere de la articulación de las mismas variables y elementos que se articulan para el desarrollo de la producción convencional, así como también es conocido que no es posible replicar las estructuras e instancias institucionales actuales para dedicarlas al desarrollo de esta actividad. Esta realidad hace impostergable la tarea de establecer, al menos, una estructura institucional ad-hoc, responsable por la promoción y el desarrollo de la actividad.

Una estructura institucional de esta naturaleza deberá velar por la promoción y el desarrollo de la actividad; por la formulación de propuestas de políticas, programas y proyectos para su fomento; por la implementación, conducción y seguimiento de las mismas; por la representación de los intereses de la actividad en los niveles de toma de decisiones; por la coordinación de actividades interinstitucionales; por el establecimiento de normas y legislaciones pertinentes; por la representación de la actividad en instancias y foros de interés y; por la disponibilidad oportuna de información que apoye la toma de decisiones de los actores de la actividad, para citar algunas funciones.

Para estos efectos, se propone en una primera instancia, el establecimiento del Programa Nicaragüense para el Fomento de la Producción Orgánica (llamado el Programa en adelante), adscrito a la oficina del Ministro, o Viceministro del MAGFOR, el cual como entidad rectora del sector le estaría dando la cobertura y el respaldo institucional y políticos requeridos. Debe señalarse que, dada la naturaleza íntertemática de la producción orgánica al interior del sector agropecuario, así como la necesidad de coordinar esfuerzos y políticas con las diferentes instancias del mismo y fuera de él, esta ubicación se convierte en estratégica entretanto se consolida una institucionalidad más permanente⁸⁹.

⁸⁹ También podría ubicarse en la Dirección General de Programas del MAGFOR, en caso que existiera la voluntad política y las personas indicadas para impulsarlo.

El Programa deberá actuar como una instancia facilitadora de procesos que articule las capacidades de los actores involucrados en la alianza pública–privada que se desea propiciar. Para lograr esto, se requiere que el Programa cuente con autonomía funcional, así como con un mandato institucional amplio que le permita interactuar con el resto de programas e instancias pertenecientes al sector agropecuario, a fin de favorecer su capacidad de coordinación con los principales actores. Es de prever que si estas condiciones institucionales no están presentes, es muy probable que el Programa no tenga la capacidad requerida para implementar las políticas establecidas.

Adicionalmente, debe señalarse como otro elemento estratégico para el cumplimiento de los fines del Programa, la necesidad de contar con personal idóneo identificado de las “bases” del movimiento orgánico, o al menos con credibilidad entre sus actores. Esta característica de los recursos humanos que conforman el Programa, no sólo facilitaría la puesta en marcha y operación de la estrategia nacional, sino que garantizaría la capacidad de convocatoria y la participación más activa del movimiento orgánico, generando las sinergias del caso que requiere el desarrollo de la actividad.

En este aspecto, debe considerarse también la posibilidad de que las instituciones públicas que de alguna manera se vinculan al tema de la producción orgánica, destaquen a tiempo parcial o total, funcionarios de apoyo al Programa, tanto al nivel de su unidad central como en las regiones del país. Esto permitiría propiciar un efecto multiplicador en los diferentes ámbitos de acción.

Si bien, el Programa puede contar con recursos presupuestales del MAGFOR, especialmente una vez que se institucionalice el mismo, es importante para su etapa de puesta en marcha y la atención de su agenda diversificada en el corto y mediano plazo, la consecución de recursos frescos provenientes de la cooperación internacional. Este aspecto es importante también, para posibilitar la contratación de personal idóneo a que se hace referencia en el párrafo precedente.

ii) La institucionalidad de control y regulación

La producción orgánica es una actividad que posee reglas claras que, una vez cumplidas, se plasman en una certificación como garantía al consumidor de que los productos que están adquiriendo han sido producidos bajo los estándares que rigen la actividad; estas reglas se presentan bajo “normas de producción” que constituyen la normativa técnico legal de la actividad en el país.

La existencia de una norma nacional de producción orgánica, siempre y cuando sea reconocida por los países socios comerciales de Nicaragua, constituye también una garantía para los importadores y consumidores de dichos países y favorece las exportaciones hacia esos mercados en la medida de que agencias certificadoras nacionales pueden acceder a los mismos mercados, bajo condiciones similares a las de las agencias certificadoras internacionales, y con costos más favorables para los productores nicaragüenses.

Un aspecto muy positivo en este sentido es que el país ya cuenta con dicha normativa, sin embargo, más importante aún, es que cuente con una estructura institucional idónea, responsable de monitorear, supervisar y controlar la adecuada implementación de la misma por parte de los productores y otros agentes económicos de la actividad, sean éstos, vendedores de insumos, transformadores, comercializadores, inspectores, agencias certificadoras y otros.

Si bien, en el caso de Nicaragua la norma de producción orgánica se encuentra elaborada y se prevé que la “Autoridad de Control” —organismo oficial o estatal encargado del control o fiscalización de la producción orgánica— esté adscrita a la Dirección General de Protección y Sanidad Agropecuaria (DGPSA) del MAGFOR, al ser éste un tema nuevo en el ámbito del sector agropecuario, surge como tarea impostergable la realización de esfuerzos con el fin de sentar las bases de dicha institucionalidad. La capacitación de los profesionales responsables de la implementación de la normativa; la dotación de recursos, la definición de los procedimientos internos y de búsqueda de reconocimiento de Nicaragua como país Tercero frente a los principales socios comerciales (la Unión Europea y Estados Unidos) son algunas de las tareas que demandan acciones inmediatas, con la intención de favorecer un amplio posicionamiento de los productos orgánicos nicaragüenses en los mercados internacionales.

En aspectos normativos, y en la intención de favorecer el desarrollo de los mercados locales se recomienda analizar las posibilidades de desarrollar un sello nacional para los productos en transición, que permita incentivar a los productores que se encuentran en este proceso y que al mismo tiempo brinde garantía a los consumidores nacionales sobre la condición del producto.

iii) Establecimiento y consolidación de un “movimiento orgánico”

El movimiento orgánico en Nicaragua existe de hecho, pero no de derecho⁹⁰. Éste lo conforman los diferentes agentes económicos, institucionales y sociales que de una manera u otra están involucrados en la actividad; pero no está articulado más allá de ciertas acciones ocasionales, territoriales o temáticas de incidencia en el ámbito de aplicación.

En el marco de la alianza pública–privada propuesta para el fomento de la producción orgánica, donde el Estado juega un rol facilitador en pro de los agentes económicos de la producción orgánica, se hace necesario contar con un movimiento orgánico que cumpla una función de contraparte del Programa y que se constituya en el elemento fiscalizador de sus acciones.

Por lo tanto, es necesario propiciar la organización y visibilización de un movimiento orgánico legitimado por sus actores, articulado y proactivo que oriente, acompañe y apoye la implementación de la agenda del Programa en sus diferentes componentes y que retroalimente sus acciones en función de las necesidades y visión de la actividad.

No obstante, ésta es una tarea que no puede ser forzada por el Programa ya que compete exclusivamente a los actores del movimiento orgánico y debe darse en concordancia con la realidad de sus actores, su dispersión geográfica a lo largo del territorio nacional, así como de la diversidad e importancia de sus actividades; por lo tanto, la función del Programa en este aspecto será facilitar, en la medida de lo posible, los espacios de convergencia para que esta organización se logre.

6.2. Políticas estratégicas

Se han identificados seis áreas de políticas que se consideran estratégicas para consolidar el nivel de desarrollo actual en que se encuentra la producción orgánica y para potenciar su de-

⁹⁰ La propuesta no implica desarrollar acciones para fortalecer el movimiento orgánico; solamente destaca la importancia de su organización, consolidación y articulación, y sugiere que debe involucrarse de manera pro activa.

sarrollo en el corto y mediano plazo. Estas áreas responden a las limitaciones y potencialidades presentadas, y no son limitativas ya que podrían incorporarse otras en la medida que la realidad de la actividad así lo requiera; éstas son: desarrollo tecnológico; acceso a mercados externos; desarrollo de mercados locales; incentivos y financiamiento; educación y capacitación; e información.

A continuación se presentan los señalamientos generales de políticas que regirán el accionar de cada una de ellas.

i) Desarrollo tecnológico

La presente propuesta se plantea en un contexto económico de libre competencia y economías de mercado, donde la búsqueda de la competitividad de los productos orgánicos se convierte en el elemento central para garantizar la vinculación sostenida de los productores a los mercados, sean éstos nacionales o internacionales.

Bajo estas consideraciones es importante entender que la competitividad de los productos agropecuarios es afectada en cualquier punto de su cadena agroalimentaria, y que por lo tanto, cualquier acción que en materia tecnológica se haga por mejorarla, debe trascender el nivel primario de la actividad (fincas), que es donde se concentran hasta el momento los mayores esfuerzos de desarrollos tecnológicos, y considerar otros elementos que también puedan representar limitaciones para acceder a los mercados, p.e. transporte, empaques, refrigeración, transformación de los productos, inocuidad, calidad, etc.

Por lo expuesto, el componente tecnológico⁹¹ del Programa deberá privilegiar el enfoque de cadenas agro productivas, el cual es consistente con el nuevo paradigma tecnológico. Deberá además, reconocer que el mayor conocimiento tecnológico sobre la actividad lo poseen los productores, y que es con ellos y en sus sistemas productivos donde se debe realizar una parte importante del desarrollo del conocimiento; el componente tecnológico del Programa reconoce también la existencia de otras fuentes de conocimiento más allá de la investigación.

El desarrollo tecnológico de la producción orgánica deberá responder a la demanda organizada de sus actores por innovación tecnológica y deberá ser consistente con las necesidades que plantean los mercados. Deberá establecer relaciones con otras fuentes de conocimiento del país, la región y del ámbito internacional y deberá propiciar el desarrollo de nuevos productos con potencial de mercado donde el país presente ventajas competitivas y que agreguen valor en la cadena agroproductiva.

En este esfuerzo, el Sistema Nacional de Innovación Tecnológica Agrícola (SINTA) y el Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria (INTA), como instituto rector de la investigación y de la transferencia de tecnología agropecuaria en el país, jugarán un rol protagónico en las coordinaciones a realizar.

⁹¹ La innovación tecnológica en la producción orgánica debe ser reconocido por el Sistema Nacional de Innovación de Tecnológica Agrícola (SINTA) que se está desarrollando en el país.

ii) Acceso a mercados externos

El Programa orientará esfuerzos a facilitar las condiciones a los productores para acceder a los mercados internacionales de productos orgánicos⁹². No obstante la diversidad de variables que interactúan en el acceso de productos a estos mercados, así como la diversidad de niveles de desarrollo de los sistemas productivos orgánicos, en transición, y con potencial de certificación (bajos insumos), el Programa concentrará esfuerzos en el manejo de dos áreas básicas: el acceso a la certificación y el acceso a la información. Esta última incluye los aspectos relativos a la tecnología disponible, al financiamiento, a la capacitación y a otros elementos que coadyuven al posicionamiento de los productos nicaragüenses en los mercados internacionales.

El Programa identificará a los productores orgánicos y en transición, así como a aquéllos de bajos insumos que deseen transformar sus sistemas productivos y establecerá la implementación de acciones diferenciadas según el caso. En el primero de ellos, en principio vía información, privilegiará el acceso a tecnologías, financiamiento, capacitación, u otros instrumentos que mejore su acceso o posicionamiento en los mercados internacionales; en el segundo caso, en una primera etapa, proveerá la información y acompañamiento requerido con el fin de accedan a la certificación.

Para apoyar la realización de estas tareas, desarrollará el componente de mercados del Sistema Nacional de Información en Producción Orgánica (**SNIPO**) como instrumento de apoyo a la toma de decisiones de los agentes económicos de la actividad; el cual puede formar parte del Sistema de Información Agrícola (**SIA**) que se está desarrollando en el país. Dicho sistema deberá contener información relativa a las oportunidades de mercados, productos, ventanas existentes, volúmenes, frecuencia, procedimiento y requisitos de acceso, transporte, compradores, competidores, ferias, contactos, entre otros; también deberá proveer información sobre agencias certificadoras, costos, requisitos, formas de acceso y otra información relevante que le facilite los agentes económicos el acceso a la producción. El Programa deberá velar porque la información le llegue con oportunidad al usuario.

El Programa desarrollará trabajo de inteligencia de mercados, especialmente en rubros promisorios donde el país presente ventajas competitivas, y buscará el establecimiento de contactos con eventuales compradores. También propondrá estrategias de mercadeo con segmentos del mercado internacional que presenten potencial y favorecerá la presencia de productos nicaragüenses en las ferias internacionales.

Como elemento estratégico complementario para facilitar el acceso de los productos nacionales a los principales mercados internacionales, el Programa velará porque las instancias nacionales correspondientes busquen el reconocimiento de equivalencia de la normativa nacional en producción orgánica con la que rigen esos mercados (reconocimiento como País Tercero).

iii) Desarrollo de mercados locales

Es importante destacar que, en el caso de Nicaragua, donde los niveles de ingresos de la mayoría de la población son precarios, la estrategia para el desarrollo de este tipo de mercado no puede

⁹² Tanto para el acceso de mercados externos y desarrollo de un mercado nacional es de vital importancia el apoyo que pueda brindar el MIFIC y el INTA.

sustentarse sobre la base de precios diferenciados para los productos orgánicos. Esta estrategia debe sustentarse en el mantenimiento del mismo precio de los productos convencionales, como consecuencia de la maximización de los ingresos de los sistemas productivos orgánicos, y sobre la diferenciación y garantía de los productos para un consumidor informado, educado y consciente de los beneficios que conlleva el consumo de este tipo de productos.

Como en el desarrollo de cualquier mercado, el desarrollo de los mercados locales de productos orgánicos requiere del manejo articulado de la oferta y demanda de sus productos, así como de los factores que inciden en su conformación.

Con el fin de facilitar los espacios de convergencia de la oferta y la demanda, el Programa deberá coordinar con las instancias competentes del país la adjudicación de espacios físicos en los mercados existentes, o el apoyo del caso para el establecimiento de nuevos mercados. Deberá también coordinar con las autoridades competentes el desarrollo e implementación de un sistema de certificación para los productos que se encuentran en proceso de transición y que no son reconocidos bajo la condición de orgánicos hasta que cumplan con el tiempo estipulado en la normativa⁹³.

La oferta de productos orgánicos debe responder a las “reglas normales” de cualquier mercado en cuanto a volumen, variedad, frecuencia, calidad, homogeneidad y oportunidad. Por lo tanto, el Programa deberá privilegiar el trabajo de estas características con grupos organizados de productores certificados y en transición que actualmente subutilizan sus fincas y tienden al monocultivo comercial, y demostrarles los beneficios incrementales del aprovechamiento integral de sus sistemas productivos. Deberá también facilitar las condiciones para que la asistencia técnica y los apoyos requeridos lleguen a los productores que presentan potencial para suplir la oferta en los mercados locales; en esta tarea, la coordinación con las ONG que trabajan en el tema, la coordinación con el componente tecnológico del Programa y el empleo de la capacitación como instrumento de multiplicación de esfuerzos, deberán jugar un rol importante.

Desde la perspectiva de la demanda, y para propiciar la definición de la misma, se deberán desarrollar programas de información y educación al consumidor, a través de medios masivos de comunicación, donde se les familiarice con los sistemas productivos, características, beneficios, etc. de la producción orgánica. En la medida que se vaya consolidando una oferta diversificada y sostenida, que responda a los requerimientos del mercado, se deberán desarrollar programas más específicos con el fin de incidir sobre el segmento de los consumidores potenciales. Especial importancia se le deberá asignar a las instancias del Estado, que por la naturaleza de sus actividades, se constituyen en potenciales demandantes de este tipo de productos; entre éstos: el sector Salud, el sector Educación, el Sistema Penitenciario y, las fuerzas armadas y policiales.

iv) Incentivos y financiamiento

Como en cualquier actividad nueva que se quiera estimular, la producción orgánica deberá contar con una serie de incentivos que motive a los productores a mantenerse en la actividad y que propicie que otros nuevos tomen la decisión de incorporarse a la misma. Parte de los incentivos tienen una manifestación económica que se reflejan favorablemente en los costos de produc-

⁹³ En este caso podría apoyarse el desarrollo del Sello Orgánico Nacional

ción y la competitividad de los productos y; otros, otorgados a través de decisiones y voluntades políticas, se reflejan en la disponibilidad de servicios de apoyo a la producción, o en la conformación de una posibilidad de demanda clara para este tipo de productos.

Así también, la producción orgánica deberá contar con mecanismos de financiamiento ad-hoc y preferenciales, que reconozcan las particularidades de la actividad, especialmente en su etapa de transición y que sirvan para apoyar sus procesos de vinculación a los mercados a través de la adquisición de tecnología, la asistencia técnica, o el acceso a la certificación.

El Programa trabajará en la formulación de propuestas de incentivos de orden general para los productores y demás agentes económicos de la actividad, que contribuyan directa o indirectamente con el crecimiento de la producción certificada. Entre estas posibilidades, y sin contraponer la legislación vigente, ni los tratados económicos y comerciales del país, deberán explorarse las exoneraciones de impuestos de diferente orden: nacionales, municipales, de importación de insumos y/o equipos, de exportación y, de la renta, para citar algunos; el otorgamiento de bonos ambientales para la actividad que compense a los productores orgánicos por su contribución con la preservación del medio ambiente y; el establecimiento de seguros de cosechas, entre otros⁹⁴.

Un incentivo importante que deberá considerarse para el desarrollo de los mercados locales, proviene de la voluntad o decisión por parte del Gobierno de constituirse en un demandante de productos orgánicos a través de las instituciones del Estado, que por la naturaleza de sus actividades, requieren de la compra de alimentos; para citar algunas: el sector Educación, a través de las escuelas y colegios del país; el sector Salud, a través de los hospitales; el Sistema Penitenciario, para el abastecimiento de las cárceles y; las fuerzas armadas y policiales, para el abastecimiento de sus cuarteles. A esta iniciativa podrán adherirse otras instituciones demandantes de alimentos. En cualquiera de los casos el incentivo lo constituiría la decisión de otorgar preferencia a la compra de productos orgánicos bajo igualdad de condiciones de precios, calidad y servicios.

En materia de financiamiento, el Programa formulará propuestas al Gobierno⁹⁵ para el establecimiento de mecanismos financieros preferenciales que respondan con oportunidad a las demandas de los productores y agentes económicos de la actividad; en esto la búsqueda de apoyo en la cooperación internacional podrá ser de mucha importancia y especial énfasis deberá otorgársele al financiamiento requerido para obtener la certificación de los sistemas productivos. También constituirá un incentivo la posibilidad de acceso de los productores orgánicos, o en transición, a las actuales fuentes de financiamiento de instituciones, programas y proyectos de financiamiento y asistencia técnica. No escapan a los incentivos financieros, el respaldo del Gobierno ante los Organismos de Cooperación Internacional, a las iniciativas que se generen en el marco del Programa.

⁹⁴ Es importante aprovechar los planes de las municipalidades para incluir incentivos dirigidos a las necesidades específicas de los productores

⁹⁵ En la actualidad existen los incentivos fiscales para la producción en general de acuerdo a la Ley de Equidad Fiscal, en este sentido el sector orgánico debe demostrar la iniciativa y la capacidad para poder aprovechar dichos incentivos. A inicios del 2004 el Gabinete de Producción y Competitividad presentó los programas y proyectos de financiamiento para el sector productivo del país, lo cual se constituye como una opción potencial para los productos que desean desarrollar o involucrarse en la actividad.

v) Educación y capacitación

Esta área del Programa, así como en el área de Información, es de carácter transversal y trabajarán en forma coordinada en la medida que las actividades programadas lo requieran. El área de Educación y Capacitación servirá de apoyo para el desarrollo del Programa en la formación de recursos humanos idóneos; en el mejoramiento de las capacidades actuales; y en la sensibilización y educación sobre el tema, de la ciudadanía en general y del consumidor en particular.

En materia de Educación se apoyarán acciones en dos áreas básicas. Una, en docencia, dirigida a propiciar la internalización en la curricula de las escuelas, colegios e instituciones de la educación media y superior, del tema de la producción orgánica y de los aspectos relativos a ella, ya sea a manera de cursos o especializaciones; para esto, el Programa coordinará acciones con las instancias competentes del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes y de la universidades que muestren receptividad hacia el tema. Otra, acción estará dirigida al desarrollo e implementación de un programa permanente de educación a la ciudadanía a través de los medios masivos de comunicación, donde se sensibilice y familiarice a la población con los sistemas productivos, características, beneficios, etc., de la producción orgánica; este Programa contará con un componente destinado a incrementar la demanda por productos orgánicos mediante información dirigida a los potenciales consumidores. En ambos casos deberá concertarse con los medios una estrategia de trabajo que incluya la provisión permanente de información.

El componente de capacitación también presentará acciones en dos áreas básicas. Una, orientada principalmente al mejoramiento de los conocimientos tecnológicos y de gestión de los agentes económicos de la actividad; y otra, destinada a mejorar los conocimientos y capacidades técnicas de los profesionales y técnicos del sector, en temas referidos a la producción orgánica certificada, de tal forma que acompañen a los productores a superar las dificultades técnica en sus procesos productivos. En ambos casos, las acciones a realizar estarán acompañadas de la elaboración de material didáctico destinado a reforzar los temas y contenidos que se desean transferir. Una tarea prioritaria en el campo de la capacitación será la ejecución de un programa de información-capacitación sobre la normativa nacional en producción orgánica vegetal y pecuaria, dirigido a todos los agentes económicos, profesionales y técnicos, que de una u otra forma se vincula a la producción orgánica, con el fin de familiarizarlos con dicha normativa y facilitar el proceso de adopción y puesta en práctica de la misma.

vi) Información

A través de esta área del Programa se establecerá el Sistema Nacional de Información en Producción Orgánica (SNIPO) el cual será de carácter integral y servirá para apoyar los procesos de toma de decisiones en los diferentes niveles de la actividad. Entre la información a considerar están, entre otras: tecnología; financiamiento; experiencias exitosas; asistencia técnica; mercados, con sus características y forma de acceder a ellos; capacitaciones; ferias y eventos de interés; directorio de productores con sus referencia productivas; directorio de técnicos y ONG vinculadas al tema; agencias certificadoras; procedimientos para acceder a la certificación y; normativa orgánica, vegetal y pecuaria. Las diferentes áreas del Programa aportarán, en la medida de lo posible, la información pertinente que consideren deba ser incluida en el Sistema.

Si bien la información deberá estar disponible y accesible en una base de datos, ésta deberá llegar a los usuarios con oportunidad, en un lenguaje accesible que permita la apropiación de

la información y, en la medida de lo posible, sin que tengan que trasladarse a buscar la misma. Estos requisitos conllevan a la búsqueda de mecanismos de difusión de la información, lo cual puede ser favorecido por la existencia de diferentes formas de organización alrededor de las cuales se agrupan los productores orgánicos; por esto, las alianzas con organizaciones de diferente índole, trabajando, o relacionadas con la producción orgánica, será un elemento estratégico a considerar.

Para favorecer la demanda de los consumidores es necesario desarrollar programas de divulgación y promoción, utilizando los diferentes medios de comunicación (radiales, escritos, televisivos, otros) a nivel territorial y nacional para hacer una divulgación y promoción permanente sobre la producción orgánica. Con esta acción se pretende que tanto los consumidores, turistas, así como los productores, conozcan de las cualidades y los beneficios de la producción y consumo de los productos orgánicos. También es importante el papel que pueden jugar el MECD y MINSA a favor de la salud de los consumidores.

Dados los elevados costos que demanda el establecimiento y mantenimiento de un sistema de información como el propuesto, el Programa deberá explorar la posibilidad de incorporarse al Sistema de Información Agrícola que se viene desarrollando a través del Programa de Tecnología Agropecuaria (PTA), o en su defecto buscar recursos de la cooperación internacional.

VII. Agenda de acciones de corto, mediano y largo plazo

Con base en los lineamientos de las áreas de políticas estratégicas identificadas para el Fomento de la Producción Orgánica se han de definido una serie de acciones de corto, mediano y largo plazo que constituirán, en el tiempo, la agenda de trabajo del Programa. Estas acciones son indicativas y en ningún momento deberán constituir una limitación para el trabajo del Programa; por el contrario deberán ser complementadas con otras acciones que durante la implementación de la agenda se identifiquen y cuya incorporación permitirá potenciar los resultados.

i) Acciones en el marco de la política de desarrollo tecnológico

- Identificar las experiencias tecnológicas exitosas desarrolladas en el país, evaluarlas y sistematizarlas con el fin de que, en la medida en que sean replicables, puedan ser empleadas en otros contextos.
- Identificar potenciales “centros experimentales” para acompañar, cuando corresponda, los procesos de generación y transferencia de tecnología. En el proceso de búsqueda se deberán privilegiar los sistemas productivos de los productores.
- Establecer el Sistema Nacional de Innovación Tecnológica Orgánica (SNITO)⁹⁶ con la participación de los actores del movimiento orgánico, en las diferentes cadenas agroproductivas, y como un medio de identificación de las demandas por innovación tecnológica para la definición de una agenda nacional.
- Establecer una agenda de innovación tecnológica en los diferentes ámbitos de las cadenas productivas, fundamentada en la existencia de mercados actuales y promisorios. En esta agenda se deberá poner énfasis en el desarrollo tecnológico que de valor agregado a los productos, así como en el desarrollo de productos tropicales donde el país presente ventajas comparativas.
- Coordinar con el Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria (INTA), y cuando proceda, con el resto de instituciones públicas relacionadas con el desarrollo del sector agropecuario, la incorporación en sus agendas institucionales de la agenda tecnológica para el desarrollo de la producción orgánica.
- Coordinar con el área de educación y capacitación del Programa, las acciones necesarias para transferir los conocimientos tecnológicos que se deriven tanto de las experiencias exitosas identificadas, como de la implementación de la agenda establecida.
- Propiciar la conectividad con otros centros de desarrollo del conocimiento en producción orgánica, tanto nacional como regional e internacional, con el fin de posibilitar el intercambio de experiencias y la captura tecnológica cuando sea requerida; para esto es importante contar con un mecanismo de información, tanto de captura como de diseminación de la misma.

⁹⁶ Explorar la posibilidad de que forme parte del Sistema Nacional de Innovación Tecnológica Agrícola (SINTA)

- Formular propuestas de proyectos para acompañar la agenda establecida, la cual se presentará a diferentes instancias de cooperación para su financiamiento, así como a las instituciones nacionales vinculadas al tema en cuestión.

ii) Acciones en el marco de la política de acceso a mercados externos

- Se gestionará antes las autoridades nacionales competentes la búsqueda del reconocimiento de equivalencia de la normativa nacional en producción orgánica con la que rigen los mercados de los principales socios comerciales (reconocimiento como País Tercero).
- Se identificarán y caracterizarán a los productores orgánicos y en transición, así como a aquellos de bajos insumos que deseen transformar sus sistemas productivos, y se les proveerá la información y asistencia requerida para favorecer su acceso o posicionamiento en los mercados internacionales; o para acceder a la certificación.
- Se favorecerán las iniciativas que favorezcan el acceso de los productores al financiamiento para apoyar sus procesos de vinculación a los mercados a través de la adquisición de tecnología, la asistencia técnica, o el acceso a la certificación.
- Se promoverá la presencia de productos orgánicos nicaragüenses, así como la participación de productores nacionales, en ferias y eventos internacionales a fin de propiciar contactos comerciales y el acceso a nuevas tecnologías.
- Se desarrollará un sistema de información de mercados que sirva para apoyar la toma de decisiones de los agentes económicos, así como para la realización de estudios de mercado y oportunidades comerciales, los cuales deberán ser elaborados por el Programa.
- Se coordinará con el área de información y comunicación del Programa, las acciones necesarias para que la información sobre oportunidades comerciales y acceso a mercados sea transferida con oportunidad a los usuarios.
- Se formularán propuestas de proyectos para acompañar la agenda establecida la cual se presentará a diferentes instancias de cooperación para su financiamiento, así como a las instituciones nacionales vinculadas al tema en cuestión.

iii) Acciones en el marco de la política de desarrollo de mercados locales

- Crear, conjuntamente con las instancias competentes del Gobierno, un sello de garantía al consumidor, u otro mecanismo alternativo a la certificación, para ser empleado en la producción en transición que se comercializará en los mercados locales. Dicho mecanismo no deberá representar costo alguno a los productores.
- Realizar una investigación de mercado para identificar los gustos, preferencias y deseos de los consumidores actuales y potenciales de productos orgánicos. Dicho estudio deberá ser lo más comprensivo posible; deberá trascender a los consumidores actuales de los principales puntos de ventas existentes en Managua, y deberá determinar la potencial demanda proveniente de las instituciones del Estado: sector Turismo, Salud, Educación, Sistema Penitenciario, u otras instituciones que demanden alimentos.

- Identificar y caracterizar a los productores orgánicos y en transición, así como a aquéllos de bajos insumos que deseen transformar sus sistemas productivos, con el fin de dimensionar la magnitud, diversidad, calidad y frecuencia de oferta potencial destinada a los mercados locales.
- Con base a los resultados obtenidos de las acciones de los numerales 2 y 3, diseñar una estrategia de apertura de mercados y puntos de venta, en diferentes partes del país.
- Gestionar ante las autoridades responsables del manejo de los mercados de alimentos, en los ámbitos nacional, regional y local, la asignación de espacios físicos diferenciados para la venta de productos orgánicos certificados y en transición (ver numeral 4). El precio de estos productos se regirá por lo que establezca el mercado de productos convencionales y deberán garantizar al consumidor su condición de certificado o en transición.
- Diseñar una estrategia de educación e información al consumidor actual y potencial de productos orgánicos en concordancia con la estrategia de apertura de mercados locales definida en el numeral 4. Debe señalarse sobre los potenciales riesgos que existe por la actividad orgánica al desarrollar un proceso de educación e información al consumidor sin contar con una oferta productiva que responda a sus expectativas generadas.
- Favorecer el acceso de los productores orgánicos certificados y en transición, así como de los de bajos insumos, a la información, a la asistencia, al financiamiento y a los servicios requeridos para su acceso y/o posicionamiento en los mercados locales.

iv) Acciones en el marco de la política de incentivos y financiamiento

- Analizar, sin contravenir los tratados económicos y comerciales suscritos por el país, opciones de posibles incentivos para el fomento de la producción orgánica; entre éstos podrán considerarse los siguientes: la exoneración de ciertos impuestos nacionales, municipales, de importación de insumos y/o equipos, de exportación y, de la renta; el otorgamiento de bonos ambientales para la actividad que compense a los productores orgánicos por su contribución con la preservación del medio ambiente y; el establecimiento de seguros de cosechas, entre otros. Estas posibilidades no son limitativas ni excluyentes y podrán considerarse otras opciones que a juicio del Programa presenten posibilidades de constituirse en incentivos.
- Gestionar antes las autoridades competentes del Gobierno la posibilidad de que las instituciones del Estado, que por la naturaleza de sus actividades, requieren de la compra de alimentos otorguen preferencia a la adquisición de productos orgánicos bajo igualdad de condiciones de precios, calidad y servicios. Entre las instituciones a priorizar están: las del sector Educación, a través de las escuelas y colegios del país; las del sector Salud, a través de los hospitales; las del Sistema Penitenciario, para el abastecimiento de las cárceles y; las de las fuerzas armadas y policiales, para el abastecimiento de sus cuarteles.
- Promover el establecimiento de un mecanismo de financiamiento preferencial para el fomento de la producción orgánica certificada, que reconozca las particularidades de la actividad; que sirva para apoyar sus procesos de vinculación a los mercados a través de la adquisición de tecnología y la asistencia técnica; y que apoye el acceso de los productores a la certificación.

- Identificar las fuentes de financiamiento, nacionales e internacionales, a las que pueden acceder los productores y agentes económicos nicaragüenses para el desarrollo de sus actividades, y poner a disposición de los potenciales usuarios a través del Sistema Nacional de Información en Producción Orgánica (SNIPO)⁹⁷, la información pertinente que permita acceder a las mismas. Entre estas fuentes deberán considerarse las actuales fuentes de financiamiento de instituciones, programas y proyectos de financiamiento y asistencia técnica que se manejan en el país.

v) Acciones en el marco de la política de educación y capacitación

- Coordinar con las instancias competentes del MECD, la inclusión del tema de la producción orgánica en los programas de las escuelas y colegios, preferentemente de las zonas rurales. La eventual inclusión de esta temática implicará el diseño y desarrollo de un programa de capacitación para los maestros y profesores responsables del dictado de los cursos.
- Coordinar con las instancias competentes de las instituciones de la educación media y superior, la introducción en el currículo de sus instituciones de cursos o especialidades relativos a la producción orgánica.
- Diseñar una “estrategia de prensa” dirigida a sensibilizar y educar en forma sostenida a la ciudadanía en el tema de la producción orgánica.
- Diseñar una estrategia de información y educación de los consumidores, actuales y potenciales, dirigida a incrementar la demanda por productos orgánicos.
- Diseñar un programa de capacitación básica e integral en materia de producción orgánica, dirigido a productores(as) de bajos insumos que muestren interés en transitar hacia la producción orgánica.
- Identificar las necesidades más sentidas en capacitación por parte de los productores, tanto certificados como en transición, y diseñar un programa que dé respuesta a esas necesidades.
- Diseñar e implementar un programa de capacitación en producción orgánica dirigido a los profesionales y técnicos del sector agropecuario, con el fin de familiarizarlos con el tema y que se constituyan en agentes de apoyo y multiplicadores en las regiones.
- Diseñar e implementar un programa de información–capacitación sobre la normativa que rige la producción orgánica, tanto vegetal como animal, dirigida a los agentes económicos de la actividad, así como a los profesionales y técnicos del sector agropecuario.
- Formular propuestas de proyectos para acompañar la agenda establecida la cual se presentará a diferentes instancias de cooperación para su financiamiento, así como a las instituciones nacionales vinculadas al tema en cuestión.

⁹⁷ Explorar las posibilidades de que el SNIPO forme parte del sistema de información del Programa de Tecnología Agropecuaria (PTA), que se viene implementando en el país

vi) Acciones en el marco de la política de información

- Diseñar y poner en funcionamiento el Sistema Nacional de Información en Producción Orgánica (SNIPO) como mecanismo de apoyo a la toma de decisiones en los diferentes ámbitos de la actividad. Éste será de carácter integral y deberá contener, entre otros, la siguiente información: tecnología; financiamiento; experiencias exitosas; asistencia técnica; mercados, con sus características y forma de acceder a ellos; capacitaciones; ferias y eventos de interés; directorio de productores con sus referencia productivas; directorio de técnicos y ONG vinculadas al tema; agencias certificadoras; procedimientos para acceder a la certificación y; normativa orgánica, vegetal y pecuaria. Las diferentes áreas del Programa aportarán, en la medida de lo posible, la información pertinente que consideren deba ser incluida en el Sistema.
- Diseñar mecanismos de difusión y entrega de la información para que ésta llegue con oportunidad y en un lenguaje accesible a los usuarios y productores. En este caso las alianzas con organizaciones de productores orgánicos deberá ser considerada.

Bibliografía consultada

Amador, M.; Valdés, H. García, J. 2002. Tendencias del mercado orgánico mundial, con énfasis en café orgánico. *Acta Académica* 30. Costa Rica. 20 p.

Amador, M.; Soto, C. 2001. Aproximación a las tendencias de la comercialización de los productos orgánicos en Centroamérica. El caso de Nicaragua. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).

Agenda de políticas del sector agropecuario y forestal, Gobierno de Nicaragua, Ministerio Agropecuario y Forestal; Abril 2002. Propuesta sujeta a revisión.

Aguirre, J. A. 2003. Mercado y Consumo de Productos Agrícolas Orgánicos en Costa Rica y Nicaragua: Problemas Similares. The School for Field Studies. Center for Sustainable Development. Borrador versión 01 en Revisión.

Arze, J. 2001. El mercado internacional de productos orgánicos: la producción y el consumo mundial. *Comunica IICA* 5 (17). Costa Rica.

Banco Central de Nicaragua. 2002. Informe Anual 2002. Managua, Nicaragua.

FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación) 2001b. Los mercados mundiales de frutas y verduras orgánicas. Oportunidades para los países en desarrollo en cuanto a la producción y exportación de productos hortícolas orgánicos. Centro de Comercio Internacional (CCI), Centro Técnico para la Cooperación Agrícola y Rural (CTA), Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). Roma, Italia. 334 p.

FAS-USDA (Foreign Agricultural Service-United States Department of Agriculture). 2003a. Guatemala Organic Products Vegetables 2002. Foreign Agricultural Service, GAIN (Global Agriculture Information Network) Report # #GT2003.

FAS-USDA (Foreign Agricultural Service-United States Department of Agriculture). 2003a. Nicaragua Coffee Situation. Foreign Agricultural Service, GAIN (Global Agriculture Information Network) Report # NU3003.

FAS-USDA (Foreign Agricultural Service-United States Department of Agriculture) 2003. United Kingdom Organic Products Market Brief 2003. Foreign Agricultural Service, GAIN (Global Agriculture Information Network) Report #UK3006.

FAS-USDA (Foreign Agricultural Service-United States Department of Agriculture) 2003. Nicaragua Livestock and Products Report 2003. Foreign Agricultural Service, GAIN (Global Agriculture Information Network) Report # NU3003.

García, J. 2002. Situación actual y perspectivas de la agricultura orgánica y su relación con América Latina. *Manejo Integrado de Plagas y Agroecología* (Costa Rica) No. 64 p .116–124.

García, J. 2002. La agricultura orgánica en Costa Rica. EUNED. Costa Rica.

Greene, C. Dimitri, C. 2003. Organic Agriculture: Gaining Ground. Amber Waves. USDA's Economic Research Service.

Greene, C. Kremen, A. 2003. U.S. Organic Farming in 2000-2001: Adoption of Certified Systems. U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service, Resource Economics Division, Agriculture Information Bulletin No. 780.

Goewie, E. 2002. Producción orgánica: ¿que es? Universidad de Wagenigen. Holanda.

GPAE 2003. Plan Estratégico. Proporcionado por secretariado ejecutivo del GPAE.

Gudynas, E. 2003. Producción orgánica en América Latina: crecimiento sostenido con énfasis exportador. Observatorio del Desarrollo. Marzo 5 del 2003.

Datos del Banco Mundial y Encuesta de Medición de Nivel de Vida INEC 2001.

Hinojosa, V. 2003. Comercialización y certificación de cacao y banano orgánico en las comunidades indígenas de Talamanca, Costa Rica. Tesis Mag. Sci. CATIE. Costa Rica. 80 p.

Lutterbeck, B. 2001. Más sano y con sabor más natural: ¿quiénes compran alimentos orgánicos y por qué? Revista COMUNIICA IICA. 5 (17).

INEC. 2001. Censo Nacional Agropecuario (CENAGRO). Instituto Nicaragüense de Estadísticas y Censo. Managua, Nicaragua.

Nova, A. 2003. La producción y el mercado de los productos orgánicos en el mundo 2000-2005. Centro de Estudios de la Economía Cubana. La Habana, Cuba.

PROCOMER (Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica) 2001. Productos orgánicos: una alternativa. Enlace Mundial 4(5): 6-8, 10-11.

Pomerleau, T. 1999. Agricultura orgánica Honduras. Estudio de factibilidad técnica. Producción y comercialización de hortalizas orgánicas en el área metropolitana de Honduras. PAGS/UAP/ACDI. Tegucigalpa, Honduras. 96 p.

Sanchez, R. 2002. La agricultura orgánica: situación mundial y perspectivas.

SICA/CCAD/IICA. 2001. Proyecto de fomento de la producción orgánica en Centroamérica y desarrollo de sus mercados. San José, Costa Rica. 20 p.

Twyford-Jones, P. Doolan, R. 1998. The international market for organic food. Rural Industry Business Services. Department of primary industries. Queensland, Australia. Information Series Q I 97129.

Yussefi, M. Willer, H. 2004. The world of organic agriculture. Statistics and future prospects. 6 th. Edition. SOEL/ BIOFACH/FIBL/IFOAM. 128 p.

Zamora, J. 1997. Situación de la agricultura orgánica certificada, en Nicaragua;/Octubre 1996. Servicio de Información Mesoamericano para la Agricultura Sostenible (SIMAS). Managua, Nicaragua.

Fuentes electrónicas consultadas

Regulaciones y Normas en la Producción Orgánica

Codex alimentarius. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.
<http://www.codexalimentarius.net/>

Para informaciones pormenorizadas sobre los reglamentos que regulan las exportaciones y el etiquetado de productos alimentarios orgánicos de la Comunidad Europea. http://europa.eu.int/eur-lex/es/lif/dat/1991/es_391R2092.html

Detalle de las normas orgánicas aplicadas en los principales países importadores de Europa y EE.UU. <http://www.organic-research.com/Law&Regs/legislation.htm>

Insumos químicos permitidos en producción orgánica www.coleacp.org

Documento relacionado a los estándares internacionales de la IFOAM
http://www.ifoam.org/standard/ibs_draft2_2002_nocor.html#8

Este sitio es el Programa nacional de productos orgánicos de EE.UU. Información sobre regulaciones, normas, políticas y otros temas de interés para los consumidores.
<http://www.ams.usda.gov/nop/>

Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica
www.ifoam.org

Información sobre la situación de la producción orgánica certificada a nivel mundial.
<http://www.organic-europe.net>. http://www.soel.de/inhalte/publikationen/s_74_03.pdf
http://www.soel.de/inhalte/oekolandbau/international_weltweit_infos.html

FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación) 2001a. Agricultura orgánica. Datos por países.
<http://www.fao.org/organicag/frame6-s.htm>

Los reportes del Departamento de Agricultura de EE.UU. sobre producción orgánica
www.fas.usda.gov/agx/organics/attache.htm

En este artículo se abre una discusión acerca de la inocuidad de los productos ganaderos orgánicos.
<http://www.revistainterforum.com/espanol/articulos/071501Naturalmente.html>

Sitio con artículos y noticias de interés en cuanto a sanidad agropecuaria.
<http://www.elsitioagricola.com/gacetillas/senasa/senasaindice.asp>

Sitio de interés sobre regulaciones, mercados y productos orgánicos.
www.organicstandard.com

Mercados y comercialización

Sitios que brindan información de mercados y comercialización de productos orgánicos

Mercado y Precio Organic Perspectives www.fas.usda.gov; www.agendaorganica.cl; www.organicnicts.com

Reportes por países de la Foreign Agricultural Services del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos sobre el mercado de productos orgánicos.

www.fas.usda.gov/agx/organics/attache.htm

www.fas.usda.gov/agx/organics/organics.html

Es un sitio especializado en oferta, demanda y precios de los principales productos orgánicos en el mundo.

www.organicmonitor.com

Organic Trade Association, Asociación de comercio orgánico

www.ota.com

Situación del mercado mundial, www.intracen.org/mds/sectors/organic/welcome.htm

www.intracen.org/mds/sectors/organic/welcome.htm; www.agricta.org

Documentos de la FAO especializados en el tema del comercio y producción orgánica

www.fao.org/icatalog/inter-e.htm

www.fao.org/organicag/faodoc-e.htm

Un estudio de la FAO que invita a fomentar el mercado de los alimentos orgánicos y suministra datos, consejos y advertencias: www.fao.org/organicag/default-s.htm

Centro de investigaciones orgánicas de mercado y comercialización

<http://www.organic-research.com>

Documento e PDF acerca de los mercados internacionales de productos orgánicos.

<http://www.dpi.qld.gov.au/extra/pdf/organicinternationalmarket.pdf>

Este sitio contiene links en agronegocios y algunas actualidades del mercado orgánico.

<http://www.agroterra.com/directorio/resultados.asp?CatID=20&SubCatID=79>

Tendencias de los consumidores de productos orgánicos.

http://www.organicconsumers.org/organic/organic_growth.cfm

Documento actual sobre la producción ecológica de frutos tropicales para conquistar los mercados de exportación de los países industriales. En un informe detallado se parte del supuesto de que en los próximos cinco años a diez años habrá un crecimiento anual del 10-30%. Sin embargo, los países en desarrollo se ven actualmente confrontados a una serie de dificultades para poder satisfacer las exigencias de los países importadores. Por ello, y así se recomienda, los países en vías de desarrollo deberían crear programas de control de la calidad y la seguridad de los alimentos para corresponder a las exigencias legales y de mercado. El estudio completo, de 330 páginas, está disponible en esta dirección en Internet.

http://www.unctad.org/en/docs/ditccom20032_en.pdf

Información sobre ganadería orgánica y sus productos

Artículo sobre la eficiencia de un modelo de leche orgánica en un centro de investigación en Argentina.

<http://rafaela.inta.gov.ar/anuario1999/p59.htm>

Producción de leche orgánica en Nueva Zelanda. Toca temas relacionados de la certificación, mercados y aspectos básicos para la producción

http://www.biogro.co.nz/files/dairyguide_oct01.pdf

Enlace de una finca que produce productos lácteos orgánicos en Argentina.

<http://www.organico.com.ar/1fenix.html>

<http://www.organicmilk.org/> éste es un enlace de la Alianza de productores de productos orgánicos del noreste de USA. También contiene algunos sitios de Interés <http://www.organicmilk.org/links.html> relacionados al mismo tema.

Pequeño artículo relacionado con el nicho de los productos lácteos, y sus beneficios nutricionales. Además también existen algunos links acerca de diversos productos.

http://www.newhope.com/nfm-online/nfm_backs/May_99/organicdairy.cfm

Estas son las normas sanitarias para la instalación de plantas para el procesamiento de productos lácteos en general de OIRSA.

<http://ns1.oirsa.org.sv/DI07/Di0703/Di070305/Di07030505/NTON-03-024-99.htm>

Enlace electrónico de Ecuador, con algunas referencias de desarrollo de mercados de carne orgánica.

<http://www.sica.gov.ec/agronegocios/Biblioteca/Ing%20Rizzo/ganaderia/principal.htm>

Este documento contiene en forma resumida un análisis de la producción orgánica tanto vegetal como animal en Argentina.

http://www.sagpya.mecon.gov.ar/00/index/publicaciones/prod_organica/introduccion.pdf

<http://www.veeru.reading.ac.uk/organic/> Este link de la Universidad de Reading, Inglaterra presenta un foro para debate en la producción animal orgánica auspiciado por Network for Animal Health and Welfare in Organic Agricultura. Tiene direcciones sobre algunas instituciones europeas que están haciendo investigación en el tema y la realización de cuatro talleres que están en el siguiente enlace:

<http://www.veeru.reading.ac.uk/organic/events.htm> .

Primera conferencia global y virtual sobre producción de ganado orgánico, realizada en Brasil entre los meses de septiembre y octubre del año 2002. Contiene los documentos en PDF de las conferencias.

<http://www.conferencia.uncnet.br/pantanal/index.php?lin=en>



FRUTOS DE CHILTOMA (Foto: Darwin Granda, IICA Nicaragua)

APÉNDICES Y ANEXOS



FRUTOS DE TOMATE (Foto: Darwin Granda, IICA Nicaragua)

Apéndice 1

El café orgánico certificado en Nicaragua

1. Introducción.

La caficultura nacional está pasando por una severa crisis en la actualidad, la cual ha sido generada en parte por la sobreoferta de este producto a nivel internacional proveniente de países tradicionalmente productores como Brasil, y por la incursión de otros nuevos como es el caso de Vietnam; esta sobreoferta ha incidido en una baja sustantiva en el nivel de precios internacionales con repercusiones serias en los ámbitos social y económico del país las cuales parecen irreversibles⁹⁸.

La caída en los precios⁹⁹ y en la producción¹⁰⁰, el incremento en el desempleo de más de 50,000¹⁰¹ campesinos, la baja en la rentabilidad, en la calidad y en los rendimientos, así como el incremento de las deudas cafetaleras, son algunos rasgos que caracterizan esta situación y que hacen que la actividad no sea garante de financiamiento y crédito por parte de la banca privada.

Ante esta situación y en la intención de contrarrestarla, el Gobierno ha tomado una serie de acciones de políticas entre las que destacan la reconversión y diversificación de las plantaciones cafetaleras, el refinanciamiento de las inversiones, la reconversión tecnológica, la comercialización, la promoción de la calidad y del valor agregado, así como el fortalecimiento institucional¹⁰².

En el contexto señalado, la producción de café orgánico ha emergido como una opción importante no sólo en el ámbito de la producción orgánica, sino también como una alternativa a la crisis cafetalera. El café orgánico certificado constituye actualmente el rubro líder entre los rubros de producción orgánica; comprende el 83% del total de área certificada actualmente bajo producción vegetal, el 87% de las áreas en transición y genera el 89% del total de los ingresos anuales. Entre agosto del 2002 y septiembre del 2003 este estudio contabilizó las exportaciones de café orgánico certificado superior a los US\$7 millones.

2. Superficies y productores certificados

La superficie de café certificado hasta septiembre del año 2003 se contabilizó en 14,615.9 hectáreas de las cuales el 70% se encuentran certificadas y 30% en transición, esto representa el 12.6% del total de áreas de café cultivadas en el territorio nacional¹⁰³ (Cuadro 1).

⁹⁸ Información basada en la Agenda de políticas del sector agropecuario y forestal. MAGFOR 2002 y USDA GAIN report # NU3003. 2003.

⁹⁹ Los precios desde 1993 al 2003 se han mantenido entre US\$40 a 72 /qq oro, con un promedio de US\$60.

¹⁰⁰ La cosecha estimada del ciclo 2001/2002 fue de 895 854 qq; en el ciclo 2002/2003 fue de 830 839 qq y para el ciclo 2003/2004 se esperan 623,128 qq (USDA. GAIN report # NU3003. 12 de mayo del 2003).

¹⁰¹ La caficultura nacional brinda empleos temporales a más de 100,000 campesinos y a más de 280,000 de manera permanente. En la actualidad esto representa el 32% de la fuerza laboral agrícola y el 13% de la fuerza laboral total del país.

¹⁰² Agendas de Políticas del Sector Agropecuario y Forestal 2002.

¹⁰³ Se estimó por medio de Sistemas de Información Geográfico en 116 242.32 ha. La exactitud fue de 85 al 90%. MAGFOR 2002.

Cuadro 1. Total de superficies certificadas y en transición por agencia certificadora

Estado del café	Superficie (ha)		Total (ha)
	Certificado	Transición	
Total (ha)	10282.27	4333.63	14615.90

Fuente: BIO LATINA 2003; Ocia 2003, CBI-COMPROCOM 2003; IICA-INTA 2004

La mayor cantidad de superficie de café orgánico certificado se encuentra en la región norte del país¹⁰⁴, y en menor proporción en el centro y otras regiones, ésta representa más del 80% del total de áreas certificadas y en transición del país (Cuadro 2).

Cuadro 2. Proporción de superficies de café orgánico certificado por regiones del país

Regiones	Las Segovias	Centro Norte	Centro Sur	Isla de Ometepe	Pacífico Norte	Pacífico Sur	Total
hectáreas	5,610.5	2,752.0	1,757.7	91	43.4	27.7	10,282.27
% Superficie	54.6	26.8	17.1	0.9	0.4	0.3	100.0

Fuente: Elaboración IICA - INTA 2003

Más del 85% de los productores orgánicos certificados y en transición en todo el país están dedicados a esta actividad (Cuadro 3), manteniendo en promedio de 3 hectáreas de café orgánico por finca certificada. Debe destacarse también que el café orgánico certificado proviene de fincas o sistemas completos que han sido certificados, pero que solamente están explotando bajo la condición de orgánico el 27% de sus áreas, dedicando el resto, equivalente a 13,101.7 hectáreas, para el desarrollo de otros rubros con destino al mercado convencional.

Lo anterior sugiere que estos productores pueden incrementar considerablemente los ingresos provenientes de sus explotaciones si aprovecharan mejor la condición orgánica de las mismas, así como sus ventajas turísticas y agroecológicas, ya que existen una serie de rubros como plantas aromáticas, flores y follajes, musáceas y otros, que muestran potencial de exportación, pero que no se comercializan por falta de conocimiento e información sobre los nichos de mercado externos demandantes de estos productos.

Cuadro 3. Cantidad de productores y fincas de café orgánico certificados

	Productores	Fincas	ha
Total	3,579	3,339	10,282.27

Fuente: Elaboración IICA-INTA 2003

¹⁰⁴ Las Segovias (Estelí, Madriz, Nueva Segovía); Centro Norte (Jinotega, Matagalpa); Centro Sur (Boaco, Chontales); resto del país (Léon, Carazo, Isla de Ometepe).

3. Beneficiado

El beneficio del café es la transformación que sufre el producto antes de salir al mercado. Para cumplir con las normas de certificación orgánica es necesario que los beneficios convencionales realicen ciertas inversiones en infraestructura adicional para adaptar las condiciones del proceso a las normativas de la actividad, entre éstas: patios de secado y bodegas. Normalmente los que procesan café orgánico son beneficios convencionales de empresas comercializadoras, o ligados a ellas, que con relativa facilidad pueden asumir estos costos adicionales. En la actualidad existen más de seis beneficios que cumplen con las normas y poseen su sello de certificación¹⁰⁵, sin embargo, debe señalarse que gran parte de su capacidad instalada se encuentra subutilizada, debido a problemas como falta de frecuencia y volumen de parte de los productores (cooperativas, asociaciones, productores individuales), así como las programaciones realizadas para tal actividad.

4. Producción y comercialización

El rendimiento del café orgánico¹⁰⁶ está sujeto a diferentes factores de orden técnico, así como socioeconómicos y fisiológicos del cultivo. En cuanto a los factores de orden técnico, la actividad se enfrenta a una mayor resistencia de plagas y enfermedades, a la falta de material vegetativo adecuado (ej. variedades), a la baja nutrición y fertilidad en los suelos altamente degradados, así como a la escasez de mano de obra, y algunas veces a la falta de condiciones edafoclimáticas óptimas en la que están ubicadas ciertas plantaciones.

Asimismo, el café viene arrastrando algunos problemas de orden socioeconómico que históricamente ha presentado el café convencional, como son las deudas bancarias, la falta de incentivos y las garantías para préstamos bancarios, entre otros. Una buena parte del café orgánico actual proviene de sistemas de manejo convencional, lo que causa un estrés fisiológico del cultivo en el período de transición del sistema, resultando en algunos casos es un bajo rendimiento temporal; no obstante, para aquellas plantaciones que comienzan con manejo orgánico desde el vivero, el café mantiene cosechas aceptables, dependiendo de la variedad utilizada¹⁰⁷.

A pesar de las limitaciones mencionadas en la producción de café orgánico certificado, las organizaciones de productores, las comercializadoras y algunas ONG han cubierto parte de las necesidades de los productores en materia de asistencia técnica, financiamiento, control interno de calidad y volumen, gastos de certificación y sobre todo la comercialización de su producción. Este constante apoyo ha sido el motor que ha permitido que el café orgánico certificado mantenga un crecimiento positivo.

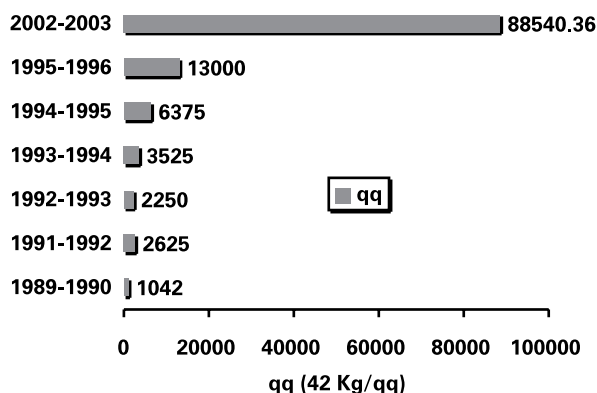
Datos de 1996 muestran que durante el ciclo 1989–1990 hasta el ciclo 2002–2003, el incremento de la producción ha venido creciendo a un ritmo de 100% anual (figura 1).

¹⁰⁵ Actualmente sólo existe un beneficio especializado en café orgánico (Beneficio Belén, Ocotal); los demás beneficios también prestan servicios a café convencional.

¹⁰⁶ En el país es muy poca la investigación en este sentido, y que sea de fácil acceso.

¹⁰⁷ Es conocido por los productores que el comportamiento del café está determinado, entre otros factores, por la variedad utilizada; por citar algunas las variedades paca, catimor y mundo novo son más resistente que otras como caturra, borbón y catuí.

Figura 1. Incremento de quintales café orgánico certificado 1989–2003



Fuente: Zamora 1996/Elaboración IICA-INTA 2003

La producción de café orgánico oro (qq/oro) se calcula en base a las estimaciones de cosecha que dan los productores a las agencias certificadoras, la cual está basada en rendimientos conservadores en promedio de 10 qq/mz. De obtenerse la exportación total de esta producción (88,540 qq) se obtendría más de 10.5 millones de dólares al final del año 2003¹⁰⁸. Sin embargo, a septiembre del 2003 de acuerdo a declaraciones de los productores, sólo se habían comercializado en el mercado internacional 58,351.22 qq de café oro equivalente al 66% de la producción estimada (cuadro 5).

Cuadro 5. Producción e ingresos percibidos por concepto de café orgánico certificado¹⁰⁹

ha	Producción qq	qq/ha Comerc.	Ingresos
10,282.27	58,391.22	5.7	7,006,946.40

Fuente: BIO LATINA 2003; OCIA 2003, CBI-COMPROCOM 2003; Elaboración IICA-INTA 2004

La falta de colocación de café en el mercado internacional podría estar obedeciendo a dos factores estrechamente relacionados; por un lado, a que la comercializadora todavía no ha encontrado un mercado donde posicionar este producto y, por otro, a que los productores necesitan liquidez para atender sus necesidades productivas y personales por lo que no pueden acompañar estos tiempos y se ven obligados a colocarlos en el mercado nacional, vendiéndolo al precio convencional.

La forma en que se comercializa el café responde básicamente a tres dinámicas. En primera instancia muy pocas organizaciones como cooperativas o asociaciones tienen el control tanto en el proceso de producción, beneficiado y comercialización directa. En este caso se tiene a CECO-CAFEN, SOPPEXCA, PRODECOOP (afiliados a CAFENICA¹¹⁰), PROCOCER R.L. y otros que hacen

¹⁰⁸ De acuerdo con el CETREX las exportaciones del café oro al finalizar el ciclo 2003 se contabilizaron en US\$87,146,980, lo que indicaría que el café orgánico certificado representó alrededor de un 10% de este valor.

¹⁰⁹ Los ingresos se cuantificaron usando un promedio conservador del precio recibido por quintal de café orgánico (US\$120.00/qq). De acuerdo con las encuestas los precios oscilan entre US\$90 a 180/qq oro, por lo tanto el sobreprecio oscila entre 20 y 180%.

¹¹⁰ Asociación Nicaragüense de Cooperativas de Pequeños Productores de Café.

estas actividades con sus productores afiliados. Este tipo de organización permite mayor control de la producción por medio de controles internos y la seguridad de tener volumen de producción y calidad constantes; además de los canales directos de comercialización con los compradores.

Otra de las formas de comercialización lo presentan algunas cooperativas y asociaciones que dan a beneficiar su producto y luego lo comercializan por sus propios medios. En este caso cuentan con el apoyo de algunas ONG que se encargan de hacer los contactos con los compradores para estos productores, u otras ONG que sólo prestan sus oficinas y el personal administrativo como apoyo

En el resto de los casos, las cooperativas, asociaciones y productores independientes que sólo llegan hasta la etapa de producción, tienen que entregar su cosecha de café a algunas comercializadoras. La mayoría de estas comercializadoras se iniciaron al igual que muchos productores con café convencional y muy pocas se han iniciado específicamente con la práctica orgánica. Parte de las actividades de algunas comercializadoras ha sido certificar por medio de agencias extranjeras algunas cooperativas y asociaciones, para asegurar su producto en algunos mercados europeos. Estos costos son asumidos por las comercializadoras y luego pagados con cosecha por parte de los productores.

Apéndice 2

La producción bovina orgánica en Nicaragua¹¹¹

En el año 2000 el comercio global de carne orgánica se estimó en 800 millones de dólares, y en el año 2001 la industria lechera y sus derivados alcanzaron ventas cercanas a los US\$1,300 millones. Los incrementos anuales en la demanda de carne orgánica se ubican alrededor del 20%, porcentaje ligeramente inferior al de los productos de origen vegetal; siendo la Unión Europea, EE.UU. y Japón los principales importadores de pequeñas cantidades de terceros países¹¹². Los principales países exportadores han sido Australia y Argentina, los cuales han entrado en algunos de los mercados mencionados. La mayor superficie bajo manejo orgánico, en estos dos países, es dedicada a la ganadería de carne vacuna y lanar¹¹³.

En Nicaragua la industria vacuna continúa siendo una de las actividades agropecuarias más productivas. En el año 2002 se exportaron a Centroamérica, EE.UU. y México 30,144 TM¹¹⁴, que generaron aproximadamente US\$73.7 millones, cifra que sólo el café superó. Se espera que el crecimiento que hasta la fecha trae la industria cárnica baje por la falta de políticas en apoyo de los productores, la poca asistencia técnica y las altas tasas de interés de los bancos privados. Por esta razón el mercado de carne orgánica certificada se presenta como una alternativa más para la ganadería nicaragüense, en búsqueda de mejores oportunidades de mercado y condiciones.

Como parte de los esfuerzos por fortalecer la estrategia de desarrollo rural, la Comisión Nacional Ganadera de Nicaragua (CONAGAN) y la Liga de Cooperativas de los Estados Unidos (CLUSA), han propiciado el desarrollo de una iniciativa tendiente a favorecer el desarrollo de la producción pecuaria orgánica certificada.

Con el respaldo del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), a través del Proyecto EPAD, y con los servicios de la agencia certificadora argentina Organización Internacional Agropecuaria (OIA)¹¹⁵, han iniciado un proceso de inspección de fincas en los Departamentos de Rivas, Chontales, Boaco, Nueva Segovia y Matagalpa (especialmente en el Municipio de Matiguás) con el fin de verificar si dichas áreas reúnen las condiciones para iniciar la fase de transición hacia la certificación.

¹¹¹ La información se basa en las siguientes fuentes: MAPO 2002. La producción orgánica en la Argentina/ INEC. 2001. Censo Nacional Agropecuario/ Boland, M. Boyle, E. Lusk, C. 1999. Economic Issues with Natural and Organic Beef, Kansas State University/ USDA. 2003. Nicaragua Livestock and Products Report 2003. Gain Report # NU3004.

¹¹² Es necesario considerar las legislaciones y regulaciones que tanto la Unión Europea, EE.UU. y el Japón han creado para la introducción de carne orgánica certificada en sus países, las cuales son diferentes en cuanto a trámites, definiciones, acreditaciones, entre otras.

¹¹³ El 90 y el 80% de la superficie total de áreas certificadas pertenece a producción vacuna y lanar en Argentina y Australia, respectivamente. En total estos dos países superan las 10,000,000 hectáreas.

¹¹⁴ Toneladas Métricas.

¹¹⁵ OIA es una empresa certificadora que cuenta con acreditación de los gobiernos de EE.UU., Brasil, Argentina, Japón y Unión Europea; adicional a la certificación de actividades agrícolas y ganaderas, OIA ha sido acreditada por el Gobierno británico para trabajar en el área de pesca de captura, y por el Gobierno argentino, en la trazabilidad de granos básicos y leche. En este último producto, certifican alrededor del 20% de la producción láctea argentina, es decir unos 4.5 millones de litros de leche al día. OIA Tiene oficinas en los EE.UU., Sao Paulo y Buenos aires. (Revista El Ganadero, CONAGAN, Volumen 1, Número 2 Julio/Agosto 2003).

Entre los objetivos de esta iniciativa se tienen los siguientes:

1. Gestionar y fomentar la exportación de carne, lácteos¹¹⁶ y otros productos de origen pecuario con certificación orgánica a los mercados externos.
2. Diseñar, organizar y ejecutar un Sistema de Control Interno (SCI) sostenible, que se encargue de la gestión y seguimiento de la certificación orgánica de la producción pecuaria de 43 fincas ganaderas en Nicaragua, con técnicos locales y, con asesoría de y supervisión de la OIA.
3. Conformar el SCI manejado por productores o delegados de éstos, para que una vez capacitados durante el primer año de gestión, den seguimiento de manera continua a la certificación de su producción pecuaria.

Para la inspección de las fincas se han tomado en cuenta las normas que rigen la actividad pecuaria orgánica, destacándose entre los requerimientos aspectos como la no utilización de productos químicos sintéticos durante los últimos tres años, la no utilización de transgénicos en la alimentación del ganado y, la utilización de productos naturales en la alimentación y tratamiento de los animales, entre otros; asimismo, se ha tomado en cuenta el aspecto genético, así como la adaptación de los animales a las condiciones que se les proporciona (lugar, clima y otros). Según autoridades de CONAGAN, aunque existe entusiasmo en los productores por este tipo de actividad, es necesario contar con el apoyo del Gobierno a fin de potenciar los resultados del programa.

La supervisión de las áreas¹¹⁷ ya se realizó y se contabilizaron un total de 43 fincas involucradas, las que suman un total de 13,867.4 hectáreas cuyas pasturas fueron certificadas como orgánicas. Sin embargo, respecto a la certificación de la producción animal, de acuerdo con OIA se encontraron algunas no conformidades en el manejo del ganado, por lo cual las 8205 reses¹¹⁸ que involucran estas fincas (0.3% del total del hato nacional) están en proceso de transición, hasta que no sean corregidas las no conformidades antes de la próxima inspección.

Entre las no conformidades se mencionan la falta de registros (identificación de vacas y terneros, lista de productos veterinarios restringidos), así como la alimentación del ganado en base a productos no orgánicos. Los principales obstáculos que se consideran en el proceso de certificación son el uso de pesticidas en lugar de productos alternativos naturales para la salud animal, la no existencia de áreas de control de parásitos internos y externos y, la falta de un sistema preventivo para evitar contaminación y contagios¹¹⁹.

En el proceso de inspección de mataderos, sólo el matadero Nuevo Carnic cumplió con toda la reglamentación para la certificación, y se posicionó como el primer operador de producción bovina orgánica certificada del país. Este reciente proceso de inspección y certificación¹²⁰ de pasturas y del Matadero Nuevo Carnic le cambió el balance actual a la producción orgánica certificada del país, la cual hasta la fecha había sido liderada por la agricultura y la apicultura. Con la certificación de las áreas de pasturas se estableció una paridad importante en el área dedicada para ambos segmentos (pecuario y agrícola).

¹¹⁶ La producción total de leche se incrementó aproximadamente de 160 millones de litros en 1994 a 240 millones de litros en el 2002, para un promedio anual de incremento del 4.7%.

¹¹⁷ De las 7,505,417 ha agropecuarias que tiene el país, aproximadamente el 33% corresponde a pastos naturales y un 15% a pastos mejorados. INEC 2001.

¹¹⁸ Algunas razas son Pardo Suizo, Brahman, Reyna, entre otras

¹¹⁹ Revista El Ganadero, CONAGAN, Volumen 1, Numero 2 Julio/Agosto 2003

¹²⁰ La certificación extendida por OIA tiene un costo que oscila entre US\$200 y US\$400 por finca; una vez que la finca está certificada, el ganadero debe desarrollar un sistema de rotación de pastos y crear un sistema de reforestación que incluya la plantación de árboles como el cacao, cuya cáscara puede ser utilizada como alimento. También debe dar un buen manejo de las aguas, apartando los desechos y la orina de los animales. (Revista El Ganadero, CONAGAN, Volumen 1, Numero 2 Julio/Agosto 2003).

Cuadro 1. Situación de la producción bovina orgánica certificada

Zonas de impacto	Productores	Fincas	Ha	Animales
Boaco	2	5	1,754.9	837
Matiguás	13	21	2,832.9	2227
Jinotega-Matagalpa	10	9	2,464.4	1118
Nueva Segovia	2	2	2,487.8	1025
Rivas	6	6	4,327.4	2998
Total	33	43	13,867.4	8205

Fuente: Dictamen del Comité de OIA de la certificación de fincas orgánicas y Matadero Nuevo Carnic.

Fuente: CLUSA, Agosto 2003. Elaboración IICA-INTA 2003

Con la incorporación de la producción pecuaria a la actividad se estaría dando un paso importante que podría cambiar el panorama de la producción orgánica del país en los próximos años, ya que existen otros rubros del subsector pecuario que podrían sumarse a esta iniciativa, entre ellos los productos lácteos, cueros, entre otros artículos. Diversos factores pudieran contribuir a que esto ocurra:

- (i) Se trata de una iniciativa privada que ha madurado en un período corto, basado en alianzas entre un gremio de ganaderos (CONAGAN), una entidad de cooperación para el sector agropecuario (CLUSA) y el apoyo de la cooperación internacional: el IICA y el AID a través del Proyecto EPAD.
- (ii) Se ha desarrollado con mucho dinamismo y la normativa técnica para el control de la actividad ha sido apoyada y aprobada por parte del Estado.
- (iii) Participan de la iniciativa ganaderos reconocidos a nivel nacional, quienes disponen de recursos modestos para desarrollar una iniciativa piloto como la propuesta. Desde este enfoque, a diferencia de la actividad agrícola certificada, los participantes serían medianos y grandes ganaderos pertenecientes a los departamentos de Matagalpa, Rivas, Managua y Boaco, entre otros.

A pesar que los diferenciales de precio de la carne orgánica en los mercados internacionales, con respecto a la carne convencional, no superan el 30%, la producción de carne vacuna orgánica se perfila como una alternativa importante para el país; sin embargo, se tiene que tener presente que no sólo se necesita capacidad técnica, sino empresarial y mercantil.

Para el acceso al mercado de esta especialidad, sea nacional o internacional, los productores deben cumplir con ciertas condiciones básicas de mercado y mercadeo, entre las que destacan el suplir el volumen suficiente, con calidad, oportunidad y frecuencia de tal manera que permita satisfacer la demanda y; contar con servicios de mercadeo para crear un producto diferenciado para los consumidores.

Alcanzar estos objetivos no es tarea fácil, pero ya se están dando los primeros pasos en la búsqueda de mercado en los Estados Unidos con Coleman Natural Beef¹²¹, y en otros establecimientos que demandan este tipo de producto.

¹²¹ Es uno de los mayores productores de carne natural y cuenta con toda una línea de empaque, distribución y mercadeo de sus productos en distintas cadenas de supermercados.

Apéndice 3

Perfil del consumidor de productos orgánicos en Nicaragua

Característica	Unidad	Condición
Supermercado La Colonia Centroamérica	Personas	30
Supermercado Plaza España		26
Feria Small Farmer (Clusa)		28
TOTAL		84
Edad Promedio		45 años
Educación		Universitaria Completa
Ingreso Promedio Mensual	córdobas	19,073
Miembros de la Familia		4
Gasto Mensual en Alimentos (GMA)		4,482
GMA/Ingreso Promedio Mensual		23.50%
Gasto Mensual en Productos Orgánicos	córdobas	1,293
Gasto Mensual PO/GMA		28.80%
Que sabe que son más caros		92%
Rango Promedio de Voluntad de Pago de Sobrepagos		10 a 15%
Factores que Influyen la Compra de PO		Ind.Imp-Pond
Apariencia		18.7
Calidad		20.2
Frescura		19.3
Disponibilidad		14.4
Presentación		16
Precio		11.4
TOTAL		100
Factores Motivantes del Consumo de P.O.		Ind.Imp-Pond
Protección Ambiental		8.4
Alimentos Sanos		48
Ausencia de Agroquímicos		30.7
Precios		12.9
TOTAL		100
Problemas Identificados por los Consumidores de PO		Porcentaje
Acceso		43.8
Precios Altos		30.6
Calidad		4.9
Presentación		6.3
Confiabilidad Orgánica		2.8
Falta de Variedad		5.6
Otros		6.3
TOTAL		100

Fuente: Elaboración IICA-INTA 2003

Apéndice 4¹²²

Principales características de los productores naturales, productores de bajos insumos y productores orgánicos certificados y en transición en Nicaragua

La producción orgánica certificada en Nicaragua es una actividad de pequeños y medianos productores, que por diversos motivos han incursionado en la actividad, la mayoría de ellos atraídos por el sobreprecio de los productos en los mercados internacionales, lo cual constituye una opción económica para mejorar sus ingresos familiares. No obstante, y a diferencia de lo anterior, existe también un segmento de productores que se han involucrado en la actividad con la convicción de que la agricultura orgánica representa una opción social y ambiental, que genera beneficios a sus comunidades y sus familias, sin menospreciar los beneficios económicos. La característica común que presentan ambos grupos es su condición de pequeños productores, con dificultades económicas para sostener los paquetes tecnológicos de la agricultura convencional.

Es importante destacar también el rol importante que han jugado las ONG en este proceso de tránsito de los productores hacia la agricultura orgánica. De los productores encuestados el 90% (316 productores) mencionó que ha recibido asistencia técnica de parte de ONG en prácticas de agricultura sostenible, capacitaciones en administración, así como crédito y herramientas necesarias para la implementación de dichas prácticas. Sin embargo, al observar que el 25% de los productores encuestados (88 productores) dijeron conocer sobre la certificación orgánica —sobre todo los productores de las regiones RAAN y RAAS, Río San Juan, Chontales y Boaco— se evidencia que gran parte de las ONG promueven prácticas de agricultura orgánica con fines de autosostenibilidad de los sistemas productivos, pero desconocen las formas de acceder a los mercados existentes para los productos orgánicos.

Cuadro 1. Principales características de los productores encuestados en los talleres regionales de consulta

Características	Respuesta	Condición	%
Productores orgánicos certificados y en transición		70	22
Productores naturales		169	48
Productores bajos insumos		113	30
TOTAL		352	100
Lee y escribe	SI	204	58
Cantidad de productos por finca ¹²³		7	
Problemas con el acceso a la finca ¹²⁴	SI	302	85
Recibió asistencia técnica en producción orgánica	SI	316	90
Conocimiento de certificación orgánica	SI	88	25
Está vinculado a organizaciones o instituciones de apoyo, o de base	SI	228	65

Fuente: Elaboración IICA-INTA 2003

¹²² El presente apéndice ha sido elaborado con base en la información recabada en los 12 Talleres Regionales de Consulta realizados durante los meses de marzo a julio del 2003. La información fue recogida mediante encuestas que se sometieron a consideración de los productores participantes, tanto naturales, como de bajos insumos y orgánicos certificados y en transición. Los resultados sólo pretenden obtener una aproximación de la percepción que tienen los productores sobre la producción orgánica.

¹²³ Granos básicos, frutales, hortalizas, animales domésticos

¹²⁴ Mayoría de los caminos de tierra y macadán, transporte en mulas, botes, camiones y buses de pasajeros

Para una mejor comprensión de lo expuesto en este Apéndice, debe señalarse que la información presentada y las inferencias que de ella se hacen, no es exclusiva para los productores orgánicos, certificados y en transición, sino que involucra también a los productores naturales y de bajos insumos que participaron en los Talleres Nacionales de Consulta que se realizaron y los cuales fueron convocados por su alta disposición e interés de involucrarse en la actividad orgánica. Líneas abajo se presenta información particular para los casos de productores orgánicos.

De los productores encuestados, sólo el 58% manifestó poder leer y escribir, lo que deja por fuera un segmento importante de productores (42%) que podrían tener dificultades para poder cumplir con los requisitos de llenado registros que exige la actividad. El 85% manifestó tener problemas de acceso a sus fincas ya sea por el mal estado de los caminos, por las condiciones de los mismos, donde la mayoría de ellos son de tierra y macadán, o porque deben realizar el transporte en mulas, botes, camiones, o buses de pasajeros, con las consecuentes limitaciones de volúmenes e incrementos en los costos; estas condiciones, obviamente evidencia problemas serios para comercializar por lo que los productores se han visto obligados a diversificar su actividades productivas con la intención de disminuir los riesgos y asegurar su subsistencia; los productores mantienen un promedio de 7 rubros por finca.

El 65% de los encuestados (228 productores) manifestaron estar aún vinculados a organizaciones e instituciones de apoyo o de base. En el caso específico de los productores orgánicos certificados, la mayoría se encuentran todavía vinculados a la ONG u organismo que los apoyó en sus primeros pasos hacia la certificación orgánica. El resto de ellos, principalmente para efectos de certificación, formaron su propia organización con apoyo de algunas empresas comercializadoras, no obstante, aún mantienen relaciones con sus organismos de apoyo.

Productores orgánicos certificados y en transición

Desde el punto de vista de los productores orgánicos certificados y en transición, las principales limitaciones en orden de importancia que ellos enfrentaron antes y después de la certificación fueron:

Antes de certificarse:

1. Dificultades en el llenado de los registros de producción, administración, ventas y otros, principalmente por falta de cultura en este aspecto, así como por limitaciones de lectura y escritura.
2. Ausencia de paquetes tecnológicos diferentes a los convencionales (productos químicos sintéticos) en las actividades del sector, lo que limita las capacidades de asistencia técnica.
3. Falta de organización de los productores para fines de certificación y para responder a los compromisos de grupo frente a responsabilidades contraídas.
4. Baja capacidad técnica y económica para enfrentar el período de transición hacia la producción orgánica, principalmente debido a los bajos rendimientos, escasa mano de obra, pérdida de motivación (deserción de miembros), exigencias de la certificación, manejo de las técnicas de producción (en especial por la falta de información y de materiales e insumos para man-

tener la fertilidad del suelo y el control de plagas y enfermedades) y, sobre todo por la poca capacidad administrativa de las directivas y socios.

5. Falta de información y orientación profesional sobre aspectos de comercialización y acceso a mercados.

Después de certificarse:

1. Falta de canales de comercialización y contratos de venta de sus productos. La mayoría de los productores sólo dedican una proporción de sus fincas a los productos de mercados de exportación, por lo cual están sujetos a ese canal de comercialización. Muy pocas organizaciones tienen contratos a mediano o largo plazo de comercialización, por lo cual deben invertir en la búsqueda de ventanas de mercado para colocar su producción.
2. Mantenimiento de los rendimientos, la calidad y el volumen de producción; elevados costos de transporte, mano de obra, almacenamiento y beneficiado (caso de café); costos de la certificación. Algunas veces las ventas no son como las proyectaban y esto les reduce la capacidad para cubrir los costos mencionados.
3. Falta de apoyo institucional. La falta de apoyo del gobierno, ONG, y otras organizaciones en el nivel de certificación es escasa o nula en la mayoría de los casos.

Los resultados que se obtuvieron tanto de la encuesta como de los talleres, demuestra que los productores que actualmente están certificados no provienen de condiciones diferentes al resto de los pequeños y medianos productores del país, entre estos productores naturales y convencionales de bajos insumos. La diferencia radica que estos productores se han organizado en diferentes tipos de estructuras asociativas, y con apoyo de algunos ONG y comercializadoras han logrado obtener su certificación.

El nivel de autogestión de estos productores ha aumentado dada las exigencias que tiene la certificación, lo cual requiere de un mayor conocimiento y compromiso, sin embargo, además de lidiar con los problemas comunes que aquejan a la producción convencional, deben enfrentar los problemas propios de la producción orgánica entre los que se destacan la ausencia del Estado en la prestación de servicios, la falta de incentivos y crédito diferenciado para la actividad y, sobre todo la falta de información en los diferentes ámbitos de la actividad, pero principalmente sobre alternativas de mercados y las formas de acceder a ellos.

Apéndice 5

Información estadística detallada de la producción orgánica certificada y transición

Cuadro 1. Areas orgánicas certificadas y en transición producidos¹²⁵ en Nicaragua 2002–2003 (hectáreas)

Categoría de certificación	Certificadas	Transición	Total
Fincas	4,310	1,667	5,977
Productores(as)	4,617	1,773	6,390
Rubros de producción orgánica vegetal			
Rubros / Hectáreas	Certificadas	Transición	Total
Café	10,282.27	4,333.63	14615.90
Ajonjolí	823.03	152.95	975.98
Cacao	365.75	350.00	715.75
Soya	363.30	70.00	433.30
Frijol	156.10	46.90	203.00
Sorgo	70.00		70.00
Semilla de marañón	60.20		60.20
Maní	45.50		45.50
Maíz	31.50	35.00	66.50
Yuca	28.00	11.90	39.90
Tabaco	21.00		21.00
Hortalizas	14.00	5.25	19.25
Cardamono	12.60	105.00	117.60
Flores	8.40		8.40
Cúrcuma	3.68		3.68
Arroz	2.80		2.80
Rosa de jamaica	2.72		2.72
Jengibre	1.75		1.75
Neem	0.70	0.35	1.05
Achiote	0.70		0.70
Albahaca	0.70		0.70
Zacate limón	0.67		0.67
Diversas plantas aromáticas		18.55	18.55
Frijol mungo		3.50	3.50
Naranja		3.50	3.50
Aguacate		2.80	2.80
Chayote		2.10	2.10
Limón		1.40	1.40
Banano		1.40	1.40
Plátano		1.40	1.40
Maracuyá		0.70	0.70
Piña		0.53	0.53
Granadilla		0.35	0.35
Rubros de producción animal			
Rubros / Unidades	Certificadas	Transición	Total
Miel (colmenas) ¹²⁶	5,781	1,800	7,581
Ganado bovino (cabezas)		8,205	8,205
Total	12,296.75	5,147.21	17,443.96

Fuente: Elaboración IICA-INTA 2003

¹²⁵ En años pasados se mencionaban la existencia de otras areas orgánicas certificadas en rubros de exportación, como algodón, pulpa de tamarindo, fruta deshidratada, entre otros. De acuerdo con la información recabada, no se registraron en este año. Esta dinámica de las áreas orgánicas certificadas indica que, entre otras razones, los rubros con mercados temporales que exigen sellos orgánicos, algunos operadores no renuevan su certificación.

¹²⁶ Esta cantidad representa alrededor del 50% de las colmenas existentes en el país.

Cuadro 2. Principales rubros orgánicos certificados (hectáreas), productores y fincas por regiones en el país

	Regiones						Total
	Las Segovias	Centro Norte	Centro Sur	Pacífico Norte	Pacífico Sur	Isla de Ometepe	
Productores	2,000	1,403	598	408	37	171	4,617
Fincas	1,891	1,380	566	372	37	64	4,310
Café	8,015.00	3,931.46	2,511.00	62.00	39.50	130.00	14,688.96
Ajonjolí				860.75	150.00	165.00	1,175.75
Cacao		522.50					522.50
Soya				519.00			519.00
Frijol			107.00	56.00		60.00	223.00
Sorgo				100.00			100.00
Semilla de marañón				86.00			86.00
Maní						65.00	65.00
Maíz				45.00			45.00
Yuca				40.00			40.00
Tabaco	30.00						30.00
Hortalizas				20.00			20.00
Cardamomo		18.00					18.00
Flores y follaje			12.00				12.00
Cúrcuma					0.25	5.00	5.25
Arroz				4.00			4.00
Rosa de jamaica				0.88	3.00		3.88
Jengibre						2.50	2.50
Achiote					1.00		1.00
Semilla de neem					1.00		1.00
Albahaca					1.00		1.00
Zacate limón				0.88	0.07		0.95
Total mz (0.7 ha)	8,045.00	4,471.96	2,630.00	1,794.50	197.82	427.50	17,566.78
Total ha	5,631.50	3,130.37	1,841.00	1,256.15	138.47	299.25	12,296.75
Miel (colmenas)			4,987	750	20	24	5,781.00

Fuente: Elaboración IICA-INTA 2003

Nota: En este cuadro sólo se hace referencia a las áreas con rubros productivos, no efectuando la inclusión de una gran proporción del conjunto total de áreas certificadas como orgánicas.

Cuadro 3. Principales agentes económicos de la producción orgánica certificada por tipo de operador y departamentos

Regiones	Producción			Transf.	Comerc.	Total
	Coop.	Asociac.	Individ.			
Las Segovias (Nueva Segovia, Madriz y Estelí)	19	5	2	5	3	34
Centro Norte (Jinotega, Matagalpa)	15	8	5	5	5	38
Centro Sur (Boaco, Chontales)	2	2	0	1	1	6
Pacífico Norte (León, Chinandega)	10	2	0	3	3	18
Pacífico Sur (Managua, Masaya, Carazo, Granada, Rivas)	3	4	3	2 ¹²⁷	3	15
Isla de Ometepe	4	0	0	0	0	4
Subtotal	53	21	10			75
Total	84			16	15	115

Fuente: Encuestas aplicadas a operadores; elaboración IICA 2003. Coop: Cooperativas; Asociac: Asociaciones; Individ.: Productores individuales; Transf.: Transformadoras; Comerc: Comercializadoras. Elaborado por IICA-INTA 2004

¹²⁷ Se incluyó como transformadora el Matadero Nuevo Carnic, certificado por OIA.

Apéndice 6

Nicaragua: Agencias certificadoras con oficinas de representación en el país

1. BIOLATINA S.A.¹²⁸

Certificadora de Latinoamérica

Sitio en red: <http://www.biolatina.com/index.html>

Contacto: Jaime Picado

Dirección: Colonia del Periodista Casa # 232. Managua, Nic.

Telefax: 278 70 60 / celular: 850 74 12 y 832 24 77 / E-mail: biolatin@ibw.com.ni

Cuadro 1. Costos de certificación BIO LATINA

Actividad	Costo US\$
1. Certificado (ecológico o transición)	50
2. Certificado de transición	30
3. Inspección de la finca:	
a. Si el área está entre 0.25 mz a 5 mz	30
b. Si son áreas mayores de 5 mz	16
4. Certificación de área de procesamiento	250
5. Certificación de comercialización en puerto	250

Fuente: BIO LATINA, Agosto 2003

2. Organic Crop Improvement Association Inc. (OCIA)

Certificadora de Estados Unidos

<http://www.ocia.org/members/index.asp>

Contacto: Ibis Rivas

Dirección: Barrio Bolonia, de Montoya 4 cuadras al Sur. Managua, Nic.

Tel: 266 86 81 / fax: 266 62 00 / celular: 851 45 55/ E-mail: ocianic@cablenet.com.ni

Cuadro 2. Costos¹²⁹ de certificación OCIA

Actividad	Costo US\$
1. Cuota de certificación anual (no reembolsable)	495
2. Cuota por uso del sello:	
a. Si las ventas son igual o menores que US\$100,000	500
b. Si las ventas son mayores a US\$100,000	5%
3. Honorarios de inspección (costo al día)	US\$150 / US\$200

Fuente: OCIA, Agosto 2003

¹²⁸ BIO LATINA es una agencia certificadoras latinoamericana fundada por certificadoras nacionales, tales como Biopacha (Bolivia), Bio Muisca (Colombia), Cenipae (Nicaragua) e Inka Cert (Perú).

¹²⁹ .Estos precios son generales tanto para entidades productivas como comercializadoras y beneficiarios; lo que varía es el costo de inspección ya que depende del número de días que esta actividad requiera. No existe ningún costo adicional por el certificado y la emisión de los certificados de transición.

Apéndice 7

Nicaragua: Agencias certificadoras sin oficinas¹³⁰ de representación en el país

3. Naturland¹³¹ e. V. IMO-Latinoamérica. Certificadora de Alemania

Kleinhaderner Weg 1, D-82166 Graefelfing, Germany

Tel: 00 49 89 8980820/ Fax: 00 49 8989 808290, E-mail: naturland@naturland.de

Países de operación: Argentina, Austria, Bolivia, Brasil, Bélgica, Camerún, Chile, Colombia, Dinamarca, Ecuador, Egipto, El Salvador, Guatemala, Holanda, Hungría, India, Irlanda, Italia, México, Nicaragua, República Dominicana, República Checa, Paraguay, Perú y otros países.

Contacto¹³² de Naturland en Nicaragua:

Cooperative Business International S.A.

Contacto: Roberto Wilkinson

Dirección: Centro Comercial Catalina. Módulo B-6. Calle de los Bancos. Matagalpa. Nic.

Tel: 772 69 24, 772 69 25 y 772 69 26 / Fax: 772 60 20 / E-mail: rwilkins@ibw.com.ni

4. Consorzio per il Controllo dei Prodotti Biologici (CCPB) Consorcio para el Control de Productos Biológicos. Certificadora de Italia Via Jacopo Barozzi, N.8 40126 Bologna, Italy

Tel: 00 39 0 51 6089811/ Fax: 00 39 0 51 254842, E-mail: ccpb@ccpb.it

Países de operación: Italia, Canadá, Marruecos, Polonia, República Checa, Nicaragua, otros.

Contacto de CCPB en Nicaragua:

Asociación de Apicultores de Boaco (APIBO)

Contacto: Vidal Salinas Ruíz

Dirección: Salida de Boaco 4 km hacia Buenaventura, Barrio San Nicolás,

Contiguo al Colegio Divina Misericordia, Boaco, Nic.

Telefax: 542 16 06/ E-mail: apibo@tmx.com.ni

5. Organización Internacional Agropecuaria S.A. (OIA) Certificadora de Argentina

AV. Santa Fe 830, 1641 Acass, Buenos Aires, Argentina

Telefax: 00 54 11 4793 4340/ E-mail: oia@oia.com.ar

Contactos de OIA en Nicaragua:

a. Comisión Nacional Ganadera de Nicaragua CONAGAN

Dirección: De Casa Pellas 2 c. abajo, 1 c. al lago. Managua, Nic. Apartado Postal: 1347

Telefax: 266 05 42 / E-mail: conagan@ibw.com.ni

b. Liga de Cooperativas de los Estados Unidos CLUSA

Dirección: km 11 1/2 Carretera Sur (Managua-El Crucero). Managua, Nic. Apartado 1807.

Telefax: 265 71 23 / E-mail: capclusa@ibw.com.ni

¹³⁰ Esta información fue actualizada en Mayo de 2005.

¹³¹ La Asociación Naturland usualmente designa a IMO-Latinoamérica, que es un instituto independiente de inspección, que realiza inspecciones a los productores certificados con el sello de Naturland.

¹³² Los contactos señalados pueden brindar información de dichas agencias certificadoras

Apéndice 8

Productores, transformadores y comercializadores orgánicos certificados y en transición (agentes económicos) por regiones en Nicaragua

PACÍFICO NORTE León-Chinandega

Producción y comercialización

Cooperativa de Productores del Sauce (COOPSADES)

Cooperativa de productores de ajonjolí
Dirección: de Enitel 1 cuadra arriba. El Sauce, León
Telefax: 319-2322
Persona contacto y cargo: Silvio Dávila Calderón, Presidente

Cooperativa Apícola Las Flores, R.L.

Cooperativa de productores de miel de abejas
Dirección: de Enitel 1 cuadra al Este. El Sauce, León
Telefax: 319-2322
Persona contacto y cargo: Juan Antonio Vivas Aguilar, Presidente

Centro de Orientación Sexual y Familiar Xóchitl Acatl

Organización que apoya a productoras de ajonjolí, maíz, hortalizas y frutales
Dirección: del Arbolito 1/2 cuadra al Sur, Frente a COSUDE. Malpaisillo, León
Teléfono: 316-274 y Fax: 316-268
Persona contacto y cargo: Martre Brossa Aguirre y/o María Teresa Rojas, Resp. de Produc. Agropecuaria

Cooperativa de Servicios Agropecuarios Orgánicos Apacunca-El Jicote, R.L.

Cooperativa de productores de ajonjolí
Dirección: Sector de Apacunca, comunidad El Jicote, Somotillo, Chinandega
Teléfono 340-4750 y celular: 881-4810
Persona contacto y cargo: Santos Méndez, Presidente

Cooperativa Amigos de Leverkusen, R.L.

Cooperativa de productores de soya, ajonjolí, arroz, otros
Dirección: del Almacén Quiñónez 1/2 c abajo. De Telcor 1 c al Norte y 1/2 c arriba. Chinandega,
Teléfono: 341-1433
Persona contacto y cargo: Julián Elías González Cisneros, Presidente

Cooperativa Multisectorial Juan Francisco Paz Silva, R.L.

Cooperativa de productores de ajonjolí
Dirección: de la Alcaldía 2 c al Norte 2 1/2 cuadra abajo. Achuapa, León
Persona contacto y cargo: Diego Reyes D., Presidente Junta Directiva y Juan Ramón Bravo R., Gerente

Asociación de Productores Ecológicos de Nicaragua (APRENIC)

Asociación de productores de soya, ajonjolí, yuca, hortalizas, frijol blanco, mungo, maíz
Dirección: Laboratorios Divina 3 1/2 cuadras al Oeste, Barrio La Arrocería # 2. Municipio de León.

Telefax: 315-5197. E-mail: aprenic@ibw.com.ni

Persona contacto y cargo: Orlando Quiroz, Gerente y Presidente

Programa de Plantas Aromáticas de la Unión de Cooperativas Agropecuarias del Sauce R.L (UCASA-PAR)

Organización que apoya a productores(as) de zacate limón, plantas aromáticas, otros

Dirección: Oficina UCASA R.L., de Enitel, 1c. al Este. El Sauce, León.

Telefax: 319-2322

Persona contacto y cargo: Francisca Obando Torres, Coordinadora del Programa

Cooperativa Carolina Osejo R.L

Cooperativa de productores de marañón

Dirección: Carretera a Chinandega-Somotillo Km 162 Comarca Villa 15 de Julio. Chinandega.

Teléfono: 311-4920

Persona contacto y cargo: Martha Elena Peralta Guido, Presidenta

Cooperativa Manuel López R.L.

Cooperativa de productores de café

Dirección: Oficina UCASA R.L., de Enitel, 1 c. al Este. El Sauce, León.

Telefax: 319-2322

Persona contacto y cargo: Alberto Martínez Martínez, Presidente

Cooperativa Comunidades Unidas de Rodeo Grande

Cooperativa de productores de ajonjolí, sorgo, maíz

Dirección: Comarca Rodeo Grande, Somotillo, Chinandega.

Teléfonos: 311-0501 y 311-0502

Persona contacto y cargo: Modesto Aguilera, Presidente

Cooperativa José Orlando Betanco (Grupo de Cayanlipe)

Cooperativa de productores ajonjolí, semillas de jícara, miel de abejas, hortalizas

Dirección: Comarca Cayanlipe, Somotillo, Chinandega.

Persona contacto y cargo: César Silvio Aguilar Ramírez, Presidente

Cooperativa Programa Desarrollo Integral

Cooperativa de productores de ajonjolí

Dirección: Noreste de León (Cerro Negro, Lechecuagos, Monte Redondo, Palo de Lapa, Los Pocitos) Municipio de León

Teléfono: 311-0501 y 311-0502

Persona contacto y cargo: Pablo Morales Escalante, Coordinador de Programa

Cooperativa El Provenir R.L.

Cooperativa de productores de café

Dirección: Cerro la Pelona, Volcán Casita, Posoltega

Celular: 860-6327 y 886-0637

Persona contacto: René Gaitán, Gerente

Transformación y Comercialización

Cooperativa del Campo, R.L.

Empresa comercializadora de café, ajonjolí, aceite de ajonjolí, soya, hierbas aromáticas, otros
Dirección: Costado Norte Oeste de la UNAN 25 vras al Norte. León, León.
Celular: 883-1894. Teléfono: 311-0501 y Fax: 311-0502. E-mail: delcampo@ibw.com.ni
Persona contacto y cargo: Róger Alí Romero, Gerente

Procesamiento Exportaciones e Importaciones S.A. (PROEXIMSA)

Empresa comercializadora de ajonjolí y soya
Dirección: Contiguo al Plantel de la Alcaldía de León. León.
Teléfono: 315-5412 y Fax: 315-5240. E-mail: proeximsa@ibw.com.ni
Persona contacto y cargo: Donald Narváez Castellón, Gerente de Industria

La Danesia

Empresa comercializadora y transformadora de ajonjolí
Dirección: Planta Walter Kruger, puente El Guarumo a la derecha, Chinandega.
Teléfono: 341-3148 Celular: 882-6837, 880-3215 y 886-0847 Fax: 341-3148. E-mail: eger@ibw.com.ni
Persona contacto y cargo: Eric Eger, Propietario

PACÍFICO SUR

Managua, Masaya, Carazo, Granada y Rivas (excepto Isla de Ometepe)

Producción y Comercialización

Cooperativa Prinzapolka (COAPRIN)

Cooperativa de productores de ajonjolí
Dirección: del Instituto de Sabana Grande 100 vrs al Sur. Sabana Grande, Managua.
Celular: 873-1574
Persona contacto y cargo: Paulo River Ruiz Bonilla, Presidente

Finca El Edén

Productor individual de café, cítricos, mango, cacao, aguacate, otros
Dirección: Finca El Edén, Campos Azules. Masatepe, Masaya.
Apartado Postal 137, Jinotepe. Telefax: 532-0267. E-mail: paso@ibw.com.ni
Persona contacto y cargo: Johannes Schuller, Propietario

Hacienda El Nisperal

Productora individual de café bajo sombra
Dirección: Hacienda El Nisperal, Comunidad de Palo Solo, La Concha. La Concepción, Masaya.
Telefax: 279-9891. Apartado Postal 3084. E-mail: smgladstone@hotmail.com
Persona contacto y cargo: Sally Gladstone, Propietaria

Centro Integral de Vida y Tecnología (CIVITE)

Organización que apoya a productores de rosa de jamaica, albahaca, miel de abejas, cúrcuma, zacate limón, achiote, semilla de neem
Dirección: del Hospital de Rivas 1 km 1/2, carretera a Tola. Rivas. Apartado Postal 34

Celular: 874-9903 y Fax: 563-3656. E-mail: sefcanic@yahoo.com
Persona contacto y cargo: Agustín Alvarado, Coordinador Área Agroecológica

PAS Visión Mundial

Organización que apoya a productores de rosa de jamaica, achiote, albahaca, pulpa de tamarindo, zacate limón, otros

Dirección: de la Clínica Los Chilamates 1/2 c. arriba 1 1/2 c. al Sur. Carretera a Masaya. Masaya
Telefax: 522-7027 y Celular: 882-2427

Persona contacto y cargo: Hugo López, Responsable de la Zona de Tisma

Centro Comunitario Oscar Arnulfo Romero (CCOAR)

Organización que apoya a productores de rosa de jamaica, limón, marañón, chiltoma, otros

Dirección: de Catedral 2 c al Sur o de Farmacia Central 1 c al Sur, Nandaime. Granada

Tele/Fax: 561-2286. E-mail: santiagoc@alfanumeric.com.ni

Persona contacto y cargo: Padre Santiago Cirroux, Responsable

Cooperativa Triunfo de Sandino

Cooperativa de productores de café, naranja, limón tahití, frijol rojo, tomate, maracuyá, chayote, aguacate, plátano, banano y neem

Dirección: Oficina ATC San Marcos, contiguo a Gasolinera, San Marcos, Carazo.

(Contacto: Cindy Calderón). Telefax: 535-2809 y 535-2100

Persona contacto y cargo: Edmundo Blass, Presidente

Cooperativa Cruz del Carmen

Cooperativa de productores de café, piña, frijol rojo, maracuyá, chayote y granadilla

Dirección: Oficina ATC San Marcos, contiguo a Gasolinera, San Marcos, Carazo.

(Contacto: Cindy Calderón). Telefax: 535-2809 y 535-2100

Persona contacto y cargo: José Asunción Altamirano, Presidente

Abonos de Nicaragua S.A. (ABONICSA)

Empresa productora de abono orgánico

Dirección: de la Gasolinera Shell 2c al Este y 4.5 c al Norte, Masatepe, Masaya.

Teléfono: 523-2336, Celular: 887-3432 y Fax: 523-2704

Persona contacto y cargo: Fabio Montenegro, Gerente General

Finca La Arcana

Productor independiente de hortalizas y semillas

Dirección: Barrio La Cruz, San Marcos, salida hacia La Concepción, 30 m izquierda. Carazo.

Teléfono: 278-0687. E-mail: manfred-sandra@cablenet.com.ni

Persona contacto y cargo: Manfred Marotzke y Sandra Mayorga, Propietarios

Transformación y Comercialización

Volcafé de Nicaragua, S.A.

Empresa comercializadora de café

Dirección: del Restaurante La Marsellesa 2 cuadras al Lago. Managua. Apartado Postal A-199.

Teléfono: 270-9974 y Fax: 278-5263

Persona contacto y cargo: Baart Wiederkehr, Gerente General

Empresa Cooperativa de Servicios Nicarao R.L.-TECUILCAN

Empresa comercializadora de diversos productos

Dirección: de la Rotonda del Periodista 300 varas al Lago, Pista de Naciones Unidas, Managua.

Telefax: 278-4719 Celular: 860-3873. E-mail: nicaraocoop@intelnet.com Web: www.nicaraocoop.org

Persona contacto y cargo: Moisés López, Presidente

ISLA DE OMETEPE

Cooperativa de Productores y Exportadores de Ometepe (COOPROTEXON)

Cooperativa de productores de ajonjolí, frijoles rojos, otros

Dirección: de oficina MAGFOR 2 c al Este. Moyogalpa, Isla de Ometepe, Rivas

Persona contacto y cargo: Enrique Mayorga, Presidente

Cooperativa Carlos Díaz Cajina Finca Magdalena

Cooperativa de productores de café, cúrcuma, jengibre, apicultura

Dirección: del Centro de Salud de Balgue 1 kmal Sur. Altagracia, Isla de Ometepe. Rivas

Celular: 880-2041 y E-mail: fincamagdalenahotmail.com

Persona contacto y cargo: José Santos Rivera López, Presidente

Cooperativa de Servicios Múltiples Productores Orgánicos de Ometepe (CSMPOO)

Cooperativa de productores de café, cúrcuma, jengibre, otros

Dirección: Oficina del PAS-Ometepe, del MAGFOR 1 c al Sur, 1/2 c al Este. Moyogalpa, Isla de Ometepe, Rivas

Teléfono: 569-4220 y Fax: 569-4221. E-mail: pasometepe@ibw.com.ni

Persona contacto y cargo: Bernabé López Castillo, Presidente

Cooperativa de Servicios Múltiples La Esperanza

Cooperativa de productores de ajonjolí, cúrcuma, jengibre y zacate limón

Dirección: Oficina PAS-Ometepe, del MAGFOR 1 c al Sur, 1/2 c al Este. Moyogalpa, Isla de Ometepe, Rivas

Teléfono: 569-4220 y Fax: 569-4221. E-mail: pasometepe@ibw.com.ni

Persona contacto y cargo: Natanael Álvarez, Presidente

LAS SEGOVIAS

Nueva Segovia, Madriz y Estelí

Producción y Comercialización

Cooperativa El Progreso

Cooperativa de productores de café

Dirección: Comunidad Los Llanos, carretera a San Juan de Limay. Pueblo Nuevo, Estelí

Persona contacto y cargo: Nicolás López Vanegas, Presidente

Unión de Cooperativas Agropecuarias Héroes y Mártires de Mirafior (UCA Mirafior)

Cooperativa de productores de café

Dirección: de la Esso 2 cuadras al Norte, 1 cuadra al Oeste, 1/2 al Norte. Estelí.

Telefax: 713-2971. Apartado postal 32. E-mail: mirafior@ibw.com.ni
Persona contacto y cargo: Francisco José Muñoz Alvir; Presidente de Junta Directiva

Segovias Cigar Estelí o Tabacos de Oriente

Productor independiente, empresa transformadora y comercializadora de tabaco
Dirección: de la Normal de Estelí 200 vrs al Norte. Estelí.
Teléfono: 713-4074 y Fax: 713-5898. E-mail: taonic@ibw.com.ni
Persona contacto y cargo: Néstor Placencia, Propietario y Gerente General

Asociación de Productores de Santo Domingo

Asociación de productores de café
Dirección: Comunidad Santo Domingo, Telpaneca, Madriz.
(Contacto: Sucursal Importadora Atlantic-Ocotal). Teléfono: 732-2282 y Fax: 732-2033
Persona contacto y cargo: Zacarías Padilla, Presidente

Fundación Entre Mujeres (FEM)

Organización que apoya a productoras de café
Dirección: Contiguo al Mirador La Torre, salida Sur. Estelí. Apartado Postal 020
Teléfono: 713-4067 y E-mail: fem@ibw.com.ni
Persona contacto y cargo: Diana Martínez Valenzuela, Directora Ejecutiva

Unión de Cooperativas Agropecuarias San Juan de Río Coco

Cooperativa de productores de café
Dirección: Contiguo al INSS, San Juan de Río Coco, Zona 1. San Juan de Río Coco, Madriz
Teléfono: 722-2172 y Fax: 722-2172 E-mail: icasanjuan@yahoo.com; asirajarquín@jobmgil
Persona contacto y cargo: Napoleón Polanco Guerrero, Presidente

Productores de Café Orgánico Certificado R.L. (PROCOCER)

Cooperativa de productores de café
Dirección: salida a Ocotal, contiguo al Beneficio Santiago. El Jícaro, Nueva Segovia
Teléfono/Fax: 735-2322 y E-mail: prococer@ibw.com.ni
Persona contacto y cargo: Rafael Rosales/Gerente
Grupos de productores: Jalapa, El Jícaro, Ciudad Antigua, Murra y San Fernando

Asociación de Pequeños Productores de Café Orgánico de San Juan de Río Coco (APPCO-SJRC)

Asociación de productores de café
Dirección: Oficina UCA San Juan de Río Coco, Madriz.
Teléfono: 722-2172. E-mail: ucasjrc@latinmail.com
Persona contacto y cargo: Juan Alberto Romero Matey, Presidente
Otro contacto: Dra. Jesús del Carmen Rivas López o Griselda Jarquín (UCA-SJRC)

Cooperativa 5 de Junio

Cooperativa de productores de café
Dirección: Municipio Las Sabanas, Madriz
Teléfono: 722-2619
Persona contacto y cargo: Francisco Castellón, Presidente

Asociación de Cafetaleros Orgánicos de los Llanos, Pueblo Nuevo (ACOLLAP)

Dirección: Pueblo Nuevo, Estelí.

Teléfono: 719-2243

Persona contacto y cargo: Nicolás López, Presidente

Finca El Carmen

Productor individual de café

Dirección: Finca El Carmen, Telpaneca, Nueva Segovia.

Teléfono: 278-4368.

Persona contacto y cargo: Salvador Pérez Arévalo, Propietario

Unión de Cooperativas Agropecuarias de Producción de Café Orgánico R.L. (UCPCO-SJRC)

Cooperativa de productores de café

Dirección: San Juan de Río Coco, Madriz

Celular: 884-9220

Persona contacto y cargo: Geovanny Rodríguez, Gerente

Instituto de Promoción Humana (INPRHU-Somoto)

Organización que apoya a productores de café, plantas aromáticas

Dirección: Somoto, Madriz

Teléfono: 722-2031 y 722-3233

Persona contacto y cargo: Gladys Cáceres, Directora

Transformación y Comercialización

Plaza de Negocio Sociedad Anónima (PLANESA)

Empresa transformadora de café

Dirección: Km 233 1/2 Carretera a Jalapa, Mozonte. Mozonte, Ocotol

Teléfono: 732-2757; Estelí: 713-3530 y Fax: 732-2757. E-mail: planesa@ibw.com.ni

Persona contacto y cargo: José Alejandro Raudez Hernández, Presidente Junta Directiva

Promotora de Desarrollo Cooperativo de Las Segovias (PRODECOOP)

Empresa comercializadora de café

Dirección: de los Bancos 75 vrs al Oeste. Estelí. Apartado Postal 38

Teléfono: 713-3236, 713-3268 y Fax: 713-3840. E-mail: desapro@ibw.com.ni

Persona contacto y cargo: Merling Preza, Gerente General

Grupos de productores de PRODECOOP:

Jalapa, Quilalí, San Juan, Miraflor, Pueblo Nuevo, San Lucas, La Sabana y Dipilto.

Beneficio de Café Seco Belén, S.A.

Empresa transformadora de café

Dirección: frente al portón de MADESA, salida a Mozonte. Ocotol, Nueva Segovia

Teléfono: 732-2300

Persona contacto y cargo: Octavio José Peralta Paguaga, Gerente

Beneficio Rosita

Empresa transformadora de café

Dirección: de la Shell Ocotol 6 cuadras al Norte. Ocotol, Nueva Segovia.

Teléfono: 732-2061 y Fax: 732-2061. E-mail: seg@balcafenic.com.ni
Persona contacto y cargo: Blanca Rosa Oliveira Corrales, Gerente

Beneficio Palacagüina

Empresa transformadora de café
Dirección: del Cementerio Municipal 500 vrs al Oeste. Palacagüina, Madriz.
Teléfono: 722-2148
Persona contacto y cargo: Eliza Huete Zelaya, Gerente

**CENTRO NORTE
Matagalpa, Jinotega**

Producción y Comercialización

Cooperativa de Servicios Múltiples de Productores Orgánicos de Matagalpa (COOMPROCOM)

Cooperativa de productores de café
Dirección: Matagalpa. Teléfono: 772-2951
Persona contacto y cargo: Leslie Reyes, Presidente

Finca La Canavalia

Organización que apoya a productores de café
Dirección: hacia el Sur, San Ramón. Matagalpa. Apdo: 161.
Teléfono: 772-7108, Fax: 772-5245
Persona contacto y cargo: César Tercero Olivas, Administrador

Asociación de Cafetaleros Orgánicos de Rancho Grande (ACORAG)

Asociación de productores de café
Dirección: Comunidad de Rancho Grande. Rancho Grande, Matagalpa
Persona contacto y cargo: Fernando Molinares Orozco, Presidente de la Asociación

Asociación de Cafetaleros Orgánicos de El Guapotal (ACOGUAPO)

Asociación de productores de café
Dirección: Comunidad El Consuelo, Pila Grande. El Tuma-La Dalia, Matagalpa
Persona contacto y cargo: José Luis Escorcía, Presidente de la Asociación

Asociación de Cafetaleros Orgánicos El Diamante (ACOD)

Asociación de productores de café
Dirección: Comunidad El Diamante (Pila Grande). Matiguás, Matagalpa
Persona contacto y cargo: Manuel Pérez Treminio, Presidente de la Asociación

Asociación de Cafetaleros Orgánicos de Waslala (ACOWAS)

Asociación de productores de café
Dirección: Oficina de ADDAC Waslala. Waslala, Matagalpa
Persona contacto y cargo: Liborio Ochoa González, Presidente de la Asociación

Asociación de Cafetaleros Orgánicos de Pancasán (ACOPAN)

Asociación de productores de café
Dirección: Comunidad Sitio Histórico (Pancasán), Matiguás, Matagalpa

Teléfono: 772-7375 y Fax: 772-5245. E-mail: addacmat@ibw.com.ni
Persona contacto y cargo: Encarnación Suárez, Presidente de la Asociación

Cooperativa Bernardino Díaz Ochoa

Cooperativa de productores de café, maíz y frijol rojo
Dirección: Oficina ATC-Matagalpa, contiguo a Clínica Mil Flores. Matagalpa.
(Contacto: Isaac Jáenz). Telefax: 772-4171
Persona contacto y cargo: Felipe Cavaría, Presidente

Cooperativa Alejandro Martínez

Cooperativa de productores de café, plátano, yuca, cacao y quiquisque
Dirección: Oficina ATC-Matagalpa, contiguo a Clínica Mil Flores. Matagalpa.
(Contacto: Isaac Jáenz). Telefax: 772-4171
Persona contacto y cargo: Alejandro Martínez, Presidente

Finca Santa Lucía

Productor independiente de café
Dirección: Comunidad San Pedro de Buculmay. Jinotega. Teléfono: 782-2818
Persona contacto y cargo: Sergio Espinoza y Warren Armstrong; Gerente Técnico y Gerente Financiero

Productores de Santa Rosa del Cuá (Sociedad Agroecológica Teocintal)

Asociación de productores de café
Dirección: Santa Rosa del Cuá (Oficina de La Cuculmeca). El Cuá, Jinotega
Teléfono: 782-3578 y Fax: 782-3579. E-mail: cuculmec@ibw.com.ni
Persona contacto y cargo: Serapio Moreno, Presidente

Café Orgánico El Jaguar

Productor independiente de café
Dirección: Finca El Jaguar. El Carril 28 km Norte de Jinotega. Jinotega.
Telefax: 279-9219 y E-mail: orion@ibw.com.ni. Apartado Postal E-22, Managua
Persona contacto y cargo: Georges Duriaux, Administrador y Co-Propietario

Unión de Cooperativas Agropecuarias de Servicios Unidos de Mancotal (UCASUMAN)

Cooperativa de productores de café
Dirección: Frente a empresa aguadora, casa color verde. Jinotega
Telefax: 782-3818
Persona contacto y cargo: José Adán López, Presidente

Asociación de Pequeños Productores de Café Orgánico de Jinotega. (APPCOJ)

Asociación de productores de café
Dirección: Proyecto Linda Vista Calle # 3 Casa # 65. Jinotega
Telefax: 782-3210 y Celular: 832-2379. Email: armandojie@hotmail.com
Persona contacto y cargo: Sofía Espinosa Ortiz, Presidente

Cooperativa Multisectorial La Reforma R.L.

Cooperativa de productores de café
Dirección: La Fundadora, Jinotega
Persona contacto y cargo: Julio Zamora Valdivia, Presidente

Cooperativa 22 de Septiembre La Sultana

Cooperativa de productores de café
Dirección: Comarca Las Lagunas, La Sultana, Jinotega
Persona contacto y cargo: René Duarte Mendoza, Presidente

Grupo de Productores Aranjuez

Cooperativa de productores de café
Dirección: Río Jigüina-Reserva El Arenal, Aranjuez, Carretera Matagalpa-Jinotega. Jinotega.
Teléfono: 250-8740 y 249-1062.
Persona contacto y cargo: Byron Corrales, Presidente

Grupo de Mujeres de El Tuma

Asociación de productoras de café
Dirección: Finca El Tuma, Matagalpa.
Teléfono: 772-5650 y 7722409.
Persona contacto y cargo: Gladys Bolt, Propietaria y asociada

Finca Melanie

Productor independiente de café
Dirección: costado Este de la ciudad de Jinotega, comarca Las Mercedes, sector de la hacienda Los Papales.
Teléfono: 782-3210 Celular: 832-2379
Persona contacto y cargo: Verónica Mendoza, Propietaria

Cooperativa Nuevo Amanecer

Cooperativa de productores de café
Dirección: Finca La Parranda, Comarca La Fundadora, Jinotega.
Teléfono: 782-3578 y 782-3579
Persona contacto y cargo: José Ángel Laguna, Presidente

Finca San Antonio

Productor independiente de café
Dirección: Comarca Las Escaleras, Matagalpa.
Teléfono: 772-3819
Persona contacto y cargo: María Mairena de Gunke, Propietaria

Cooperativa de Ahorro Crédito y Servicios Múltiples (SERVIMUL R.L.)

Cooperativa de productores de cardamomo
Dirección: Iglesia Católica 1 c al Este, 1.5 c al Sur. San Rafael del Norte, Jinotega.
Celular: 610-8903. Teléfono: 251-8477. E-mail: rojoubeda@yahoo.com
Persona contacto y cargo: José Benito Úbeda Zeledón, Presidente

Transformación y comercialización

Cacao Nica

Empresa transformadora, comercializadora y cooperativa de cacao
Dirección: de la Agencia Coca Cola 1/2 c al Sur. Waslala, Matagalpa. Apartado Postal 2389
Teléfono: 265-8368 y Fax: 265-7520. E-mail: promundo@ibw.com.ni
Persona contacto y cargo: Enrique Ríos Jerez, Presidente

Cooperative Business Internacional (CBI de Nicaragua S.A.)

Empresa comercializadora de café

Dirección: Centro Comercial Catalina, Módulo B-6, Calle de los Bancos. Matagalpa.

Teléfono: 772-6924 y Fax: 772-6020. E-mail: rwilkins@ibw.com.ni

Persona contacto y cargo: Roberto Wilkinson Sánchez, Gerente Empresa

Beneficio SOLCAFE S.A.

Empresa transformadora de café

Dirección: Km. 120 carretera Managua-Matagalpa. Matagalpa

Telefax: 772-2643. E-mail: solcafe@ibw.com.ni

Persona contacto y cargo: Hamilton Rivera/Gerente General

Central de Cooperativas Cafetaleras del Norte (CECOCAFEN R.L.)

Empresa comercializadora y cooperativa de café

Dirección: Enitel 1 1/2 c al Norte. Matagalpa

Teléfono: 772-6353 y Fax: 772-3386. E-mail: cecocafe@ibw.com.ni

Persona contacto y cargo: Pedro Haslam M., Gerente

Cooperativas de productores de CECOCAFEN:

El Diamante, José Dolóres Hernández (El Bijao), José Ramón Colindres, Héroes y Mártires de Yale,

La Esperanza (El Coyolar), La Providencia (Wiwilí), Productores de café de Waslala (CORWAS),
Café Orgánico Yucul, Multisectorial Apante (COOAPANTE)

Esperanza Coffe Group S.A.

Empresa transformadora y comercializadora de café

Dirección: Km 120 carretera Sébaco–Matagalpa. Matagalpa. Apartado Postal 122

Teléfono: 772-6690 y 772-2719. E-mail: esperanzacoffee@tmx.com.ni

Persona contacto y cargo: Carlos Javier Mejía Palacios, Presidencia de la Empresa

Sociedad de Pequeños Productores y Exportadores de Cooperativas de Café (SOPPEXCCA)

Empresa cooperativa y comercializadora de café

Dirección: Ferretería Blandón Moreno 1 c al Oeste. Jinotega, Jinotega.

Teléfono: 772-2617. E-mail: soppexcc@tmx.com.ni

Persona contacto y cargo, Leonardo Valle Delgado, Presidente

Beneficio MAGSA

Empresa transformadora de café

Dirección: Km 120 carretera Matagalpa-Managua. Matagalpa.

Telefax: 772-2648. E-mail: magsa@ibw.com.ni

Persona contacto y cargo: Miguel Ángel Gutiérrez Arauz, Gerente General

Beneficio San Pedro

Empresa transformadora de café

Dirección: Salida a Chagüitillo, Sébaco, Matagalpa.

Teléfono: 772-2189 y Fax: 772-2137

Persona contacto y cargo: Carlos Núñez, Gerente

CENTRO SUR
Boaco–Chontales

Producción y comercialización

Cooperativa de Servicios Agropecuarios Tierra Nueva R.L. (COSATIN)

Cooperativa de productores de miel de abejas y café
Dirección: del portón del Instituto de Boaco 150 mts al Este, Portón Blanco. Boaco, Boaco
Telefax: 542-1674. E-mail: cosatin@sdnnic.org.ni
Persona contacto y cargo: Jorge Abarca Trujillo, Gerente General

Asociación de Apicultores de Boaco (APIBO)

Asociación de productores de miel de abejas
Dirección: Salida a Boaco hacia Buenaventura 4 km, contiguo al Colegio Divina Misericordia.
Boaco
Telefax: 542-1606. E-mail: apibo@tmx.com.ni
Persona contacto y cargo: Vidal Salinas Ruíz, Presidente

Cooperativa de Servicios Múltiples San Isidro, R.L.

Cooperativa de productores de café
Dirección: Frente a Biblioteca Municipal de Boaco, contiguo a UNAG. Boaco
Teléfono: 542-1822. E-mail: cafboaco@ibw.com.ni
Persona contacto y cargo: Miguel Amaya García, Presidente

Floricultura Nicaragüense, S.A. (NICAFLOR)

Empresa productora, transformadora y comercializadora de flores y follajes
Dirección: del Estadio municipal 200 mts al Sur en Juigalpa y en Managua Altamira D'Este de
SINSA 70 mts al Sur, Casa N° 434. Juigalpa, Chontales. Apartado Postal 37
Telefax: 512-1770; Managua: 270-6041. E-mail: picaflor@ibw.com.ni Página: www.nicaflor.com
Persona contacto y cargo: Armando Enríquez Duarte; Presidente

Transformación y Comercialización

Beneficio Santa Rita

Empresa transformadora de café.
Dirección: entrada a Teustepe 1 km 1/2 a Teustepe antes de llegar al puente portón blanco. Teustepe, Boaco.
Telefax: 542-2625. E-mail: irene98@ibw.com.ni
Persona contacto y cargo: Bayardo Castilblanco Pérez, Propietario

Fomento y Comercialización Apícola Nicaragüense (FOCANICSA)

Empresa comercializadora de miel de abejas.
Dirección: salida a Boaco hacia Buenaventura 4 km, contiguo al Colegio Divina Misericordia.
Boaco.
Telefax: 542-1606. E-mail: apibo@tmx.com.ni
Persona contacto y cargo: Roque Fanor Morales, Presidente

Anexo 1**Lista de participantes en los talleres regionales de consulta****Taller de Juigalpa, Chontales 27 de Marzo 2003****Lista de los productores**

Nombre	Tipo de Productor	Contacto	
		Dirección:	Tel/Fax:
Agustín O. Suárez	Independiente	Juigalpa	
Aníbal Montiel	Independiente	Juigalpa	0812-0988
Ismael Plata González	Natural	Juigalpa	0812-1683
Natividad Las Mercedes	Natural	Juigalpa	
Santiago Miranda R.	Bajos Insumos	Boaco	
Erick José Rosales	Bajos Insumos	Boaco	
Terencio Castro	Natural	Boaco	
Carlos Vidal Flores Silva	Bajos Insumos	Juigalpa	
Inés García Morales	Natural	Juigalpa	
Nimer Urbina Cruz	Bajos Insumos	Cuapa	
Fidel Marín	Convencional	Llano Grande, Cuapa	
Isidro Urbina	Convencional	Cuapa, El Rodeo No. Dos	
Manual Suárez M.	Bajos Insumos	Cuapa, La Coyotera	
Denis Cleto Ríos	Bajos Insumos	Comalapa	
Urania Gadea	Natural	Apompua	0812-1683
Antonio Gámez	Natural	San Lorenzo, Boaco	
José Ángel Urbina	Bajos Insumos	San Lorenzo, Boaco	
Boanerges Gómez	Bajos Insumos	San Lorenzo, Boaco	
Vicente Reyes Saballos	Natural	Acoyapa	
Agustín González Marengo	Natural	Santo Tomás, Chontales	
Marvin José Gutiérrez	Natural	Santo Tomás, Chontales	
Roberto Gutiérrez	Natural	Santo Tomás, Chontales	
Oscar Velásquez	Bajos Insumos	Juigalpa	
Javier Martínez	Bajos Insumos	Santo Tomás, Chontales	
Gilberto Miranda	Bajos Insumos	Santo Tomás, Chontales	
José Tomás Amador Suárez	Convencional	Juigalpa	
Ana María Sánchez López	Bajos Insumos	Juigalpa	
Erlinda Madriz	Natural	Juigalpa	
Rita Galagarza	Natural	Juigalpa	
Agustín Medina Oporta	Bajos Insumos	Juigalpa	
Clifford López Martínez	Natural	Pasco	0849-2410 / 0849-0282

Lista de representantes de instituciones y organismos

Nombre	Organismos	Contacto	
		Dirección:	Tel/Fax:
Felipe Bermúdez	INTA, Especialista Zonal	Juigalpa	0812-0254
Oscar Lazo Juárez	INAFOR	Juigalpa	0812-1958
Bayardo Guzmán	UNAG	Boaco	0842-2609
Juan Manuel García	INTA	Juigalpa	
Yelba Tablada	Alcaldía	Juigalpa	0812-2602
Jader Fernández	Alcaldía	Juigalpa	0812-2602
Belice Madrigal	SILAIS	Juigalpa	0812-2821
Fabiola Díaz	MAGFOR	Juigalpa	0812-0878
Manuel Figueroa	UNA	Juigalpa	
Erwing del Castillo	Alcaldía de Juigalpa	Juigalpa	0812-2254
Cesar Martínez Ríos	UNAG	Juigalpa	
Alfonso Díaz Barquero	MAGFOR	Juigalpa	0812-2710
José Nicolás Sequeiro	MAGFOR	Juigalpa	
Luis Adolfo Robleto	MARENA	Juigalpa	0812-2725
Mercedes Sequeiro	Corresponsal de La PRENSA	Juigalpa	0812-1940
José Adán Rocha	UNA	Juigalpa	
Sergio Cantarero	Liceo Agrícola, René Schick	Juigalpa	
Alejandro Valle	INTA, San Lorenzo Camoapa	Camoapa	08421516/08859081
Carlos Díaz Miranda	UNAG	Juigalpa	0812-2718
Vidal Martínez	UNAG	RAMA	
Rafael Salazar	INTA, Centro Sur	Juigalpa	0812-2149
Nelly Acuña	Liceo Agrícola Rene Schick	Juigalpa	0812-2341
Javier Gómez Solís	Alcaldía de Comalapa	Comalapa	
Hanzel Marín	INTA, Santo Tomás	Santo Tomás, Chontales	0819-2653
Eusebio Chavarría	INTA	Juigalpa	
Deysi Rivero	ADM, Camoapa	Camoapa	0849-2489
Carlos Salazar	COMERCAP	Juigalpa	0812-1322
Wilfredo Madrigal	ASOPEC	Juigalpa	0812-0881
Harold Martínez	COMERCAP	Juigalpa	0812-1322
Alberto Mendoza	UNAG	Boaco	0842-2609
José R. León	UNAG	Boaco	0842-2609
Lino Castro A.	INTA	Camoapa	0849-2387
José Benito Membreño	INTA	Juigalpa	0812-1935
Aydalina Berroterán	UNA	Juigalpa	0812-1373
Benjamín Calero	IDR	Boaco	0842-2460 /1557
Marvin Miranda	Radio Centro	Juigalpa	0812-2448 /2660
Rolando López	CAJA RURAL	Boaco	
Severino Miranda	UNAG	Boaco	
Fernando Obando	INTA	San Carlos, Río San Juan	0283-0122
Freddy Ocampo	INTA	Juigalpa	0812-0754
Esperanza Castro	UNA	Juigalpa	0812-1873
Róger Hernández	PROVISAVE	Boaco	0842-2552
Rodolfo Mejía	UNAPA	Juigalpa	0812-0831
Francisco Leiva	Radio Asunción	Juigalpa	0812-1514
Martha González	INAFOR	Juigalpa	0812-1958
Gonzalo Bellanger	Alcaldía de COMALAPA	Comalapa	0849-2048
Nivaldo Solano	UNAG	El Coral	
Jerry Hernández	Canal 14 Periodista	Juigalpa	0812-2066
David Varela	INTA	Juigalpa	0812-2149
Romilio Ampié	UNA	Juigalpa	

Taller de San Carlos, Río San Juan, 03 de Abril 2003**Lista de productores participantes**

Nombre	Tipo de Productor	Contacto	
		Dirección:	Teléfono/ Fax:
Jose Benito Moreno	Natural	La Pedrera, Laurel Galán	
José Emilio Moreno	Natural	La Pedrera, Laurel Galán	
José Agustín Saavedra	Independiente	Laurel Galán	
Tomás Pichardo González	Independiente	Laurel Galán	
Juan Moreno	Independiente	Laurel Galán	
Héctor Umansor	Independiente	Laurel Galán	
Ramón Iván García	Independiente	Laurel Galán	
René Rugama	Independiente	Laurel Galán	
Catalina Guadamuz López	Organizado	Boca de Sábalos	
Pedro Rugama Guzmán	Natural	Laurel Galán-San Carlos	
Rafael Obando Sandoval	Natural	Santa Isabel	
Arles Manuel Díaz Q.	Natural	Buena Vista, Río Sábalos	
Alberto Martínez	Natural	Buena Vista, Río Sábalos	
Justino Alemán	Independiente	Buena Vista, Río Sábalos	
Cristóbal Obando Mairena	Organizado	Maravilla, El Castillo	
José Ángel Rivera	Organizado	Las Azucenas, San Carlos	
Ramón Pineda	Organizado	Los Chiles	
Alejandro Duarte Pérez	Organizado	Las Azucenas, San Carlos	
Antonio Espinales	Organizado	Asentamiento La Venada	
Pilar Guido	Organizado	Asentamiento La Venada	
Faustino Aguilar García	Organizado	Las Maravillas No. 1 Los Chiles	
Maritza Martínez	Organizado	Melchorita	
Félix Pedro Salgado	Organizado	Los Laureles	
Mendiola			
Prudencio Arce	Organizado	Los Chiles	
Petrona Monterrey	Organizado	Santa Isabel	
José Porfirio Mejía	Organizado	Laurel Galán	
Félix Pedro Castillo	Organizado	Laurel Galán	
Concepción López Miranda	Organizado	Laurel Galán	
José Isidro Lazo	Organizado	Mancha El Coyol	
Valentín Brenes Jarquín	Organizado	Buena Vista, El Castillo	
Domingo Ramírez	Organizado	El Tule	
José Omar Rodríguez S.	Independiente	Melchorita	
Francisca Lazo	Organizado	New Oporta	
José Félix Rodríguez J.	Independiente	Melchorita	
José Siriaco Chávez	Organizado	Melchorita	
Ubalдина Torrez	Organizado	San Miguelito	
Estelbina Ríos	Organizado	New Oporta	
Martha Orozco	Organizado	New Oporta	
Rosalina Jirón	Organizado	New Oporta	
Andrea Ávalos	Organizado	New Oporta	
Tomasa Lazo	Organizado	Tamboral Norte	
Francisca Morán Lazo	Organizado	Tamboral Norte	
Julio Ochoa Sávalos	Independiente	Río Frío	
Adela López Maradiaga	Independiente	Río Frío	
Luis Beltrán Argüello	Independiente	Río Frío	
Reyna Isabel Zavala	Independiente	Río Frío	
Nicolás Oporta López	Organizado	Los Chiles	
Roberto García García	Organizado	San Carlos	
Teófilo Ávalos Rivera	Organizado	San Miguelito	
María Cristina Aguilar	Organizado	Comunidad de México	
Adolfo Orozco V.	Independiente	Tule	
Ramón García Flores	Organizado	Laurel Galán	

Lista de representantes de instituciones y organismos

Nombre	Organismos	Contacto	
		Dirección:	Teléfono/ Fax:
Luz Marina Pérez Sandoval	FUMSAMI	San Miguelito	0552-8807
Jessenia Sandoval	FUMSAMI	San Miguelito	0552-8807
Efraín Duarte Hernández	Aldea Global	San Miguelito	0552-8800
Martín Salinas	MUSAM	San Miguelito	0552-8807
Donald López Bravo	ACRA, Río San Juan	San Carlos	02496269/0283-0095
Santos Feliciano Herrera Lira	INTA	La Venada, Grupo II	
Gilberto Antonio Pérez	Fundación del Río	El Castillo	
Mauricio Gaitán Reyes	Consejo Municipal	San Carlos	0283-0230
Maribel Chamorro	Alcaldía	San Carlos	0283-0230 / 0231
Alicia Paucar de Vega	PASMA-DANIDA	Boca de Sábalos	02701903/02632156
Griselda Guardián	Alcaldía	San Carlos	0283-0231
Brenda Balladares	Alcaldía	San Carlos	0283-0231
Abraham Downs Galeano	SILAIS	San Carlos	0283-0249
Danelia Osejo	Univer. Pablo Freire.	San Carlos	0283-0078
José Alfredo Alemán	CELGEL	Menchorita	
Julio Terán	MAGFOR	San Carlos	0283-0369
Fernando Maldonado López	FUSADES	San Carlos	0283-0241
Nicole García Estrada	MAGFOR	San Carlos	0283-0394
Antonia Espinales	Auxilio Mundial	San Carlos	0283-0077
Noemí Bellorine Dávila	ASODELCO	San Carlos	0283-0247
Virgilio Zamora	INTA	Morrito	0283-0122
José Emilse Amador U.	INTA	San Carlos	0283-0122
Edgard Antonio Silva	INTA	San Carlos	0283-0122
Jairo Blanco Marín	INTA	San Carlos	0283-0122
Nelson Limate Abarca	UNAG	San Carlos	0283-0371
Ottmar Gómez Terán	SAVE/MAGFOR	San Carlos	0283-0226
Roberto Blandón López	CENADE	El Almendro	0528-8850
Freddys Ocampo	INTA	Juigalpa	0812-2149
Hansel Marín Díaz	INTA	Santo Tomás, Chontales	0819-2653
Jorge L. Ocampo S.	SELF-HELP-INTT	San Carlos, Río San Juan	0283-0248
José Efraín Segura G.	SUDESA	Managua	0819-2082
Ronald Estrada	Fundación del Río	Fundación del Río	0283-0235
Danny Oporta	UNAG	San Carlos, Río San Juan	0283-0371
Fernando Obando R.	INTA	San Carlos, Río San Juan	0283-0122
Renato Padilla	FUNDE VERDE	San Carlos, Río San Juan	0283-0080
José Benito Membreño	INTA, Centro Sur	Juigalpa	0812-1935
David Varela Torres	INTA, Centro Sur	Juigalpa	0812-2149
José Manuel Reyes Flores	FUNDE VERDE	San Carlos, Río San Juan	
Jimmy Orozco Guzmán	FUNDE VERDE	San Carlos, Río San Juan	0283-0080

Taller de Nueva Guinea, RAAS 08 Abril 2003

Lista de productores (as)

Nombre	Tipo de Productor	Contacto	
		Organismos	Dirección:
José Dionisio Taleno Martínez	Organizado	Sano y Salvo	Centro Sur, Monte Verde
José Andrés Taleno García	Organizado	Sano y Salvo	Centro Sur, Monte Verde
Carlos Díaz Mendoza	Organizado	Sano y Salvo	Colonia Los Laureles Norte
Victoriano Fidel Jarquín A.	Organizado	Sano y Salvo	Comarca Buena Vista
Cristóbal Guillén Somarriba	Organizado	Sano y Salvo	Río Plata
Oscar Jesús López Jarquín	Organizado	Sano y Salvo	Santa Isabel del Pajarito
Bizmar Amador Núñez	Organizado	Sano y Salvo	Río Plata
Alfonso Núñez Bravo	Organizado	Sano y Salvo	Atlanta
Pastora Rodríguez García	Organizado	Sano y Salvo	Atlanta
Mercedes Escoto León	Organizado	Sano y Salvo	RAMA
Ramiro López Molina	Organizado	Sano y Salvo	Nueva Guinea
Sebastián Duarte Téllez	Organizado	Sano y Salvo	Buena Vista
Abel Rivera Urbina	Organizado	Sano y Salvo	Nueva Guinea
Víctor Nicundano	Organizado	Sano y Salvo	Nueva Guinea
Thomas Oporta	Organizado	Sano y Salvo	Buena Vista
Norlin Cantillano	Independiente		Nueva Guinea, Callo Chiquito
Roberto Salazar Rivas	Organizado	Sano y Salvo	El Delirio, RAMA
José Santos López Lira	Organizado	Sano y Salvo	RAMA
Ramona Quintero Balladares	Organizada	FADGANIC, INTA	RAMA
Emilia Oporta	Organizada	FADGANIC	Comarca Colorado, RAMA
Leticia Rodríguez	Organizada	FEMOPROCAM	Río Plata
Amparo Amador	Organizada	FEMOPROCAM	Colonia Los Ángeles
Julietta Navarro	Organizada	FEMOPROCAM	Naciones Unidas
Lucrecia Flores Chavarría	Organizada	La Esperancita	Nueva Guinea
Cruz Cerna Peña	Organizada	INTA	Los Ángeles
Juan José Mejía García	Organizado	INTA	Montevideo
Fernando M. Amador Suárez	Organizado	INTA	Río Plata
Paula Artola Toledo	Organizada	INTA	San Antonio
Carlos Rodríguez Bravo	Organizado	INTA	Enchape
José Miguel Castellón Moreno	Organizado	Sano y Salvo	Colonia Los Fonseca
Misael Muñoz Idiáquez	Organizado	INTA	Colonia La Esperanza
Nelson Guillén Somarriba	Organizado	Sano y Salvo	Río Plata
Román Hernández	Organizado	UNAG	La Esperanza
Aura Velia Canales Mairena	Independiente		Nuevo León
Cristóbal Sánchez	Organizado	Auxilio Mundial	Comarca La Goya, La Esperanza
Hugo Sánchez Jirón	Organizado	Auxilio Mundial	Comarca La Goya, La Esperanza
Giovanni Sánchez	Organizado	INTA	Comarca La Goya, La Esperanza
Armando Palma	Organizado	Auxilio Mundial	Nueva Guinea
Santos Sánchez Hernández	Organizado	INTA Y ADEC	Yolaina
Freddy Ramírez	Organizado	INTA	Comarca Toldinga, El Almendro
Camilo García Ríos	Organizado	INTA	Villa Álvarez, El Almendro
Hernaldo Gutiérrez	Organizado	INTA	Los Laureles
Gregorio Nasiano Pérez	Organizado	INTA y Auxilio Mundial	La Esperanza, Nueva Guinea

Lista de representantes de instituciones y organismos

Nombre	Organización	Cargo	Contacto
			Teléfono/ Fax:
Moisés López Centeno	MAGFOR	Delegado	02850106
Felícito Cantillano Álvarez	PARA-DC-IDR	Delegado	02850179
Maxell Daniels	La Esperancita	Delegado	
Moisés Mejía Zapata	OTR	Delegado	02850190
Armando Altamirano	Proyecto Sur-Este, MARENA-GTZ	Delegado	02850220
Gerd Schnnepel	Sano y Salvo	Delegado	
José Andrés Duarte	FADGANIC	Delegado	08170346
Donald Lazo Trujillo	PL-480	Delegado	08170344
Etanislao Velásquez Rodríguez	A.D.P.	Delegado	02850004
Pedro Antonio Zeledón	UPONIC	Delegado Académico	02850233
Job Sevilla Mendoza	CEPAD	Comercialización	02850086
Wilber Baltodano Sotelo	INTA	Especialista en Semilla	08121935
Byron Cruz Orozco	INTA	Jefe de Oficina	02850106
Erasmó Amador Campo	INTA	Agente de Extensión	02850106
Julissa Báez Saballos	INTA	Agente de Extensión	02850106
Wilfredo Jarquín	IPADE	Organización	08170089
Harold Blandón Castro	CEPAD	Nueva Guinea	02850139
Arsenio Alvir Palacio	CEPAD	Nueva Guinea	02850139
Carlos Amador	IPADE	Comercialización	08170089
Oveida Morales	IPADE	Coordinadora	08170089
Emmanuel Barrera Duarte	UNAG	Coordinador Técnico	02850011
Elba Rivera	La Esperancita	Educadora	
Álvaro Navarrete Báez	INTA-Nueva Guinea	Agente Extensivo	02850106
Roberto José López	ADEC	Técnico	02850219
Yelba Gómez P.	INATEC	Computación	
Berdien Lageschaar	La Esperancita	Cooperante	
Jorge Picado	Nueva Guinea	Laboratorio	02850072
Noel Duarte	CAMA	Jefe de Oficina	08170172
Juan Francisco Herrera	Facilitador		
Freddys Ocampo Z.	INTA-Juigalpa	Facilitador	
Hansel Marín Díaz	INTA-santo tomas	Santo Tomás	08192653
José Benito Membreño	INTA-Juigalpa	Director	08121935
Freddy Río Requeses	INTA	Nueva Guinea	02850106
Geovanni Reyes	INTA Nueva Guinea	Agente de Extensión	02850106
Constantino Pehien	INTA Nueva Guinea	Agente de Extensión	02850106
Jairo Quiroz Largaespada	Alcaldía de N. Guniea	Vicealcalde	02850101
Walter Mejía	Cood. Internacional		02850207
Toni Urbina Rodríguez	Auxilio Mundial	Técnico	02850066
Jimmy Hernández	Juigalpa		

Taller de Bluefields, RAAS 24 de Abril**Lista de productor@s**

Nombre	Tipo de Productor	Contacto	
		Dirección:	Teléfono/ Fax:
Alfredo Méndez López	Organizado con Ayuda en Acción	Kukra Hill	
Bismarck Mena	Organizado con Ayuda en Acción	Kukra Hill	
Brígido López Centeno	Organizado con la UNAG	San Mariano	
Camilo Salinas	Independiente	Arenita Kukra Hill	
Daniel Cunnigham	Organizado con Ayuda en Acción	Kukra Hill	
Elvis Jackson	Independiente	Bluefields	08222819
Emilio Medrano	Organizado con Ayuda en Acción	Kukra Hill	
Felícita Blandón	Organizado con FADGANIC	Laguna de Perlas	
José Daniel Loáisiga	Organizado con Unión de Grupos Productivos RAAS	Bluefields	
José Isabel Díaz Gámez	Organizado Cooperativa Noel Ortega Castillo	Kukra Hill	
Lloyd A. Forbes	Organizado	Bluefields	
Luis Mairena	Independiente	Kukra Hill	
Marvin Powell	Organizado con Ayuda en Acción	Sector 1 de Kukra Hill	
Migdonio Astorga Mejía	Organizado con Ayuda en Acción	Kukra Hill	
Santos Francisco López Cruz	Organizado Cooperativa Noel Ortega Castillo	Kukra Hill	
Wayne Cuthbert Kain	Independiente	Laguna de Perlas	

Lista de representantes de instituciones y organismos

Nombre del Participante:	Organización	Contacto	
		Dirección:	Teléfono/ Fax:
Arlette Campbell	URACCAN	Bluefields	08221306
Chéster James	INTA	Juigalpa	
Dumarck Abella T.	Alcaldía	Bluefields	08222203
Eduardo Villachica	INTA	Juigalpa	08120734
Freddy Rivero	Alcaldía	Bluefields	08222503
Freddys Ocampo	INTA	Juigalpa	08120754
Hanzel José Marín Díaz	INTA	Santo Tomás	08192653
Javier Espinoza	FADGANIC	Bluefields	08222386
Jean Paul Meza Acevedo	URACCAN	Bluefields	08221308
Johnny Hodgson	Ayuda en Acción	Kukra Hill	08220505
Jorge Solano	MAGFOR	Bluefields	08222095
Leonel Mercado	Ayuda en Acción	Kukra Hill	08220505
Marvin González	Cosecha Sostenible/Fundeso	Bluefields	08220617
Noel Duarte Rivas	INTA	Rama	08170172
Ramón Osejo	APRODENICA	Bluefields	08222478
Reynaldo Juárez	FADGANIC (Facilitador)	Bluefields	08222386
Steve Augustus Hayes	MAGFOR	Bluefields	08222095
Vida Luz Castro	Corredor Biológico del Atlántico (CBA)	Bluefields	08222536
Wilfredo Espinoza	MARENA	Bluefields	08222324

Taller de la Isla de Ometepe, 29 de Abril**Lista de productores(as)**

Nombre	Tipo de Productor	Comunidad
Pedro José Mena	Organizado Cooperativa Alejandro Álvarez Triguero	Pull
Emilia Barrios Salazar	Organizada con Fundación Entre Volcanes	Los Ramos
Facunda Lanuza Díaz	Organizada con Proyecto de Agricultura Sostenible	San Marcos
Manuel Flores	Organizado con Café Orgánico	Mérida
Reinaldo Zavala Pasos	Organizado Cooperativa de Productores Orgánicos de Ometepe	Mérida
Mercedes Méndez Hernández	Organizada con el INTA	Mérida
Emilio Jaen	Independiente	Altagracia
Daniel Flores	Organizado con Café Orgánico	Mérida
José Ricardo Monje Barrios	Organizado con Asociación APA/INTA	Altagracia
José Silvestre Mena Ruiz	Organizado con INTA	San Marcos
José de la Cruz Ulloa	Organizado con Proyecto de Agricultura Sostenible	La Flor
José Daniel Díaz	Organizado con Fundación Entre Volcanes	Urbaite
Isidro Hernández Martínez	Organizado con Fundación Entre Volcanes	Santa Teresa
Ada Meriz Aguirre Bonilla	Organizada con Fundación Entre Volcanes	Santa Teresa
Roberto Paladino	Organizado con Cooperativa de Servicios Múltiples	Balgue
Hipólito Cerna	Organizado con INTA	Moyogalpa
Luis Róger Álvarez Salazar	Organizado con el Proyecto de Agricultura Sostenible	Moyogalpa
Cándida Espinosa	Organizada con el Proyecto de Agricultura Sostenible	Esquipulas
Juan Bautista Aguirre Potoy	Organizado con el Proyecto de Agricultura Sostenible	San José del Sur
Manuel Rodríguez Hernández	Organizado con Cooperativa PROTEXON	Moyogalpa
Daniel García Calderón	Independiente	Moyogalpa
Fidel Álvarez	Organizado con Fundación Entre Volcanes	San Miguel
Abiud Saballos	Organizado con Cooperativa PROTEXON	Moyogalpa
David Juárez	Organizado con Cooperativa PROTEXON	Esquipulas
Martha Centeno	Organizado con el Proyecto de Agricultura Sostenible	Corosal
Diego Hernández	Organizado Cooperativa de Productores Orgánicos de Ometepe	Urbaite
Luis Alberto Márquez	Organizado con Asociación de Productores de Plátano	Altagracia
Gerardo Velásquez Sequeira	Organizado con Cooperativa de Servicios Múltiples	La Palma
Estela Barrios	Organizada con Fundación Entre Volcanes	Urbaite
Socorro Alemán Villanueva	Organizada con Fundación Entre Volcanes	Tilgue
Roberto Muñoz Álvarez	Organizado con PAS y Cooperativa de Servicios Múltiples	San Lázaro

Lista de representantes de instituciones y organismos

Nombre	Organización	Contacto	
		Dirección	Teléfono/ Fax:
Carlos Barrios	Fundación Entre Volcanes (Facilitador)	Altagracia	04594118
Ismael González	Fundación Entre Volcanes	La Flor	04594118
Juan Francisco Herrera	Facilitador del Taller	Managua	2225219
Leonardo Rosales	Fundación Entre Volcanes	Pull	
Marianeth Caldera Barrios	Proyecto de Agricultura Sostenible	Altagracia	04594220
Mario Rocha	INTA-Rivas (Facilitador)	Rivas	04534099
Orlando Cruz Meza	Fundación Entre Volcanes	Altagracia	04594118
Orlando Cruz Mora	Proyecto de Agricultura Sostenible (Facilitador)	Moyogalpa	04594220
Rommel Morales	MEDA	Esquipulas	04534048

Taller de Bilwi, Puerto Cabezas, RAAN 06 de Mayo 2003.**Lista de productores(as)**

Nombre	Tipo de Productor	Contacto	
		Dirección:	Teléfono/ Fax:
Raul Tobías	Productor	Waspam	
Leandra Clarens	Productor	Kisalaya	
Francisco Suárez	Productor	Maniwatla	
Juan Espinosa	Productor	Waspam	
Dereno Bans	Productor	Sukatpin	
Ervasio Chow	Productor	Kisalaya	
Algina Bushey	Productor	Krukira	
Pio Alfonso	Productor	Ulwas	
Amilcar Padilla	Productor	Alcaldía de Sahsa	
Mario García	Productor	Puerto Cabezas	
Benito Rivera	Productor	Sahsa	
Florentino Padilla	Productor	Santa Fe	
Agustín Alarcón	Productor	San Alberto	
Abelardo Blanco	Productor	Santa Fe	
Rigel Zacarías	Productor	Musawás	
Wilson Gutiérrez	Productor	ALAL	
José Denis	Productor	Bilwi	
Levan Bodend	Productor	Bilwi	
Clorinda Medina	Productor	Nazareth	
Carmen Balderramos	Productor	Lapan, Puerto Cabezas	
Raúl Ocampo Castillo	Productor	Puerto Cabezas	
Karla Vanesa Gutiérrez T.	Productor	Bilwi	
Donly Warman B.	Productor	Bilwi	
José Ant Castillo P.	Productor	Bilwi	
José Francisco Zeas	Productor	Bilwi	
Jilma Medrano	Productor	Bilwi	

Lista de representantes de instituciones y organismos

Nombre	Organismo	Contacto	
		Dirección:	Teléfono/ Fax:
Iquigalla Berst	MAGFOR	Waspam	
Marcos Lentch	Alcaldía	Puerto Cabezas	
Edwin García	MECA	Waspam	
José Ángel Manzanares	PANA, PANA	Waspam	0222-2473
Ernesto Morehs	PANA, PANA	Waspam	
Rosa Haydée Vanegas	INTA	Waspam	
Humberto Méndez	Alcaldía	Puerto Cabezas	0222-2329
Rubén Tobías	INTA	Puerto Cabezas	
Arlen Fenly	Alcaldía	Puerto Cabezas	0222-2329

Taller de Siuna, RAAN, 08 de Mayo 2003

Lista de productores(as)

Nombre	Tipo de Productor	Contacto	
		Dirección:	Teléfono:
Jose Luis Centeno Rocha	Natural	Doce Rosita	
Martha Castillo Valle	Natural	Brisa	
Patricio Soza Flores	Natural	Waspuko	
Bruno Antonio Calderón	Natural	Fonseca	
Julio Peralta Rodas	Bajos Insumos	Mongallo	
Mateo Acuña Peralta	Bajos Insumos	Mongallo	
Emilio Arosteguí	Bajos Insumos	Brisa, Siuna	
Santos Martínez A.	Bajos Insumos	Negrowas, Siuna	
Audilia Peralta Talavera	Bajos Insumos	Mongallo, Siuna	
Ceferina Amador	Bajos Insumos	Negrowas, Siuna	
Heriberto Mairena Martínez	Bajos Insumos	San Martín, Siuna	
Jesús Santos Flores	Bajos Insumos	Ya Oya, Siuna	
Juan Gregorio Valle	Bajos Insumos	Ya Oya, Siuna	
Teofilo Urbina	Bajos Insumos	Mongallo, Siuna	
Miguel Urbina	Bajos Insumos	Mongallo, Siuna	
Dionisia Hernández	Natural	Ya Oya, Siuna	
Rosibel Rivas C.	Natural	Mongallo, Siuna	
Miguel Gómez Aguilar	Natural	Alo Central, Siuna	
Juan Martínez	Bajos Insumos	Santa Fe, Siuna	
Rafael Flores Blandón	Bajos Insumos	San Martín, Siuna	
José Francisco Torres	Natural	Ojo de Agua, Siuna	
Julio Matamoros	Natural	Ojo de Agua, Sluna	
Marcelino Sánchez G.	Bajos Insumos	Brisa, Siuna	
Gregorio López	Bajos Insumos	Alobetel, Siuna	
Maura Elisa Lira Calero	Natural	San Martín, Siuna	
Denis Flores Obando	Natural	Waspuko	
Martha García	Natural	Ya Oya	
Ricardo Rodríguez	Bajos Insumos	Caño Seco	
Francisco Barrera	Natural	Tadasna	
Claudina Rodríguez	Natural	Fonseca	
Saturnina Rivera	Natural	Tadasna	
Rodolfo Ibarra	Natural	Tadasna	
Vicente Trujillo	Bajos Insumos	Ojo de Agua	
Donato Morales G.	Natural	La Gasolina	
Andrés Bermúdez	Natural	Las Vegas	
Paz Flores	Bajos Insumos	ULIS	
Julio Argüello	Natural	Negrowas	
Fausto Aguilar	Natural	Fonseca	
Rodolfo Duarte H.	Natural	Campo Uno	
Roldan Rayo Sosa	Bajos Insumos	Rosa Grande	
Alejandrina Lumbiz	Bajos Insumos	Santa Fe	
Celestino Flores	Natural	Ulis	
Víctor Duarte H.	Natural	Campo Dos	
Daniel García	Bajos Insumos	Waspado	
Gumerinda Talavera	Bajos Insumos	Caño Seco	
Pedro Martínez	Natural	Bálsamo	
José Jarquín Zamora	Bajos Insumos	Bálsamo	
Elitelio Mairena Sáenz	Bajos Insumos	Oro Fino	
Eulalio Barrera	Natural	Ojo de Agua	

Lista de representantes de instituciones y organismos

Nombre	Organismos	Contacto	
		Dirección:	Teléfono/ Fax:
Roberto Castro	CARUNA	Siuna	0273-2016
Justo Aguinaga	Alcaldía	Siuna	0273-2001
Carlos Urbina	Alcaldía	Siuna	0273-2001
Guillermo Canales	MARENA Bosawas	Siuna	0273-2036
Floricelda Martínez	INATEC	Siuna	0273-2115
Jamileth Méndez	INATEC	Siuna	0273-2115
Jesús Dávila	INATEC	Siuna	0273-2115
Boanerges Jarquín	INATEC	Siuna	0273-2115
Margarita Peralta	Mov. de Mujeres Defensa por la Vida	Siuna	0273-2134
German Amador	INTA	Siuna	0273-2245
Edwin Dávila	INTA	Rosita	0273-1182
Noel Valle	INTA	Siuna	0273-2245
Emilio Valle	INTA	Rosita	0273-1182
Oscar Montalbán	URACCAN	Siuna	0273-2155
Antonio Ríos	PCAC-UNAG	Siuna	0273-2142
Hugo Hodgson	FADCANIC	Siuna	0273-2054
Jairo Wong	URACCAN	Siuna	0273-2155
José Daniel Ortiz Valle	INTA	Siuna	0273-2245
Juan Andrés Romero	PCAC-UNAG	Siuna	0273-2142
Jexta Pineda	PCAC-UNAG	Siuna	0273-2142
Jamileth Herrera	PCAC-UNAG	Siuna	0273-2142
Andrés Reyes	PCAC-UNAG	Siuna	0273-2142
José Poveda	INTA	Siuna	0273-2245
Fabián Saavedra	PCAC-UNAG	Siuna	0273-2142
Humberto Argüello	INTA	Siuna	0273-2245
Gregorio Roque Cantillano	URACCAN	Siuna	
José Luis Centeno Hernández	URACCAN	Siuna	0273-2155
Jesús Marcos Cruz	MAGFOR	Siuna	0273-2245
Ramón Reyes	UCA	Siuna	0273-2050
Ana Patricia Meza García	INTA	Siuna	0273-2245

Taller de Jinotega, 13 de Mayo 2003

Lista de productores(as)

Nombre	Tipo de Productor	Contacto	
		Dirección:	Teléfono/ Fax:
Luis Olivas Castellón	Transición	Wiwilí	
Santos Vásquez Osorio	Transición	Wiwilí	
Julio Blandón Hernández	Transición	Santa Lastenia	0632-2237 /4027
Basilio Isidoro Chavarría Dávila	Transición	San José de las Latas	0632-2237 /4027
Virginia Castro	Transición	Toma Yunca	
Rosario Sevilla	Tradicional	Pantasma, Las Cruces	
Carlos Ramos García	Tradicional	Barrio Roger Ángel	
Margarita Zeledón	Certificado	El Cuá	
Celin Jarquín	Certificado	Santa Rosa del Cuá	
Pablo Ramos Ramos	Certificado	Santa Rosa del Cuá	
Rubén Tinoco Barrera	Certificado	El Cúa	
María Melitina Estrada	Certificado	Santa Rosa del Cuá	
Xavier López Valdivia	Tradicional	Pantasma, Las Cruces	0632-2237
Pedro Pablo Ramos Gutiérrez	Orgánico	Pantasma, Las Cruces	
Leoncio Rayo Rugama	Certificado	Santa Rosa del Cuá	
Juan José Rivera Chavarría	Orgánico	Santa Rosa del Cuá	
Pablo Rivera González	Transición	Santa Rosa del Cuá	
Serapio Moreno	Certificado	Santa Rosa del Cuá	
Mario Moreno Hernández	Certificado	Asturias Monterrey	
Juan José Siu Godínez	Certificado	Fundadora	
Juan Ruiz Bucardo	Certificado	Fundadora	
Agustín Rivera Pérez	Certificado	Fundadora	
Napoleón Lanzas	Certificado	Fundadora	
Marisol González	Certificado	Fundadora	
Esperanza Lanzas	Certificado	Jinotega	
Sofía Espinosa Ortiz	Certificado	Limite	
Mirna Gutiérrez Villagra	Certificado	Asturias, Monterrey	
Miguel Ángel Sequeiro Pineda	Certificado	Los Alpes	
Antonio Talavera Herrera	Certificado	Los Alpes	0632-2617
Gustavo Adolfo Talavera	Certificado	Los Alpes	0632-2617
Yadira Chavarría	Certificado	Sierra, Moreno	0632-2617
Norma Gadea	Certificada	Los Alpes	
Aníbal Pastora	Orgánico	Cuyalí	
Rodrigo Martínez	Certificado	Santa Isabel	
Gregorio Hernández Sevilla	Certificado	Sierras Morenas	
Samuel Blandón	Orgánico	Sierras Morenas	
Dilver Octavio Berríos Cruz	Transición	Jinotega	
José Hermógenes González	Transición	Las Lagunas	
Teresa Altamirano	Transición	Jigüina	
Juan de Dios Castillo	Transición	Jinotega	
Teófilo Castro Ruiz	Orgánico	Wiwilí	
Isaac Noel Ruiz	Orgánico	Jinotega	

Lista de representantes de instituciones y organismos

Nombre del Participante:	Organismos	Contacto	
		Dirección:	Teléfono/ Fax:
Armando José Iglesia	APPCOJ	Jinotega	0632-3210 / 2379
Cristian Javier Palacios Zeledón	La Cuculmeca	Jinotega	0632-3578 / 3579
Gilberto Zeledón	INTA	Jinotega	0632-2128
Nahum Estrada	Alcaldía	Jinotega	0632-2513
Javier Berríos	INTA	Matagalpa	0612-6575
Mireya González Soto	La Cuculmeca	Jinotega	0632-2578 / 79
Juan Alberto Sobalvarro	CEPAD	Jinotega	0632-2714

Taller de Matagalpa, 22 de Mayo 2003**Lista de productores(as)**

Nombre	Tipo de Productor	Contacto	
		Dirección:	Teléfono/ Fax:
Ángel Ramon Martínez	Transición	San Dionisio	
Guadalupe Mendoza	Transición	San Dionisio, Wibuse	
Marcelino Aguirre Balmaceda	Transición	Comunidad Las Cañas, Santa Bárbara	
Abilio Flores López	Transición	Jucuapa Arriba	0612-3729
Carlos Flores Arauz	Certificado	Pancasán, Fila grande	
Petronila Gaitán Hernández	Certificado	Pancasán, Fila Grande	
Isidro Jirón Palacios	Certificado	Pancasán, Fila grande	
Douglas Antonio López Blandón	Certificado	Comunidad Laberinto, Pancasán	
Porfirio Sánchez Mendoza	Certificado	Waslala	
Moisés Molinares Chavarría	Certificado	Rancho Grande, Comunidad la carpa No. 2	
José Alberto López Arauz	Certificado	Rancho Grande, Comunidad la carpa No. 2	
Mercedes López Arauz	Transición	El Tuma-La Dalia, Comunidad El Coyolar	
Pedro Pablo Rivas Valdivia	Certificado	El Tuma-La Dalia, Guapotal	
Liborio Ochoa González	Certificado	Waslala	
Álvaro Flores Morán	Orgánico	Sébaco, Sabana Verde	
Juan José Morán	Orgánico	Sébaco, Sabana Verde	
Arturo Jaen	Certificado	Matagalpa	
Roberto Hernández	Certificado	Matagalpa	
Hermógenes Lúquez	Certificado	Samulalí	
Gladys Castro	Certificado	Matagalpa	0612-3824
Jesús María Centeno Herrero	Transición	Rancho Grande	
Vigil Alcides Martínez Calderón	Transición	Rancho Grande	
Juan Francisco Molinares B.	Certificado	San Dionisio	0612-2548
Leslie Reyes	Certificado	Matagalpa	
José Antonio Sevilla Thomas	Tradicional	Rancho Grande	0622-2558
Pedro Jacobo Casanova	Certificado	El Coyolar	
Melvin Espinoza	Certificado	San Ramón Caires	

Lista de representantes de instituciones y organismos

Nombre	Organismos	Contacto	
		Dirección:	Teléfono/ Fax:
Orlando Martínez	ADDAC	Matagalpa	0612-5245
Lambert Smart Wilson	KATI RAYA	San Ramón	0612-5459
Edwing Fletes	CBI-Nicaragua	Matagalpa	0612-6924 / 26
Ciro Estrada	Caritas	Matagalpa	0622-2465
Félix Miranda	Caritas	Matagalpa	0622-2465
Aldo Márquez	UNICAFE	Matagalpa	0612-5282
Ramiro Sánchez Rodríguez	UNICAFE	Matagalpa	0612-5282
José Manuel Rivera	ADDAC	Matagalpa	0612-5245
Luis Manuel Urbina	INTA	Matagalpa	0612-6575
Pastor Iván García	CPCPV	San Ramón	
Judie Mclaughlin	Cuerpo de Paz	San Ramón	
Consuelo Morán	ADDAC	San Ramón	
Lindón Peralta	UNA	Managua	
Andrés Arauz	Caritas	Matagalpa	0612-3068
Marvin Rugama Talavera	UNAN	Matagalpa	
Delio Rodríguez Chávez	UNAN	Matagalpa	
Oswaldo Roa	UNAN	Matagalpa	
Jorge Márquez	Caritas	Matagalpa	0612-3730
Boanerges Chavarría	Caritas	Matagalpa	0612-3730
José de la Cruz Cuevas	INTA	Matagalpa	
Moisés González Rodríguez	Movimiento Ambientalista	Matagalpa	0612-2208 / 3156
Rodolfo Blandón Gutiérrez	Movimiento Ambientalista	Matagalpa	0612-3156

Taller de Ocotal, Nueva Segovia 29 de Mayo 2003

Lista de productores(as)

Nombre	Tipo de Productor	Contacto	
		Dirección:	Teléfono/ Fax:
Alejandro Floripe	Orgánico	Estelí	0713-4048
Bayardo Torres	Orgánico	Estelí	0713-4048
Norman Canales	Certificado	Somoto, La Sabana	0719-2303
Rutilio Centeno	Orgánico	Estelí	0713-4048
María Auxiliadora Castillo	Orgánico	Pueblo Nuevo	
Julia Olivas	Orgánico	Pueblo Nuevo	
Trinidad María Martínez	Transición	Dipilto	
Fidel Sánchez Valdivia	Transición	Madriz, La Sabana	
Cándido López	Orgánico	Santo Domingo	
Santos Manuel López	Orgánico	Santo Domingo, El Jobo	
Lauro Sebastián Paz	Orgánico	Santo Domingo	
Denis Blandón Córdoba	Certificado	Murra	
Sergio Antonio Navarro	Certificado	El Júcaro	
José Antonio Sánchez Mejía	Certificado	Somoto, San Lucas	
Dimas Cerrato	Transición	Estelí	
Rogelio Villarreyna Flores	Certificado	Estelí	
Francisco González Acuña	Transición	Estelí	
Santos Anastasio Uriel Acuña	Orgánico	Estelí	
José Luis Báez Hernández	Transición	Cusmapa	
Ibis Adamick García	Transición	Dipilto, Las Manos	
Abraham Lira Dávila	Orgánico	Villa Nueva, San Fernando	

Lista de representantes de instituciones y organismos

Nombre	Organismos	Contacto	
		Dirección:	Tel/Fax
Guillermo Altamirano	CECALLI	Estelí	0713-4048
Manuel de Jesús Guillén López	INTA	Ocotal	0732-2466
Manual Quintero Mendoza	PRODECOOP	Estelí	0713-3268
Bernardo López	CEPS	Ocotal	0732-3208
Lisu Dernngs	FEM	Estelí	0713-4067
Karla Vanesa Castillo	FEM	Estelí	0713-4067
Donald Briones	Coop. San Juan de Río Coco	San Juan de Río Coco	0713-3932
Marcio Arauz	INTA	Estelí	0713-6002
José Ramón Rivas González	OCTUPAN	Condega	0752-2259
Vicente González	Alcaldía	Madriz	0732-3108
Pablo Alfaro Dávila	UNAG-PCAC	Ocotal	0722-2773
Xiomara Rivera	CEPS	Ocotal	0732-32080
Elvis Pérez	UNICAM	Estelí	
Aarón Aguilera	IMC	Estelí	0713-2964
Mario Olivas	UNICAM	Estelí	
Danilo Rivera	INPRHU-SOMOTO	Somoto	
Víctor Manuel Ponce	INPRHU-SOMOTO	Somoto	
Freddy Díaz	INPRHU-SOMOTO	Somoto	
Abel Vílchez	INPRHU-SOMOTO	Somoto	
Raúl Antonio Sevilla Velásquez	UNAG	Madriz	

Taller en León, 04 Junio 2003-12-09**Lista de productores(as)**

Nombre	Tipo de Productor	Contacto	
		Dirección:	Tel/Fax:
Marvin José Poveda Poveda	Certificado	Chacraseca	
Orlando José Cárcamo Jiménez	Certificado	Chacraseca	
Juan Antonio Arauz Martínez	Certificado	Chacraseca	
Sebastián Víctor Munguía	Certificado	Chacraseca	
Wilfredo Meléndez	Certificado	Carret. a León Km. 85	
Juan Antonio Vivas	Certificado	El Sauce	03192322
Osmar de Jesús Rivera Vidarreyña	Certificado	El Sauce	03192322
Napoleón Pineda Duarte	Certificado	Chacraseca	
Juan Alberto Vivas Poveda	Orgánico	Chacraseca	
Luis Ramón Salazar	Orgánico	Chacraseca	
Reinaldo Caballero Reyes	Certificado	Chacraseca	
Asunción Rayos Reyes	Certificado-Coop. Juan Fco. Paz	Achuapa	
Elías Ismael Flores Quintero	Transición-Coop. Juan Fco. Paz	Achuapa	
Adolfo Bravo Mejía	Certificado	Achuapa	
Tránsito Pichardo	Certificado	Malpaisillo	
María Cristina Machado	Certificado	Malpaisillo	
Luz Raquel Castillo Canales	Certificado	Malpaisillo	
Cándida Mendoza	Certificado	Malpaisillo	
Benjamín Valdivia	Orgánico	Posoltega	
Luisa Emilia Medina	Orgánico	Posoltega	
Valentín Torres Moreno	Certificado	El Sauce	
Francisco Xavier Calderón Cardoza	Certificado	El Sauce	03192322
Luis Torres Poveda	Certificado-Coop. COOPSADES	El Sauce	
Juan Francisco Chávez	Orgánico	Chacraseca	
Marvin Valdivia	Certificado	Chacraseca	
Vicente Leytón	Orgánico	Comarca El Jicote	
Catalino de Jesús Huete Castillo	Certificado	El Sauce	
Pedro Cortés	Certificado	Comarca El Jicote	
Benigno Abendaño	Certificado	Posoltega	
Juan Bismarck Rizo	Certificado	Posoltega	
José María Dolmus	Certificado	Quezalguaque	
Justo Pastor Salinas García	Certificado	Comunidad El Jicote	
Marcial Mejía Tercero	Certificado	Chinandega	08841221
Juan José Quesada	Certificado	Achuapa	

Lista de representantes de instituciones y organismos

Nombre	Organismos	Contacto	
		Dirección:	Tel/Fax:
María Teresa Rojas	Xóchitl Acatl	Malpaisillo	03162274
Juan José Mendoza Blandón	CEPRODEL	León	03113028
Jorge Benito Tapia Lacayo	MAGFOR	León	03113171
Marcelino Hernández	Coop. Juan Fco. Paz Silva	Achuapa	
Hill Blass Trujillo	New Haven	León	03116967
Salomón Saavedra	MEDA	Managua	02486155
Tener Schliezw	APRENIC	León	
Gilda Esquivel	PNUD	León	03115240
José Luis Romero	PNUD	León	03115240
Rommel Sirias	INTA	León	03111810
Yahoska Cantillano	APRENIC	León	03155197
Olga Sánchez Guevara	APRENIC	León	03112090
José Mercedes Caballero	APRENIC	León	03155197
Dalia Fany Guevara	Prode-Mujer	León	
Juan Blanco	APRENIC	León	03155197
Magdalena Reyes	Prode-Mujer	León	
Orlando Quiroz R.	APRENIC	León	03111597
Pablo Morales Escalante	Coop. del Campo	León	03110502
Isidro Arroz Salgado	Prode-Mujer	León	
Miguel Martínez	APRENIC	León	
Wilfredo Jiménez M	INTA	León	08648833
Juan Francisco Herrera	Equipo Facilitador	Matagalpa	06123893

Taller de Masaya, 12 de Junio 2003**Lista de productores(as)**

Nombre	Tipo de Productor	Contacto	
		Dirección:	Tel/Fax:
Nemesio Palacio Ruiz	Orgánico	Valle de La Laguna	
Pedro Ruiz Mercado	Orgánico	Quebrada Honda	
Pastor Potoy	Orgánico	El Valle	
Leticia del Rosario López Alvarado	Orgánico	Montañita No. 2, Tisma	
Bernabé la Duarte Pérez	Orgánico	Montañita No. 2, Tisma	
Karina González Calero	Orgánico	El Portillo, Nindirí	
Maria Carmen Sánchez	Orgánico	El Portillo, Nindirí	
George Duriaux	Certificado	Jinotega	
Fátima Mendoza	Orgánico	Ticuantepe	
José Santos Ortiz Cerda	Orgánico	Ticuantepe	
Juan Francisco Juárez	Orgánico	Niquinohomo	08849425
Francisco Javier Barrios	Orgánico	Niquinohomo	08849425
Antonio Hernández Cerda	Orgánico	La Concha	
José Trinidad Blas Ortiz	Orgánico	La Concha	
Francisco Aguilar García	Orgánico	Dolores, Carazo	
Pablo José Centeno	Orgánico	El Comején	
Julián Vásquez Centeno	Orgánico	El Comején	
José Altamirano	Orgánico	Dolores, Carazo	
Elvis Alvarado	Orgánico	Niquinohomo	
Leonel Calero	Orgánico	Comunidad, El Mojón	08755627
Miguel Áreas	Orgánico	Los Pocitos, Niquinohomo	
Freddy Antonio Pavón	Orgánico	Diriamba	
Marcelino López Martínez	Orgánico	Los Altos de San Juan	
Ramón Ruiz Mercado	Orgánico	Comunidad El Túnel	
Oscar Nazario Dávila	Orgánico	Pacayita	
Jerónimo Antonio López Flores	Orgánico	La Poma, Comarca	

Lista de representantes de instituciones y organismos

Nombre	Organismos	Contacto	
		Dirección:	Tel/Fax:
José Santos Hernández Espinoza	PCAC-Técnico	Pacayita	
Erenda Elida López Carranza	NAKAWÉ	Nindirí	05223671
Karla Brenes	ADIC-Masaya	Masaya	05225476
Pedro Medal López	COOPPAD	Diriamba	04222318
Marvin López	PCAC	Masaya	08801880
José León Ruiz Medrano	INTA-Masatepe	Masatepe	04222577
Ernesto Martínez Blanco	ADIC-Masaya	Masaya	05225476
Marvin Baltodano	INTA-Rivas	Rivas	04534099
Carlos Tapia Alonso	INTA	Ticuantepe	02799570
Oswaldo Ruiz	Coop. Cosdecoti	Tisma	05528722
Oscar López	INTA	Masatepe	
Marlon Morales	Tierra y Vida	Santa Teresa, Carazo	04121483
Luis Catín	Visión Mundial	Malacatoya	08846459
José Antonio Sánchez	Visión Mundial	Masaya	05226965
Freddy Guevara	Prodecoop	Estelí	07133268

Anexo 2**Taller de consulta con actores calificados****Managua 21 de Julio 2003****Lista de participantes**

Participante	Institución	Cargo
Hugo Valdez		Consultor
Jorge Luis Loáisiga	BIO LATINA	Inspector BIO LATINA
Falguni Guharay	CATIE	Líder Programa Regional MIP - AF
Santiago Dolmus	CECOCAFEN	Proyectos
Henry Mendoza	CECOCAFEN	Miembro
Manuel Amador	CEDECO-Costa Rica	Director CEDECO
Nelson López	Cooperación Austriaca	Asesor Técnico
José Luis Sandino	COSUDE	Oficial de Programas
Félix Fellmann	COSUDE	Coordinador Adjunto
Eduardo Zamora	GAAS	Enlace Nicaragua
Marisol Marín	GAAS	Miembro en Nicaragua
Juan Ramón Duarte	GPAE	Coordinador Nacional
Gerardo Escudero	IICA	Representante IICA Nicaragua
Erick Pineda	IICA	IICA
Erick Nicaragua	IICA	IICA
Carlos Guerrero	IICA- ASOGAPE-MAG	Consultor Externo
Roberto Bendaña	MAG-FOR	Viceministro MAGFOR
Mabell Rivas	OCIA	Representante OCIA Nicaragua
Carlos Pérez	PASOLAC-COSUDE	Coordinador Regional
Manuel Morales	PCaC-UNAG	Coordinador Nacional
Jorge Irán	PCaC-UNAG	Miembro Equipo de Coord. Nacional
Eugenio Pavón	PCaC-UNAG	Miembro Equipo de Coord. Nacional
George Duriaux	Finca El Jaguar	Productor de café orgánico certificado
Margarita Lorío	SIMAS	Responp. de Fortalecimiento de Capacit.
Rigoberto Pineda Ríos	SOPPEXCCA	Técnico de campo en café orgánico
Francisco Salmerón	UNA	Docente Investigador
Dennis Salazar	UNA	Decano Facultad de Agronomía

Anexo 3

Evento Nacional 29 y 30 de Julio 2003

Lista de participantes

Raúl Tobías Roosevelt	Granos básicos
Abel Rivera Urbina	Agroforestal
Enrique Ríos Jerez	Cacao
Francisco Alvarado	Pequeño productor
Brígido López	Cacao
Fabián Saavedra	Agropecuario
Fausto Aguilar	Agropecuario
Claudina Rodríguez	Agropecuaria
Juan Romero García	Productor
Ramona Quintero Balladares	Productora de granos básicos
Mercedes Escoto León	Productor
Denis Duarte Carmona	Agricultor
Elba Katy Rivera Urbina	Productora orgánica. Asociación Sano y Salvo.
Daniel Loáisiga Castellón	Productor natural
Antonio Sequeira García	Agropecuario
Nicolás Oporta López	Agropecuario
José Ángel Manzanares Blanco	Técnico agroforestal
Ernesto Moreno	PANAPANA
Rubén Tobías	INTA Waspam
Iquigalla Berst Mcoy	MAGFOR
Marcos Lentch García	Alcaldía de Puerto Cabezas
Gerd Schnepel	Asociación Sano y Salvo
Remi Mercado Sacasa	Ayuda en Acción
Reynaldo Juárez Alvarez	FADCANIC
Víctor Cantarero Pineda	PTP/MIFIC
Jorge Luis Campos	Selft Help International
Nelson Linarte Abarca	UNAG/San Carlos
Fernando Obando Romero	INTA San Carlos
Antonio López	UNAG/San Carlos
Nicolás Oporta López	COOPERIO/San Carlos
Antonio Sequeira García	COOPERIO/San Carlos
Myriam Blanco	CBA
Juan Siu Godínez	Café orgánico certificado
Margarita del Rosario Sevilla	Café orgánico tradicional
Julio Ramón Blandón	Horticultor convencional
José Arístides García	Aldea Global
Denis Blandón Córdoba	Café orgánico
Norman Canales Sevilla	Café orgánico certificado
Sergio Antonio Navarro	PROCOCER

Santos Vásquez Osorio	PROCOCER
Mario Antonio Montenegro	PROCOCER
Dilber Octavio García	Cooperativa Las Brumas.
Sofía Espinoza Ortiz	Café orgánico certificado
Rodolfo Buitrago Rojas	Miel de abejas orgánica FOCANICSA
Jacobo Casanova	Finca certificada
Cliffor López Martínez	Finca certificada
George Duriaux	Café certificado
Edwin Fuetes	Exportador de café orgánico
Romilio Ampié	UNA Juigalpa
Eduardo Villachica	INTA Juigalpa
Edwin Fletes	CBI de Nicaragua
Magali Ladislas	VECO/Bélgica
Marco Aráuz	INTA Las Segovias
Freddys Ocampo	INTA Centro Sur
Ariel Escobar	COSATIN Boaco
Mireya González	La Cuculmeca
Donaldo Picado	MAGFOR
William Moreno	MAGFOR/SAVE
José Benito Membreño	INTA Centro Sur
Hansel Marín Díaz	INTA Santo Tomás
Carlos Díaz	UNAG Chontales
Tania Carolina Carazo	Nicaflor SA
Víctor Cantarero Pineda	Consultor PTP/MIFIC
Danilo Dávila	Analista PTP/MIFIC
Miguel A. Cáceres S.	Consultor privado
Lisu Dernngs	Asesora Fundación Entre Mujeres
Félix Pinell	Independiente
Fredy Pavón González	Productor natural/COOPPAD
Marcelino López Martínez	Productor natural/COOPPAD
Natanael Álvarez	Café orgánico certificado. Ometepe.
Fátima Mendoza Sevilla	En transición/Reserva Montebelli
Juan Francisco Juárez Zapata	Productor natural
María Teresa Rojas Pérez	Orgánico certificado/Centro Xóchitl Acatl
Marvin José Poveda	Orgánico certificado/APRENIC León
Juan Alberto Vivas Poveda	Orgánico certificado/APRENIC León
Enrique Mayorga	Orgánico certificado/COOPROTEXOM
Abiud Saballos	Orgánico certificado/COOPROTEXOM
Cándida Espinoza	Orgánica certificada/Ometepe
José Santos Rivera López	Orgánico certificado/Ometepe
José Altamirano	Orgánico en transición
Falguny Guharay	CATIE
Oscar López	INTA Masatepe
César Estrada Rizo	INTA Central
Jaime Picado	BIO LATINA
María Belinda Bendaña	MAGFOR Central
Petri Lefín	Experto PIRAMIDE
Claudia Picado	UCA Programa Agrario de Desarrollo

Pablo Morales	DEL CAMPO
Mario Escoto	CLUSA
Anabell García	INTA Pacífico Norte
José Mercedes Caballero	APRENIC
Danilo Montalbán	INTA Managua
Marixen García	MIFIC Managua
Iván Saballos	MIFIC
René Marín	OCIA
Leslie Nicolás Lacayo	INTA Managua
Francisco Salmerón	UNA
Rosa María Tórriz	UCA
Marina Ogier	PASOLAC
Engelsberth Gómez	MIFIC/CNPE
Miguel Obando	PASOLAC
Eduardo Zamora	GAAS
Marisol Marín	GAAS
Rodolfo Rodríguez	MIFIC
Róger Alí Romero	DEL CAMPO
Elbener Vega	INTA/CENIA
Mario Rocha	INTA Masatepe
Eugenio Parón	PCAC Nacional
Ronald Blandón	CONAGAN
Gustavo Córdoba	INTA
Miguel Cáceres	Consultor Individual
Juan José Duarte Mena	FENACCOOP RL
Erenda Carranza	NAKAWÉ
Marvin López	PCAC/UNAG
Erwing López	Ayuda en Acción
Eudoro Espinoza	ADAR
Carlos Gómez	INTA/CENIA
Carlos Mairena	MAGFOR Managua
Luis Dinarte	MAGFOR Managua
Marc André Lohest Ménart	AM
Maritza Obando	MINSAs

Anexo 4

Lista de integrantes del equipo responsable de las actividades del estudio

Coordinador principal:	<i>Pedro Cussianovich</i>
Equipo responsable:	<i>Miguel Andrés Altamirano Tinoco Whitman Carrillo Largaespada Juan Francisco Rodríguez Joel Zamora</i>
Facilitador talleres de consulta:	<i>Juan Francisco Herrera</i>
Asistente administrativa:	<i>Karla Hermida</i>

La estrategia nacional para el fomento de la producción orgánica en Nicaragua es el resultado de un esfuerzo conjunto de todos los actores involucrados en la producción orgánica en el país, en el cual participaron instituciones del Estado, cooperación internacional, ONG, asociaciones, cooperativas, transformadoras, comercializadoras, agencias certificadoras, productores y consumidores, entre otros. Ésta ha sido posible gracias al apoyo técnico y financiero del MAGFOR, INTA, IICA, COSUDE y la Embajada de Austria - Cooperación para el Desarrollo.

Este documento presenta la situación de la producción orgánica en el ámbito internacional y la demanda de este mercado. Ofrece información pormenorizada del estado actual de la producción orgánica en el país, su evolución, rubros, superficies, productores involucrados, entre otros aspectos. Los datos se obtuvieron a través de distintas herramientas metodológicas como talleres, encuestas y entrevistas realizadas en más de 12 regiones del país. Además se presentan cuatro estudios de caso sobre el café, la producción bovina, el perfil de los consumidores y las características de los productores orgánicos certificados y en transición.

En resumen, el documento propone una estrategia sustentada en las potencialidades y limitaciones que enfrenta la actividad de acuerdo con sus principales actores, los cuales también plantean una serie de acciones y recomendaciones para fomentar y desarrollar a corto, mediano y largo plazo, la producción orgánica en Nicaragua.

