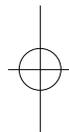
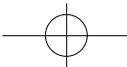


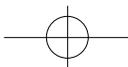
**APROXIMACIÓN DE LA
OFERTA CENTROAMERICANA
DE PRODUCTOS ORGÁNICOS
Y SITUACIÓN DE SUS MERCADOS**

EL SALVADOR



EL SALVADOR, 2001





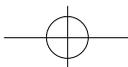
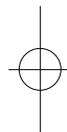
Aproximación de la oferta centroamericana de productos orgánicos y situación de sus mercados : El Salvador / ed. por Manuel Amador, José Arze y Tomás Saravi. -- San José, C.R. IICA. Agencia de Costa Rica, 2002.
35 p. ; 28 cm.

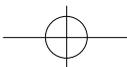
ISBN 92-9039-535 5

1. Productos orgánicos – Mercadeo – El Salvador. I. Amador, Manuel. II. Arze, José. III. Saravi, Tomas. IV. IICA.

AGRIS
E70

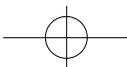
DEWEY
382.41

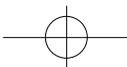




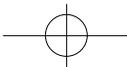
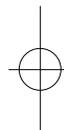
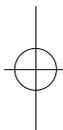
CONTENIDO

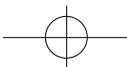
PRESENTACIÓN	5
INTRODUCCIÓN	7
I. ASPECTOS GENERALES	9
Los productos orgánicos en el contexto del sector agropecuario ...	10
II. MARCO INSTITUCIONAL Y POLÍTICAS PARA EL FOMENTO DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA	12
Programas sectoriales	13
Organizaciones vinculadas a la agricultura orgánica	14
Organizaciones no gubernamentales de desarrollo	14
Federaciones y confederaciones	15
Gremiales y comercializadoras	15
Consultoras independientes	16
Financiamiento	16
III. MARCO LEGAL Y CERTIFICACIÓN DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA	19
Reconocimiento y regulación de las agencias certificadoras	19
Criterios de cobro para la certificación	21
IV. CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA	21
Caracterización de la producción destinada al mercado local e internacional	22
Caso: Café orgánico	22
Caso: Vegetales orgánicos	23
Caso: Marañón	24
Productos con potencial	28





V. MERCADOS	29
El mercado nacional	29
Apoyo al desarrollo del mercado local	30
Caracterización de los consumidores	30
Puntos de venta	30
Distancia a los centros de venta	31
Composición de los precios	31
El mercado internacional	32
Caracterización de los compradores internacionales	34
Promoción	34
GLOSARIO	35
ANEXOS	37
RECONOCIMIENTOS	38





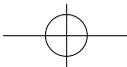
PRESENTACIÓN

Durante los últimos años, en diferentes contextos del ámbito internacional, desde cumbres políticas hasta foros técnicos, se han venido efectuando procesos de reflexión en torno a la sostenibilidad del modelo tecnológico – productivo que se viene aplicando en los países. La toma de conciencia sobre los efectos negativos reconocidos, tanto sobre los recursos naturales como sobre la salud de productores y consumidores, ha dado origen al desarrollo de tecnologías alternativas que contrarrestan estas tendencias y buscan un desarrollo humano en armonía con su ambiente.

Centroamérica no ha sido ajena a estos procesos. En la XII Reunión del Consejo Agropecuario Centroamericano (CAC), los Ministros de Agricultura, con la intención de favorecer el desarrollo sostenible de la región, solicitaron al IICA formular e impulsar un proyecto que favorezca el crecimiento de la producción orgánica en la región, como una opción holística para el medio rural.

El IICA, a través de su Agencia de Cooperación en Costa Rica, recogió esta solicitud y formuló el proyecto “Fomento de la Producción Orgánica en Centroamérica y Desarrollo de sus Mercados”, con el que pretende dar atención a los aspectos estructurales que impiden un desarrollo más acelerado de esta actividad.

En el marco de este proyecto y buscando favorecer el desarrollo de los mercados de productos orgánicos, se efectuó el seminario-taller: “El Comercio de los Productos Orgánicos Centroamericanos. Lineamientos para la Construcción de una Estrategia Regional y el Desarrollo de los Mercados Locales”. Como aporte para lograr mayor precisión en la visualización de problemas y soluciones en este evento, el IICA, con la cooperación financiera de una serie de instituciones y organizaciones vinculadas con la producción orgánica, elaboró y presentó una serie de estudios sobre la situación del sistema de producción y comercialización de productos orgá-

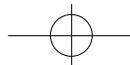
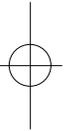
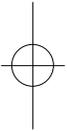


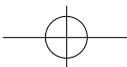


CASO EL SALVADOR

nicos. Estos estudios incluyen a Belice, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá, además de una síntesis regional.

El presente trabajo es fruto de esa iniciativa, que además de haber servido de insumo en el seminario mencionado, se presenta a todas aquellas personas que de una u otra forma se relacionan con la producción orgánica, con la esperanza de entregarles un producto que contribuya a apoyar en la identificación de nuevas propuestas y la toma de decisiones para el fomento de esta forma de producción.





INTRODUCCIÓN

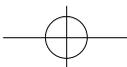
Desde la década de 1950, la presión por alimentos de una población mundial creciente, condujo a la aplicación de tecnologías de producción cuya productividad y rentabilidad se basaba en el uso de químicos sintéticos. Aunque su empleo significó un acelerado incremento en los volúmenes de alimentos, también aceleró el deterioro de los recursos naturales, amenazando la sostenibilidad de la producción y la salud de los consumidores y productores.

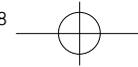
La población ha ido tomando conciencia de los efectos negativos de esas tecnologías, como respuesta, durante las últimas decenas de años han surgido tecnologías alternativas que pretenden satisfacer la creciente demanda de alimentos, y a la vez, minimizar los efectos negativos señalados.

En este contexto, la agricultura orgánica retoma importancia. Esta forma de producción, basada en el respeto de las relaciones existentes en la naturaleza, propicia la conservación de los recursos naturales, contribuye con la salud de los productores y consumidores, y el desarrollo de sistemas productivos agropecuarios basados en un equilibrio ecológico, económico y social.

Aunque la producción sin químicos existe desde hace miles de años, el renacimiento de una producción más “orgánica” se origina en Europa en la primera mitad del siglo XX y su extensión y consolidación se viene dando de forma acelerada por todo el planeta durante los últimos 30 años, especialmente en la última década, período en el cual tanto áreas sembradas como volúmenes comercializados han experimentado notables incrementos.

En Centroamérica, el resurgimiento de esta forma de producción tiene menos de diez años y se viene dando en un entorno poco favorable. A pesar de que en todos los países se hacen esfuerzos por mejorar sus condi-

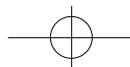


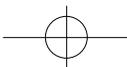


CASO EL SALVADOR

ciones, las limitantes que enfrenta constituyen un importante obstáculo, entre estas destacan: i) carencia de marcos institucionales y de políticas, ii) y de marcos legales y técnico-normativos que regulen la actividad, iii) bajo desarrollo de los mercados locales y limitado acceso a los mercados internacionales y iv) conocimiento parcial sobre la situación de la producción y los mercados, que limita las capacidades de planificación y la toma de decisiones.

Este documento, que es parte de una serie de estudios elaborados en todos los países de la región, trata el caso de El Salvador. El documento se ha estructurado en cinco capítulos, en el primero se hace una síntesis de generalidades de ese país y se ubica a la agricultura orgánica en el contexto de la agricultura nacional, en el segundo se identifican las principales políticas que inciden sobre este tipo de agricultura, así como las instituciones dedicadas a apoyar este tema, en el tercero se tratan aspectos relacionados con las normativas existentes para esta actividad y la situación de la certificación, en el cuarto se señalan algunas particularidades de la producción orgánica, y en el último, se caracteriza el mercado local y el acceso de los productos nacionales a los mercados externos.





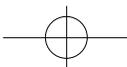
I. ASPECTOS GENERALES

La República de El Salvador se ubica en América Central, limita al sur con el Océano Pacífico, al norte y al este con Honduras y al oeste con Guatemala. Este país tiene una población de 6,2 millones habitantes (60% de la población vive en zonas rurales), su extensión territorial es de 21 040.79 Km² (295 hab/Km²).

Esta nación logró firmar la paz en 1992 después de más de una década de enfrentamientos armados, adicionalmente ha alcanzado estabilidad macroeconómica y un rápido crecimiento económico, fundamentado en el aporte de las remesas enviadas el millón y medio de salvadoreños residentes fuera del país (principalmente en Estados Unidos), que en el año 2000 ascendieron a \$1 750 millones. En el 2000 la inflación fue de un 4,3% y el Producto Interno Bruto (PIB) fue de \$13 217 millones (\$2 106 per cápita), para un crecimiento de un 2% con respecto a 1999. Sin embargo, sería ambicioso pensar en repetir esa meta en el corto plazo, ya que los daños causados por los terremotos de inicios del 2001 alcanzaron la suma de \$2 000 millones.

La economía salvadoreña tiene como base al sector servicios el cual aporta el 60% del PIB y el 46.7% de la mano de obra. La industria maquiladora, por su parte, ha alcanzado un gran auge en los últimos años, ocupando más de 50 000 trabajadores. Por otra parte, se ha producido una importante modernización de las industrias de jugos, cervezas y granjas avícolas.

La producción agropecuaria ocupa el 28% de la mano de obra activa y contribuye con un 13,4% al PIB. Este sector ha tendido a reducir su participación a merced del área de los servicios y a una disminución de los precios de los productos básicos, como el café y el azúcar. La producción agropecuaria junto con la construcción de viviendas ha provocado una disminución de la cobertura de bosques naturales, la cual ocupa un 2% del área del país, siendo una de las más bajas del mundo.



CASO EL SALVADOR

El Salvador dedicó durante el año 2000 unas 854 000 hectáreas a la producción agrícola y 794 000 a la producción pecuaria. En el año en mención los principales productos fueron el maíz (258 800 ha), café (165 000 ha), sorgo (96 250 ha), frijoles (83 300 ha), caña de azúcar (75 000 ha), arroz (8 330 ha), y bananos (6 500 ha). En cuanto al volumen producido, los principales productos son la caña de azúcar (5 145 000 tm) y el maíz (587 760 tm), secundados por el sorgo (157 200 tm), el café (138 305 tm), los frijoles (71 250 tm), banano (70 000 tm), arroz (47 584 tm) y los vegetales. Referente a la producción ganadera, durante el año en mención los principales productos fueron lácteos (400 414 tm), carne de pollo (47 600 tm) y carne bovina (34 091 tm).

En cuanto al comercio agropecuario, en 1999 El Salvador importó \$484 105 millones y exportó \$466 237 millones, mostrando un déficit comercial agropecuario de \$17 868 millones. Los principales productos de exportación son el café (\$244,43 millones) y el azúcar (\$46,48 millones), también se venden excedentes de consumo interno como frijoles (\$3,34 millones), huevos de gallina (\$5,75 millones), miel de abeja (\$1,77 millones), té (\$1,65 millones), cerdo (\$1,28 millones) y carne de pollo (\$1,25). Mientras tanto se compra leche (\$54,10 millones), maíz (\$20,9 millones), frijoles (\$15,33 millones), carne bovina (\$13,04 millones), arroz (\$8,58 millones), bananos (\$8,14 millones) carne de cerdo (\$5,56 millones) y tabaco (\$6,52 millones).

Los productos orgánicos en el contexto del sector agropecuario

Como se ha visto, la agricultura se cuenta entre las principales actividades que mantienen la economía del país. Es notorio el aporte del sector agrícola al desarrollo nacional como el mayor generador de trabajo, por su incidencia en la protección de los recursos naturales, su importancia en la captación de divisas y por ser proveedor de materia prima y demandante de insumos y servicios de los otros sectores.



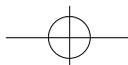
APROXIMACIÓN DE LA OFERTA CENTROAMERICANA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y SITUACIÓN DE SUS MERCADOS

En 1992, la Liga de Cooperativas de Estados Unidos de América (CLUSA) implementó el proyecto Producción y Mercadeo de Cultivos No Tradicionales para Exportación, financiado por la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (AID). En el desarrollo de este proyecto se identificaron las condiciones para la transformación de un sistema de producción convencional a uno orgánico. Con tal sentido, CLUSA estableció el programa de Agricultura Orgánica Certificada. En aquel momento, las normativas de la producción orgánica se basaban en los estándares de las agencias certificadoras internacionales.

A partir de entonces, en El Salvador han existido programas de agricultura orgánica, con énfasis en la seguridad alimentaria y la protección del ambiente. Algunas ONG identificaron la agricultura orgánica como una alternativa comercial redituable, capaz de generar desarrollo para sectores que buscan la reactivación económica a bajo costo monetario. Es importante destacar que el mayor énfasis se puso en la producción agrícola y hortofrutícola orgánica, con muy poco o ningún esfuerzo hacia la ganadería. Los primeros esfuerzos organizados en agricultura orgánica certificada se dieron en café; posteriormente se unieron el ajonjolí, la nuez de marañón, hortalizas, cacao y caña de azúcar.

La producción orgánica en El Salvador tuvo un auge durante los años 1995 y 1998, durante los cuales se llegó a certificar un total de 4 900 hectáreas. Actualmente el área ha disminuido, pero la diversidad de productos se ha incrementado; entre los productos certificados se cuentan el café, marañón, añil, hortalizas, caña de azúcar, aceite esencial de vetiver, aceite esencial de limón, aceite de coco, cúrcuma, jalea de guayaba, jabones de extractos de planta, extracto de sábila y plantas medicinales.

Sin embargo, la comercialización de los productos, tanto local como internacionalmente, parece ser el cuello de botella para el desarrollo de la agricultura orgánica, por los elevados costos de certificación y, en algunos casos, falta de compradores. Tanto es así, que muchas de las organizaciones



CASO EL SALVADOR

que cuentan con certificación no exportan. Por otro lado, la industria de insumos orgánicos se ha visto incrementada; actualmente cuenta con cinco compañías que comercializan insumos orgánicos ya procesados y no menos de tres que ofrecen insumos para agricultura orgánica en combinación con insumos de origen sintético.

II. MARCO INSTITUCIONAL Y POLÍTICAS PARA EL FOMENTO DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA

En el Documento Política Agropecuaria y Gestión Agraria Nacional, 1999-2004, del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), se reconocen ciertos rasgos de la actividad productiva que coinciden plenamente con las modalidades de la agricultura orgánica.

“Se considera a cada productor como un empresario capaz de tomar decisiones económicas racionales que le permitan mejorar sus ingresos, ser financieramente independiente y sostener sus actividades a través del uso eficiente de los recursos”.

“La visión del MAG consiste en ser una organización moderna, transparente, efectiva y de servicio al cliente; reconocida por sus contribuciones a favor de un desarrollo agropecuario, forestal y pesquero, en armonía social y ambiental”.

– “Al MAG le corresponderá las acciones relacionadas con las actividades productivas forestales y el uso productivo de los recursos suelo y agua (...)”

La agricultura orgánica, como aporte a estas propuestas debería apoyarse en aspectos relevantes, como el uso eficiente de los recursos, armonía social y ambiental, y la salvaguarda del uso productivo de los recursos suelo y agua. No obstante, la producción orgánica no es mencionada en ese documento.



Programas sectoriales

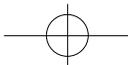
No existe una definición clara del sector para apoyar la agricultura orgánica. Ninguna de las instancias gubernamentales de apoyo al sector agrícola (MAG, CENTA, PROCAFE) incluyen explícitamente en sus planes de trabajo a la agricultura orgánica. Todas señalan que tienen el conocimiento técnico, pero que solo apoyan esas actividades bajo solicitud expresa de los usuarios.

A pesar de este apoyo limitado, la Fundación Salvadoreña para Investigaciones del Café (PROCAFE) desde hace 4 años se ha dado a la labor de difundir la opción de café amigable relacionándola con el beneficio a la biodiversidad, en estrecho contacto con el corredor biológico de aves migratorias, que el Instituto Smithsonian ha estado promoviendo en la región. El esfuerzo de PROCAFE se realizó en coordinación con el Ministerio del Medio Ambiente y SALVANATURA; esta última actúa como certificadora del “grado de amigabilidad” que una finca tiene con el medio y la biodiversidad.

Por otro lado, el 13 de diciembre del 2001, el MAG y el Centro Nacional de Tecnología Agrícola (CENTA) inauguraron, con la presencia del sector empresarial, organizaciones y productores del país, la primera exposición de tecnologías para la producción de hortalizas; en ella se ilustró, por medio de parcelas de demostración, cómo pueden utilizarse esas tecnologías.

Asimismo, el CENTA está vinculado a la producción orgánica mediante los planes correspondientes; recientemente, ese Centro ha reforzado su programa de hortalizas con la asignación de técnicas especializadas en producción agrícola.

Otras instancias vinculadas al Gobierno, como la Fundación para el Desarrollo Económico y Social de El Salvador (FUSADES) y la Cámara Agropecuaria (CAMAGRO), tampoco han definido una política de apoyo.



Organizaciones vinculadas a la agricultura orgánica

Organizaciones no gubernamentales de desarrollo

- Liga de Cooperativas de Estados Unidos (CLUSA). La Liga de Cooperativas de Estados Unidos de América, organización internacional, financiada con fondos de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) promueve programas de desarrollo rural con enfoque en productos no tradicionales de exportación para los sectores cooperativos de El Salvador. Fue la primera organización de fomento de la agricultura orgánica certificada con fines de exportación; creó la Sociedad de Productores y Exportadores de El Salvador (PROEXSAL), actual comercializador de productos orgánicos locales, y desarrolla la cooperativa de productores de “Los Planes”, actuales suplidores nacionales de vegetales orgánicos.
- Asociación CLUSA de El Salvador. ONG nacional, nacida a partir de CLUSA, efectúa acciones en agricultura orgánica principalmente en las zonas de Sonsonate, La Paz, Usulután, Chalatenango y San Miguel. Trabaja con la Cooperativa de Los Planes, La Carrera y otras con producción orgánica.
- Fundación para la Cooperación para el Desarrollo Económico y Social (CORDES). Mantiene su más notorio esfuerzo en el sur de San Vicente y La Paz, con las organizaciones de desmovilizados del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN). Entre sus proyectos más relevantes están el marañón orgánico, azúcar de panela orgánica y ajonjolí orgánico.
- Programa de Desarrollo del Departamento de Chalatenango (PRO-CHALATE). Es un esfuerzo de desarrollo del departamento de Chalatenango; se encarga de la coordinación de los programas de desarrollo de esta zona. Tiene acciones en la zona de Las Pilas y La Montaña,



APROXIMACIÓN DE LA OFERTA CENTROAMERICANA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y SITUACIÓN DE SUS MERCADOS

principalmente en hortalizas orgánicas. No ha tenido experiencia en la comercialización orgánica.

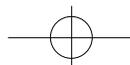
- Asociaciones de Desarrollo Local (ADEL). Organización de raíces comunales, formada después de los acuerdos de paz. Pone mucho énfasis en la producción orgánica, principalmente al nivel de la seguridad alimentaria. Trabaja en los departamentos de Chalatenango y Morazán.
- Servicio Jesuita para el Desarrollo (Diócesis de San Salvador, La Paz, Santa Ana, San Miguel, Secretariado Social Arquidiocesano, Fe y Trabajo). Organización de origen religioso. Pone énfasis en la producción orgánica, principalmente al nivel de la seguridad alimentaria. Cuenta con escasa experiencia en comercialización.

Federaciones y confederaciones

- Federación de Cooperativas (FEDECOOP). En ella participan cooperativas que producen hortalizas orgánicas para su consumo; comercializan el excedente entre vecinos sin diferenciación del convencional.
- Federación Salvadoreña de Cooperativas de la Reforma Agraria (FESACORA). Incluye cooperativas que han exportado café, marañón y ajonjolí orgánico.
- Confederación de Cooperativas de la Reforma Agraria Salvadoreña (CONFRAS). Incluye cooperativas que han exportado café y ajonjolí orgánico. Además ha realizado esfuerzos en programas directos de apoyo al desarrollo de la agricultura orgánica.

Gremiales y comercializadoras

- Consorcio de Maraón. Esfuerzo de la Agencia Canadiense para el Desarrollo para crear un grupo de los productores de marañón orgánico.



CASO EL SALVADOR

- Sociedad de Productores y Exportadores de El Salvador (PROEXSAL). Asociación de cooperativas para la comercialización en el exterior. Trabajan con ajonjolí y vegetales orgánicos de Las Pilas.
- Asociación Salvadoreña de Agricultores y Procesadores de Productos No Tradicionales (AGRONATURA). Asociación de productores, procesadores y exportadores, principalmente para el mercado europeo; un esfuerzo original de la GTZ. Promueve la exportación de no tradicionales como añil (índigo), jabones orgánicos, insumos orgánicos, aceites esenciales y de coco.
- Unión de Cooperativas de la Reforma Agraria. Productoras, Beneficiadoras y Exportadoras de Café (UCRAPROBEX). Asociación de Cooperativas cafetaleras de la reforma Agraria, maneja casi la totalidad de la exportación de café orgánico.
- Exportadora Navas (EXPRONAV). Empresa que maneja casi la totalidad de la comercialización de ajonjolí orgánico certificado para el mercado exterior.

Consultoras independientes

- CENSITA. Consultora privada que dentro de su accionar ha involucrado la agricultura orgánica. Tiene acciones de agricultura orgánica en la zona costera de Usulután y San Vicente.

Financiamiento

Para actividades de agricultura orgánica, las fuentes de financiamiento más importantes son los comercializadores, las organizaciones de segundo nivel y los programas internacionales de desarrollo, como la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), la Agencia de Cooperación Austriaca (IIZ) y el Centro Cooperativo Sueco (SCC).

APROXIMACIÓN DE LA OFERTA CENTROAMERICANA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y SITUACIÓN DE SUS MERCADOS

Cuadro 1. Instancias de apoyo a los productores orgánicos.

Área Temática	Organismos de Cooperación Internacional	Organizaciones no Gubernamentales
Producción	Horizonte 3000, BID, USAID, UE, GTZ SCC, HIVOS, Miserior	CLUSA, PROXSAL, CORDES, FESACORA, Prochalate, Technoserve, CONFRAS, Secretariado social Arquidiocesano, Servicio Jesuita para el Desarrollo, ADEL-Chalatenango, ADEL-Marazán, Diócesis de San Salvador, Dio. de Santa Ana, Dio. de La Paz, Dioc. de San Miguel, Fe y Trabajo, CENSITA
Capacitación	IICA, Horizonte 3000, BID, UE, USAID, GTZ, HIVOS, SCC, Miserior, SuizContact	CLUSA, PROXSAL, CORDES, FESACORA, Prochalate, Technoserve, CONFRAS, Secretariado social Arquidiocesano, Servicio Jesuita para el Desarrollo, ADEL-Chalatenango, ADEL-Marazán, Diócesis de San Salvador, Diócesis de Santa Ana, Diócesis de La Paz, Diócesis de San Miguel, Fe y Trabajo, CENSITA, Agronatura
Agroindustria	BID, USAID, SCC, GTZ	CLUSA, PROXSAL, CORDES, AGRONATURA
Comercialización	Horizonte 3000, GTZ, BID, USAID, HIVOS	CLUSA, PROXSAL, CORDES, CENSITA, Consorcio de Marañón, AGRONATURA, UCRAPROBEX
Mercado	Horizonte 3000, GTZ, BID, USAID,	CLUSA, PROXSAL, CORDES, CENSITA, Consorcio de Marañón, AGRONATURA, UCRAPROBEX

CASO EL SALVADOR

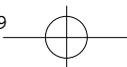
Los comercializadores, como UCRAPROBEX para café y EXPRONAV para ajonjolí, manejan un fondo para crédito que es descontado de la venta final de la producción.

Las organizaciones de segundo nivel participan activamente en el financiamiento, principalmente al nivel de avío y de actividades relacionadas a la agricultura orgánica. Normalmente los fondos utilizados para estas actividades no tienen una definición específica; por lo tanto, son utilizados por la organización hasta que entran en las arcas comunes.

Los fondos provenientes de programas de desarrollo internacional son destinados a agricultura en general y su disponibilidad para agricultura orgánica depende de las organizaciones de contrapartida nacional y sus lineamientos de trabajo. Muchos de ellos son donaciones para fortalecer fondos rotativos, establecimiento de programas de crédito o donación total. En términos generales, esos apoyos están dirigidos a poblaciones específicas, tales como productores de escasos recursos de una zona determinada, productores individuales u organizados.

La banca comercial no tiene una línea directa y, si bien no excluye en forma tácita la producción orgánica, los agentes de crédito tratan de disuadir a los productores para que dirijan su producción a una línea "más segura".

Por medio del Banco Multisectorial de Inversiones se abrió una línea de crédito dirigida al establecimiento de café con certificación orgánica (específicamente de OCIA), con una tasa de interés preferencial de 6%, con dos años de gracia y cinco años de plazo. Estas líneas no se manejan directamente por ese banco, ya que es de segundo nivel; la línea es administrada por la banca comercial, que dependiendo de su eficiencia, puede incrementar la tasa de interés. Este Fondo fue el resultado de negociaciones ambientales con el Banco Mundial. En la práctica, para el caso del café, sólo una parte de los productores orgánicos se han incorporado a esta línea.



III. MARCO LEGAL Y CERTIFICACIÓN DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA

Actualmente no se cuenta con una reglamentación nacional y menos con una legislación. En 1997 se hizo un esfuerzo por crear la legislación de los productos orgánicos, con base en la iniciativa de la Asociación Cafetalera de El Salvador para tener acceso al Draw Back (retorno del 6% de los impuestos cargados a los exportadores, cuando la exportación se cataloga como no tradicional), en el caso de café gourmet y orgánico. Ese intento perdió fuerza en la revisión legal previa al envío a la Asamblea Legislativa.

Si se reactivaran las acciones para reglamentar o legislar los productos orgánicos, esto debería involucrar a los sectores productivos representativos, la Dirección de Protección al Consumidor, el Ministerio de Economía, el Ministerio del Medio Ambiente, la Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología y el MAG.

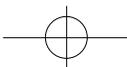
Reconocimiento y regulación de las agencias certificadoras

Actualmente no existen agencias nacionales de certificación. La certificación se realiza por medio de Agencias Internacionales, como es el caso de OCIA, BCS ÖKO-Garantie e IMO-Control. Las tres han tenido reconocimiento del sector; la primera es la de mayor trayectoria, seguida de BCS ÖKO-Garantie e IMO-Control.

La selección de la Agencia está basada en la demanda del comprador. Las características de las agencias mencionadas son las siguientes:

OCIA (certifica ajonjolí, café, cacao y marañón). Agencia formada por cooperativas con origen en Estados Unidos, es una de las de más prestigio y antigüedad. Actualmente ha perdido espacio en el mercado nacional.

BCS ÖKO-Garantie (certifica ajonjolí, café, añil, aceites esenciales, marañón, jabones e insumos orgánicos). Certificadora Alemana; gana ca-



CASO EL SALVADOR

Cuadro 2. Volumen de productos certificados o no certificados de El Salvador destinados al mercado nacional e internacional

Rubro	Volumen producido	Mercado nacional	Mercado internacional
Café	3 200 qq	2%	98%
Ajonjolí	15 000 qq		100%
Marañón	50 tn	5%	95%
Añil	150 kg	3%	97%
Hortalizas	4 000 lb/sem	100%	

Fuente: IICA, 2001.

Cuadro 3. Ubicación de los productos certificados

Producto	Origen	Volumen	Transformación
Ajonjolí	Zona costera de La Unión, San Miguel, Usulután, San Vicente y La Paz.	15 000 qq	Solo descortezado
Café	La Libertad, Sonsonate y San Vicente.	3 200 qq	En oro
Marañón	La Unión, San Miguel y San Vicente.	13 t 45 t	En nuez oro En semilla en bruto
Añil	San Salvador, Santa Ana, Sonsonate, Morazán y Chalatenango.	150 kg	El tinte
Aceites esenciales	Casi todo el país		Extracto

Fuente: IICA, 2001.



APROXIMACIÓN DE LA OFERTA CENTROAMERICANA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y SITUACIÓN DE SUS MERCADOS

da vez más espacio, principalmente con la ayuda de la agencia regional MAYACERT.

IMO-CONTROL (certifica marañón). Agencia Suiza; participó en la certificación del marañón de CORDES.

Todos los productos que son destinados para la exportación se certifican en el campo, luego, si es que llevan algún tipo de proceso se certifica en la planta de procesamiento. Este es el nivel máximo que se está manejando en el país. Lo que respecta a la certificación en el transporte y lugares de venta al consumidor no se hace en el país.

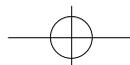
Criterios de cobro para la certificación

Dado que toda la certificación se realiza por agencias internacionales, cada una se basa en sus propias normas. Actualmente un solo comercializador exige certificación: la cadena de Supermercados La Despensa de Don Juan; es la única cadena de supermercados que ofrece hortalizas orgánicas, certificadas por BCS ÖKO-Garantie.

Los costos de la certificación varían con el organismo certificador. Los compradores externos normalmente se encargan de la negociación con la agencia certificadora internacional, por lo que no se puede estimar un costo por área, volumen o finca.

IV. CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA

En su gran mayoría, los productores orgánicos son productores de escasos recursos y muchos son cooperativistas. Existen, sin embargo, algunos productores privados con mejores condiciones económicas.



CASO EL SALVADOR

Caracterización de la producción destinada al mercado local e internacional

La producción y procesamiento de productos orgánicos en el país surgen como una alternativa económica, social y ecológica a principios de la década de los noventa, predominantemente con asistencia técnica de CLUSA.

Caso: Café orgánico

Con el fin de insertarse en el mercado de café orgánico, UCRAPROBEX participó en la Feria Americana del Café de Especialidades en 1993, donde contactaron a la mayoría de sus clientes actuales. Desde entonces, la participación de UCRAPROBEX en dichas ferias es constante y se realiza con el propósito de promocionar los productos orgánicos de El Salvador, principalmente café y nuez de marañón.

A la fecha, UCRAPROBEX ha penetrado en el mercado de Estados Unidos, países escandinavos y otros países europeos, propiciado por la intervención de Nestlé en el mercado de café orgánico. UCRAPROBEX mercadea el café bajo la marca café orgánico "Pipil", reconocido entre los mejores cafés orgánicos del mundo, su destino principal es Japón, Europa y Estados Unidos.

La incursión de UCRAPROBEX en el mercado del café orgánico se inició en 1992, como alternativa a la disminución en los precios del café. En el año cafetalero 1990/91 los precios promedios permitían que se recuperara el costo, pero en el período 1991/92 al 1992/93 el precio del mercado mundial se ubicó muy por debajo del costo de producción.

En 1992 CLUSA invitó a UCRAPROBEX a una reunión para debatir sobre café orgánico. Como resultado de esa reunión, las dos organizaciones firmaron un convenio de asistencia técnica para la producción y mercadeo de este producto. La cooperativa "La Providencia" fue la primera con quien se trabajó, para luego incorporar a la cooperativa "San Mauricio".

APROXIMACIÓN DE LA OFERTA CENTROAMERICANA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y SITUACIÓN DE SUS MERCADOS

Dada la situación de guerra y el abandono de las plantaciones de estas cooperativas, fueron certificadas el mismo año (1992) para la producción de café orgánico. En 1993, se hizo la primera exportación cuyo destino fue Japón; luego de esa experiencia, se realizaron otras ventas a nuevos compradores. Se obtuvo un diferencial superior al precio indicativo de la Bolsa de Nueva York. El café, se ha vendido a un precio 20 o 30% superior al valor de la bolsa de Nueva York, aunque existen lugares donde se considera al café "Pipil" como uno de los tres mejores cafés orgánicos del mundo. En la Feria de Minneapolis, en 1996, el café de la cooperativa "Santa Adelaida" se ubicó en el segundo lugar en el ámbito mundial en calidad.

Se participó también en otras ferias de productos orgánicos en Estados Unidos, Canadá, México, Costa Rica y Alemania. El propósito de esta estrategia fue presentar al mundo los productos orgánicos de El Salvador, principalmente café y nuez de marañón.

La cartera de clientes potenciales para estos productos fue creada por UCRAPROBEX en las diferentes ferias a las que asistió. Las características de estos clientes incluían criterios como solvencia financiera, capacidad de compra, preselección del canal de comercialización (especialmente mayoristas y localización geográfica) y otros.

Caso: Vegetales orgánicos

En 1994 CLUSA inició un programa de producción en la zona alta del departamento de Chalatenango. Ese programa contemplaba el establecimiento de parcelas de producción orgánica de vegetales; se incorporaron 5 agricultores con áreas no mayores de 350 m², las cuales deberían ser sembradas con 4 especies de vegetales; las siembras deberían ser programadas para obtener cosechas semanales a fin de abastecer a los consumidores en forma constante.

Acompañando al proceso de producción, se inició un esfuerzo de mercadeo en forma intensiva, invitando a compradores potenciales a visitar las



CASO EL SALVADOR

áreas de producción. Una de las particularidades del proyecto fue la creación de un centro de empaque artesanal, que incluía la selección, limpieza, clorinación y empaque de los productos. Se diseñó, además, una marca para la identificación del producto, con énfasis en su calidad por ser manejado con estándares orgánicos.

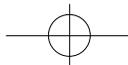
Las primeras cosechas fueron consumidas por el personal y personas allegadas al programa; posteriormente, se promocionó la venta en supermercados, hoteles y restaurantes. Para ese momento, la demanda por productos orgánicos no había sido descubierta. Con posterioridad a la aparición del producto, la demanda fue en aumento. Se logró pactar con los compradores un precio fijo, sobre la base de un suministro constante y de calidad. Al principio, la característica del producto “Las Pilas” que más llamó la atención su limpieza y calidad.

Al inicio también se necesitó que una organización se encargara de la comercialización, esta tarea recayó en PROEXSAL. La función de PROEXSAL fue coordinar, no solamente la comercialización y el mercadeo, sino el manejo del centro de empaque. Actualmente, los productores manejan una nueva marca, “Los Planes”, con control sobre toda la cadena, desde la compra de insumos, la producción de su material de trasplante, el proceso poscosecha, la distribución y comercialización.

El problema más serio que ha tenido esta experiencia es el déficit de producto que se da en épocas críticas, como el invierno, ya que el acceso se dificulta. Durante el verano, con las eventuales heladas también pueden afectar la oferta de los productos orgánicos para el mercado nacional.

Caso: Marañón

En 1992 CLUSA, implementó el Proyecto de Producción y Mercadeo de Cultivos No Tradicionales para Exportación, financiado por la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional. Como parte de ese pro-





APROXIMACIÓN DE LA OFERTA CENTROAMERICANA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y SITUACIÓN DE SUS MERCADOS

yecto CLUSA estableció el programa de Agricultura Orgánica Certificada, seleccionando como socio estratégico a UCRAPROBEX.

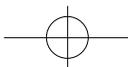
Uno de los casos de este programa es el del marañón, la Cooperativa de la Reforma Agraria La Marañonera (CORALAMA), miembro de UCRAPROBEX y ubicada en el Departamento de San Miguel fue seleccionada para desarrollar esta actividad. La cooperativa contaba con 1 500 manzanas de marañón en estado de abandono, como consecuencia de los elevados costos de producción, la situación del mercado internacional y una deficitaria gestión empresarial. En 1995, el cambio a la agricultura orgánica permitió a CORALAMA ser la primera cooperativa orgánica de marañón certificada por OCIA y propiciar la exportación de 37 000 libras de marañón orgánico certificado a Canadá a través Port West.

Posteriormente, otras instituciones como CORDES, y la Sociedad Cooperativa de Productores de Marañón (SCPM), se han involucrado en el desarrollo de este cultivo, lo que ha permitido exportar a Canadá, Estados Unidos y Europa.

En este cultivo la mayoría de productores pertenecen a cooperativas de la Reforma Agraria, aunque un buen porcentaje del área pertenece a “Montecristo”, una comunidad de ex combatientes del FMLN. Esta comunidad exporta por medio de una organización llamada Sistemas Económicos y Sociales (SES), creada por CORDES.

En este esquema se crea el Sistema Agrícola de Procesamiento de Marañón Orgánico (SAMO). El resto de productores están asociados con el Consorcio de Marañón y CORALAMA con UCRAPROBEX. Es importante hacer notar que la más grande cooperativa, CORALAMA (1 300 mz de marañón), se ha retirado del consorcio y ya no certifica sus productos.

En El Salvador existen tres plantas procesadoras de la semilla del marañón, las cuales son: CORALAMA en San Miguel, SCPM en La Unión y SAMO, esta última en San Vicente.



CASO EL SALVADOR

Los precios de almendra de marañón orgánico están en función del tipo de almendra, se clasifican como enteras blancas, mitades blancas, quebradas blancas, enteras doradas, mitades doradas y quebradas doradas. De todas, la que mejor precio obtiene es la “entera blanca W320” (con 320 almendras/libra).

La almendra debe ser empacada primero en bolsas de aluminio, las cuales se introducen en una caja de cartón con capacidad de 25 libras, grabadas con el nombre del productor y del exportador, el número de certificado orgánico, el nombre de la agencia certificadora, el peso en libras y el tipo de almendra empacada.

Modalidades de participación en la cadena de nuez de marañón.

De acuerdo a la participación de los diferentes actores en la producción, procesamiento y comercialización del marañón, pueden identificarse 4 modalidades de participación:

1º Los productores realizan la producción y secado de la nuez. La nuez se entrega a una planta procesadora, que realiza el secado, almacenamiento y extracción de la semilla (almendra); una vez obtenida la almendra, la industria destina entre el 10% y el 20% al mercado nacional en bolsas plásticas sin ninguna identificación y en presentaciones de una libra. El resto se destina al mercado internacional, por medio de un agente comercializador, esta tarea la realiza la Asociación Agropecuaria para el Desarrollo (AGRODESA), que identifica los compradores en el exterior y realiza los trámites de exportación.

2º Una misma empresa trabaja en toda la cadena: producción, recolección, almacenamiento, industrialización, empaque y comercialización, tanto en el mercado nacional como en el externo. Esta modalidad la ejecuta CORALAMA.

3º El productor realiza las funciones de producción, secado y almacenamiento de nuez y la envía a un comercializador para su exportación, o en

APROXIMACIÓN DE LA OFERTA CENTROAMERICANA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y SITUACIÓN DE SUS MERCADOS

Cuadro 4. Tamaño de los terrenos dedicados a la producción orgánica

Rubro	Area mínima registrada en manzanas	Area máxima registrada en manzanas
Café	1	120
Marañón	50	1300
Caña de azúcar	1	30
Añil	6	40
Ajonjolí	0.5	250
Hortalizas	0.25	16
Aceites esenciales	0.25	20
Abono orgánico (Materia prima).	15	

Cuadro 5. Volumen producido, área dedicada por actividad y área total. Ubicación geográfica

Rubro	Certificado	Volumen de producción	Área dedicada a la actividad	Ubicación geográfica
Café	Sí	3 200 qq	400 mz	Zona central
Ajonjolí	Sí	15 000 qq	1 200 mz	Zona costera
Marañón	Sí	50 t	1 250 mz	Zona oriental
Añil	Sí	150 kg	6 mz	San Salvador
Caña de azúcar	Sí	420 t	6 mz	San Vicente
Hortalizas	Sí	4 000 lb/sem	16 mz	Chalatenango
Maracuyá	No	108 000 unid/año	7.2 mz	Zona costera oriental
Cacao	Fue	736 qq	92 mz	Usulután
Plátano	No	157 t	31 mz	Zona costera
Papaya	No	2 912 qq	6.5 mz	Zona costera
Loroco	No	70 qq	8 mz	Zona costera

Fuente: IICA, 2001.

CASO EL SALVADOR

Cuadro 6. Oferta potencial de productos

Producto	Procedencia	Area	Producción
Hortícolas	Varias	92 mz	Indeterminada
Frutales diversos	Varias	92 mz	Indeterminada
Caña de azúcar	Bajo Lempa	6 mz	42 t
Frijol	Usulután, San Miguel	50 mz	1 500 qq
Aceites esenciales	Principalmente de oriente	24 mz	Indeterminada
Jabones y medicinas	Zona central y oriental	No aplica	Indeterminada
Tintes	Zona central	70 mz	450 kg
Granos básicos	Zona oriental	30 mz	1 600 qq

Fuente: IICA, 2001.

algunos casos la industrializa y posteriormente la envía a un comercializador para su exportación. En esta modalidad participa UCRAPROBEX, por lo que recibe una comisión.

4º Una misma empresa realiza las funciones de producción, secado, almacenamiento y exportación de nuez en forma natural. En esta modalidad también participa CORALAMA.

Productos con potencial

La estimación de los productos con potencial se basa en la factibilidad de la producción en el medio, su viabilidad de insertarse en el mercado y en el potencial de la demanda local o externa.

Para el mercado local, con base en estudios previos realizados son promisorios:

- Lácteos, incluidos leche y quesos
- Huevos



APROXIMACIÓN DE LA OFERTA CENTROAMERICANA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y SITUACIÓN DE SUS MERCADOS

- Carnes
- Granos básicos, principalmente frijoles
- Vegetales y frutas

Para el mercado exterior deben continuarse esfuerzos con los siguientes productos:

- Café
- Ajonjolí
- Añil (índigo)
- Nuez de marañón

Asimismo, existen otros productos con mucho menor desarrollo:

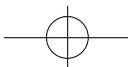
- Azúcar de panela
- Cacao
- Especias y plantas medicinales
- Pulpas y deshidratados de fruta
- Productos étnicos vegetales

V. MERCADOS

El mercado nacional

El mercado nacional de productos orgánicos es limitado; cuenta con algunas experiencias como café “Pipil”, que también se destina al mercado internacional, los vegetales orgánicos (originalmente con la marca “Las Pilas” y actualmente “Los Planes”) y el marañón.

Existe, sin embargo, una amplia oferta potencial en proyectos que están trabajando en forma orgánica, pero que no han tenido acceso al mercado por diversas razones, tales como volúmenes reducidos, inconsistencia en la producción, lejanía de los mercados o falta de certificación.



CASO EL SALVADOR

Para facilitar el acceso de estos grupos al mercado se deberá promover la creación de centros de acopio, ya que actualmente los productores orgánicos manejan volúmenes de producción insuficientes para las demandas del mercado. En tal sentido, se debe poner atención a la creación de centros de acopio estratégicos que concentren la producción y diluyan los costos de comercialización para apoyar este proceso.

Apoyo al desarrollo del mercado local

La única empresa que se ha caracterizado por apoyar al desarrollo de mercados local es PROEXSAL/CLUSA, dado que ha venido apoyando la asistencia técnica a la producción, manejo postcosecha, comercialización y mercadeo de productos con potencial en el mercado local. Sin embargo, debido a recortes de presupuestarios (en CLUSA) este esfuerzo ha venido a menos, aunque la participación de los productores ha sido decisiva para la continuidad de la iniciativa.

Caracterización de los consumidores

Con base en el estudio realizado por CONFRAS/SCC en 1998 y actualizado en el 2000 por CRECER/CORDES, los consumidores locales se pueden circunscribir a la clase social media alta y alta, quienes tiene conocimiento de los problemas de la ingestión de sustancias tóxicas por medio de los alimentos. Por otro lado, un factor que excluye a las otras clases sociales es el valor de los productos.

Puntos de venta

Los productos orgánicos se distribuyen principalmente en hoteles, restaurantes y supermercados. Como se mencionó, los estratos sociales de mayor consumo son los de clase media alta y alta, por lo que los productos orgánicos se expenden en puntos de ventas ubicados en las zonas de mayor poder adquisitivo de la capital.



APROXIMACIÓN DE LA OFERTA CENTROAMERICANA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y SITUACIÓN DE SUS MERCADOS

La cadena de supermercados “La Despensa de Don Juan”, es uno de los principales demandantes de productos orgánicos y en un segundo lugar, se encuentran los hoteles y restaurantes de comidas especializadas. Para estos compradores, la consistencia en las entregas es una de las más importantes exigencias, inclusive antes que la calidad del producto. El precio no es una limitante tan fuerte, pues el sector de la población que afecta, es el de mayor poder adquisitivo.

Distancia a los centros de venta

La distancia desde las zonas de producción hasta los principales centros de venta es variable, aunque no mayor a 80 km. Sin embargo, más allá de la distancia, el problema principal que se encuentra es la poca accesibilidad a algunas regiones y el mal estado de los caminos

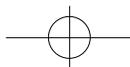
Con excepción del servicio prestado por PROEXSAL, el transporte en general es de pésima calidad, y se basa en camiones o camionetas sin refrigeración ni protección. El costo de transporte varía, desde US\$46 a US\$171 por viaje, según la distancia y la calidad de los caminos.

Composición de los precios

El caso más representativo es el de los vegetales de la cooperativa “Los Planes”, que puede apreciarse en la figura 1.

El mercado internacional

La forma de incorporarse a los mercados varía de organización a organización, algunas lo hacen con intereses lucrativos mientras que otras lo hacen con la intención de brindar un apoyo social. Entre las que brindan el apoyo más importante se encuentran CLUSA, CORDES, el Consorcio de Maraón y AGRONATURA, mientras que en un segundo plano están EXPRONAV, PROEXSAL y UCRAPROBEX.



CASO EL SALVADOR

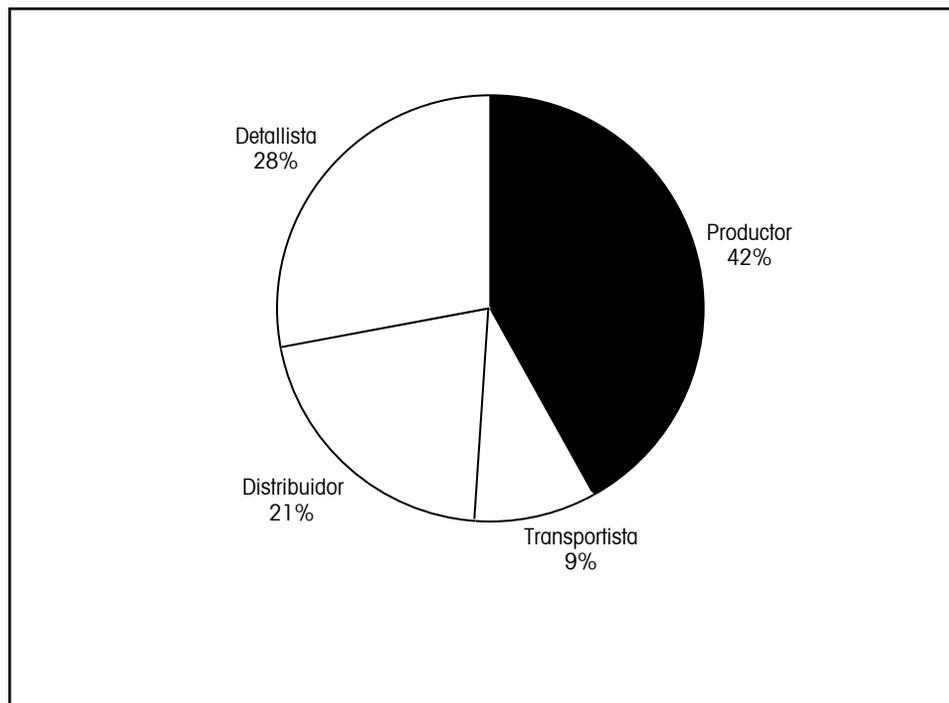


Fig. 1. Composición de precios.
Fuente: IICA, 2001.

En el caso de CLUSA y CORDES, el contacto con nuevos compradores se realiza principalmente a través de referencias, es decir orientados por organizaciones en el exterior con las que han tenido. En el caso de PROEX-SAL, UCRAPROBEX, el Consorcio de Maraón y AGRONATURA dependen más de ferias y de eventos relacionados con la actividad. Finalmente, EX-PRONAV mantiene relaciones permanentes con varios compradores

El tipo de negociación que se realice con los compradores externos depende de cada producto, y casi siempre pactando un precio superior al del homólogo convencional. Todos los productos son validados contra entrega del certificado de transacción extendido por la agencia certificadora.

APROXIMACIÓN DE LA OFERTA CENTROAMERICANA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y SITUACIÓN DE SUS MERCADOS

Cuadro 7. Destino intermedio y final de los productos exportados

Rubro	Destino Intermedio	Final
Café	UCRAPROBEX	EE.UU Japón
Marañón	CONSORCIO	Inglaterra Bélgica Canadá India,
Caña de azúcar	UCRAPROBEX SAMO Consortio	Inglaterra
Añil	AGROINAGOR	Suiza Alemania
Ajonjolí	EXPRONAV	EE.UU.

Fuente: IICA, 2001.

Caracterización de los compradores internacionales

En términos generales, los compradores de productos orgánicos son compradores comerciales para mercados competitivos; en otras palabras, no son compradores “emocionales” y normalmente vienen con referencias acerca de las características del producto que necesitan comprar. Para una mejor visualización de los destinos de los principales producto de exportación referirse al Cuadro 7.

También se hicieron esfuerzos por incursionar en el mercado de cafés amigables con la biodiversidad, el cual ha sido el único esfuerzo avalado por

CASO EL SALVADOR

el sector público, donde ha participado PROCAFE, el Ministerio del Medio Ambiente y SALVANATURA, sin embargo el experimento no fue exitoso ya que no se pudo acceder a estos mercados. Como resultado de esto, los caficultores que participaron de esta iniciativa consideran que el mercado de café orgánico es una mejor opción.

Promoción

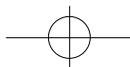
Actualmente, solo CLUSA, CORDES, UCRAPROBEX, Comunidades Unidas de Usulután (COMUS), la Red de Marañón y AGRONATURA se encuentran apoyando la promoción de los productos orgánicos de El Salvador en el ámbito internacional.

AGRONATURA es una de las organizaciones que se ha especializado en conformar representaciones cuya tarea consiste en facilitar el contacto con el mercado, enviando a una persona a promocionar los productos de sus asociados. Normalmente, estas acciones se efectúan en las ferias realizadas en algunos países europeos, como es el caso de la feria Biofach en Alemania.



GLOSARIO

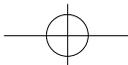
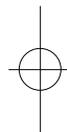
ADEL Asociaciones de Desarrollo Local
AGRODESA Asociación Agropecuaria para el Desarrollo
AGRONATURA Asociación Salvadoreña de Agricultores y Procesadores de
Productos No Tradicionales
AID Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional
CAC Consejo Agropecuario Centroamericano
CAMAGRO Cámara Agropecuaria
CENTA Centro Nacional de Tecnología Agrícola
CLUSA Liga de Cooperativas de Estados Unidos de América
COMUS Comunidades Unidas de Usulután
CONFRAS Confederación de Cooperativas de la Reforma Agraria Salvado-
reña
CORALAMA Cooperativa de la Reforma Agraria La Marañonera
CORDES Fundación para la Cooperación para el Desarrollo Económico y
Social
CRECER Proyecto Crecimiento Económico Equitativo Rural
EXPRONAV Exportadora Navas
FEDECOOP Federación de Cooperativas
FESACORA Federación Salvadoreña de Cooperativas de la Reforma Agraria
FMLN Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional
FUSADES Fundación para el Desarrollo Económico y Social de El Salvador
IICA Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura
IIZ Agencia de Cooperación Austriaca (Horizontes 3000)
IMO-Control Institute for MarketEcology
MAG Ministerio de Agricultura y Ganadería
OCIA Organic Crop Improvement Association
ONG Organismo No Gubernamental
PROCAFE Fundación Salvadoreña para Investigaciones del Café
PROCHALATE Programa de Desarrollo del Departamento de Chalatenango
PROXSAL Sociedad de Productores y Exportadores de El Salvador
SAMO Sistema Agrícola de Procesamiento de Marañón Orgánico





CASO EL SALVADOR

SCC Centro Cooperativo Sueco
SCPM Sociedad Cooperativa de Productores de Marañón
SES Sistemas Económicos y Sociales
UCRAPROBEX Unión de Cooperativas de la Reforma Agraria Productoras,
Beneficiadoras y Exportadoras de Café
USAID Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional



ANEXO 1. Información adicional.**Cuadro 8: estimación de la oferta de productos certificados y no certificados en El Salvador**

Actividad	Volumen de producción	Certificada	Ubicación geográfica
Café	3.200 qq	Si	Zona central
Ajonjolí	15.500 qq	Si	Zona costera
Marañón	50 ton	Si	Zona Oriental
Añil	150 Kg	Si	San Salvador
Caña de azúcar	420 ton	Si	San Vicente
Hortalizas	1.818 Kg/sem	Si	Chalatenango
Maracuyá	108.000 uni/año	No	Zona Costera Oriental
Cacao	736 qq	No	Usulután
Plátano	157 ton	No	Zona Costera
Papaya	2.912 qq	No	Zona costera
Loroco	70 qq	No	Zona costera

Fuente: IICA, 2001.

RECONOCIMIENTOS

La elaboración de estos estudios contó con el apoyo de los siguientes consultores: Edwin Martínez en Belice, Sebastián Charchalac en Guatemala, Octavio Sánchez en Honduras, Francisco Marengo en El Salvador, Felipe Iñiguez en Nicaragua, Carlos Soto y Manuel Amador en Costa Rica, y Maritza Aguilar en Panamá. El estudio de síntesis regional fue elaborado por Manuel Amador. El proceso incluyó recolección de información y talleres nacionales de validación para cada estudio, y un taller final con todos los consultores donde se homogenizaron criterios para las versiones finales de los documentos.

Se extiende un agradecimiento especial a las instituciones que apoyaron en esta iniciativa: Agencia Alemana de Cooperación Técnica (GTZ), Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo (CCAD), Coordinadora Indígena y Campesina de Forestería Comunitaria (CICAFOC), Corporación Educativa para el Desarrollo Costarricense (CEDECO), Dirección de Servicios de Protección Fitosanitaria del Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica, y Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM). Asimismo, se hace extensivo el agradecimiento a aquellas personas vinculadas a instituciones del Estado, organizaciones de agricultores y ONG's en cada uno de los países considerados, por la valiosa colaboración suministrada.

En la edición de los documentos participaron Manuel Amador, José C. Arze y Tomás Saraví. Los editores han sido respetuosos de las posiciones de cada autor, las cuales quedan plasmadas en sus respectivos documentos, de ahí que los ni los editores, ni el IICA, se identifican necesariamente con lo que los autores expresan. Se destaca también el apoyo de José Acedo en la elaboración de las artes gráficas.

Julio, 2002