

Comercialización y certificación de cacao (*Theobroma cacao*
Linn.) y banano (*Musa AAA*) orgánico de las comunidades
indígenas de Talamanca, Costa Rica

VERÓNICA REGINA HINOJOSA SARDÁN

Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza
Programa de Enseñanza para el Desarrollo y la Conservación (CATIE)
Escuela de Posgrado

Biblioteca Central
ORTON - E.C.
20 AGO 2003
RECIBIDO

**Comercialización y certificación de cacao (*Theobroma cacao* Linn.) y banano (*Musa*
AAA) orgánico de las comunidades indígenas de Talamanca, Costa Rica**

Tesis sometida a la consideración del comité Técnico Académico del Programa de
Estudios de Socio Economía Ambiental del Centro Agronómico Tropical de Investigación y
Enseñanza, para optar al grado de

MAGISTER SCIENTIAE

Por

Verónica Regina Hinojosa Sardán

CATIE


Turrialba, Costa Rica

2002

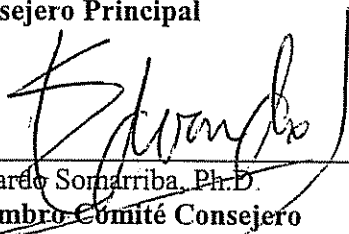
Esta tesis ha sido aceptada en su presente forma por el Programa de Educación para el Desarrollo y la Conservación y la Escuela de Posgrado del CATIE y aprobada por el Comité Consejero del Estudiante como requisito parcial para optar por el grado de:

MAGISTER SCIENTIAE

FIRMANTES:

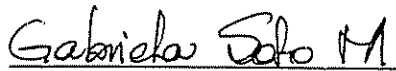


Dietmar Stoain, Ph.D.
Consejero Principal

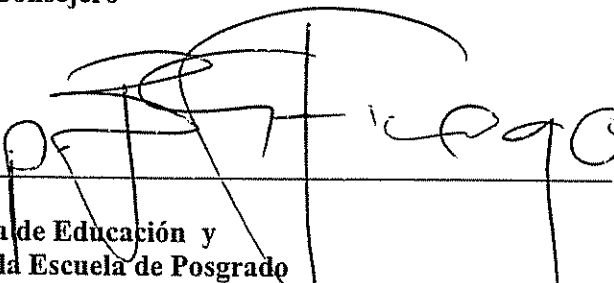


Eduardo Somarriba, Ph.D.
Miembro Comité Consejero

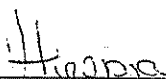
Eliécer Vargas, Ph.D.
Miembro Comité Consejero



Gabriela Soto, M.Sc.
Miembro Comité Consejero



Ali Moslemi, Ph.D.
**Director Programa de Educación y
Decano de la Escuela de Posgrado**



Verónica Regina Hinojasa Sardán
Candidata

DEDICATORIA

A mis padres Frasquita Sardán de Hinojosa y Eduardo Hinojosa,
mis hermanos Patricia, Claudia, Mónica y José Luis
y mi sobrinita Paula Andrea.

AGRADECIMIENTOS

Al Proyecto "Biodiversity Conservation and Sustainable Production in Indigenous Organic Cacao Farms of Talamanca, Costa Rica" (GEF/Banco Mundial), por el apoyo económico y logístico que permitió realizar el presente estudio.

A los miembros del comité asesor Ph. D. Dietmar Stoian, Ph.D. Eduardo Somarriba, Ph. D. Eliécer Vargas y M. Sc. Gabriela Soto por sus aportaciones y sugerencias.

A los profesores e investigadores Ph. D. Víctor Quiroga, Ph. D. Francisco Jiménez, M. Sc. Guillermo Dettlesen, M. Sc. Manuel Gómez, M. Sc. Efraín Zelada y M. Sc. Sergio Velásquez por la orientación y la ayuda prestada.

Al personal del proyecto M. Sc. Marilyn Villalobos, M. Sc. Jorge Gonzáles, Lic. Kattia Acuña, Vilmar Sánchez y Javier Méndez por el apoyo, amistad y ayuda proporcionada.

A la dirigencia de ADITIBRI y ADITICA por permitirme conocer un poco de las características y la cultura de los pueblos indígenas de Talamanca, Costa Rica.

A todos los promotores del proyecto, por mostrarme el camino y enseñarme la manera de hacerme entender con su gente.

A los productores y productoras de Talamanca por su colaboración y los conocimientos enseñados.

A los representantes de las diferentes asociaciones ABACO (Mercedes Chávez y Nelson Torres), ACAPRO (Christian Thommen), APPTA (Walter Rodríguez y Juan Carlos Barrantes) y UCANEHÜ (Agustín Jackson y Demetrio Layan) por la información y la ayuda prestada.

A mis amigos y compatriotas Familia Quiroga, Familia Zelada, Familia Flores, Marcelo Endara, Martha Serrano, María Luisa Ramos y Susy Guardia Stoian por la amistad y compañía.

A mis amigos y amigas del CATIE por lo momentos compartidos: Damaris Suárez, Felicia Granados, Jannette Gutiérrez, Elsy Saira, Roger Meneses, Orfa Rodríguez, Luisa Trujillo, Claudia Muñoz, William Arreaga y Edgar Bamaca a través de quienes conocí un poco de Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Ecuador, Colombia, y Guatemala.

CONTENIDO

	Pág.
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
CONTENIDO	vi
RESUMEN	viii
ABSTRACT	x
LISTA DE CUADROS	xii
LISTA DE FIGURAS	xiii
LISTA DE ANEXOS	ivx
1 INTRODUCCIÓN	1
<hr/>	
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Objetivos	3
1.2.1 Objetivo general	3
1.2.2 Objetivos específicos	3
1.3 Preguntas Clave	3
1.4 Hipótesis	4
1.5 Área de estudio	4
2 REVISIÓN DE LITERATURA	6
<hr/>	
2.1 Mercado mundial del cacao convencional	6
2.1.1 Producción y comercialización	6
2.1.2 Fluctuación del precio	7
2.2 Mercado mundial del banano convencional	9
2.2.1 Producción y comercialización	9
2.2.2 Fluctuación del precio	11
2.3 Agricultura orgánica a nivel mundial	13
2.4 Mercado de productos orgánicos	14
2.5 Comercio o mercado justo	16
2.6 Sistemas de Acreditación	17
2.7 Certificación orgánica	20
2.8 Importancia histórica del cacao y banano en Talamanca	22
3 METODOLOGÍA Y MÉTODOS	25
<hr/>	
3.1 Estimación del tamaño del mercado de cacao y banano orgánico dentro del contexto internacional	25
3.2 Evaluación de diferentes sistemas de certificación dentro del contexto internacional y nacional	26
3.3 Análisis del canal de comercialización dentro del contexto nacional	28
3.3.1 Compradores a nivel nacional	29
3.3.2 Asociaciones de productores comercializadoras de banano y cacao orgánico	29
3.3.3 Productores de cacao y banano orgánico de la Reserva Indígena de Talamanca	29
3.4 Triangulación de la información	30

4	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	32
4.1	Contexto Internacional	32
4.1.1	Estimaciones del tamaño del mercado de Cacao Orgánico	32
4.1.2	Precios de cacao convencional, orgánico y justo	34
4.1.3	Estimaciones del tamaño del mercado de Banano Orgánico (fruta fresca)	36
4.1.4	Precio de banano fruta fresca orgánico y justo	38
4.1.5	Precio de puré de banano orgánico y justo	39
4.2	Certificación dentro del contexto internacional y nacional	40
4.2.1	Certificación orgánica	40
4.2.2	Costos de la certificación orgánica	43
4.2.3	Diferentes sistemas de certificación	45
4.3	Características generales del canal de comercialización de cacao y banano orgánico en Talamanca-Costa Rica	47
4.3.1	Canal de comercialización de cacao orgánico de Talamanca, Costa Rica	48
4.3.2	Canal de comercialización de banano orgánico de Talamanca, Costa Rica	52
4.3.3	Elementos clave para el éxito en grupo de productores organizados (GPO)	56
4.3.4	Productores de cacao y banano orgánico de Talamanca, Costa Rica	58
4.4	Reflexiones metodológicas	62
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	63
5.1	Conclusiones	63
5.2	Recomendaciones	65
6	LITERATURA CITADA	67
ANEXOS		76

Hinojosa S, VR. 2003. Comercialización y certificación de cacao (*Theobroma cacao* Linn.) y banano (*Musa AAA*) orgánico en las comunidades indígenas de Talamanca, Costa Rica.

Palabras clave: Mercado orgánico, comercio justo, certificación orgánica, acreditadoras orgánicas, productos ecológicos, banano orgánico, cacao orgánico, canal de comercialización, Talamanca, Costa Rica.

RESUMEN

El cacao y banano orgánico son dos de los tres principales productos que comercializan los indígenas Bribri y Cabécares de Talamanca, Costa Rica. En este estudio se estimó el volumen total del mercado de cacao y banano orgánico comercializado a nivel internacional para el 2001 su crecimiento y las tendencias de precios; se evaluaron diferentes sistemas de certificación orgánica a través de la pertenencia o no a determinados sistemas de acreditación orgánica; y por último se analizó el canal de comercialización de ambos productos, sus actores y sus interrelaciones.

El volumen del cacao y banano orgánico comercializado a nivel internacional ha tenido un crecimiento significativo en la década pasada. El incremento se debe en primer lugar a las exportaciones elevadas provenientes de República Dominicana donde la producción orgánica ha experimentado un fuerte apoyo gubernamental. Por otro lado se observa una reducción de los precios de ambos productos. En el caso del cacao la macrotendencia ha sido interrumpida por un incremento de los precios durante el 2002, principalmente por los problemas sociales que sufrió Costa de Marfil, el principal país productor de cacao a nivel mundial.

En los últimos años, el marco regulatorio para la producción y comercialización de productos orgánicos ha venido modificándose marcadamente. Se han establecido varios sistemas de acreditación que regulan el proceso de certificación y, de esta manera, el ingreso de productos orgánicos a los principales mercados a nivel internacional. Como consecuencia, muchas certificadoras orgánicas se han visto obligadas a inscribirse en varios sistemas de acreditación para garantizar a sus clientes el acceso a múltiples mercados. Los cambios regulatorios se dieron principalmente para reducir problemas de

falta de reconocimiento entre las diferentes agencias certificadoras y así reducir la doble certificación para diferentes mercados y por ende una reducción en los costos de certificación. Sin embargo, en Talamanca los grupos de productores organizados no han logrado beneficiarse de este cambio, ya que siguen trabajando con dos agencias de certificación orgánica.

La comercialización de cacao y banano orgánico proveniente de la Reserva Indígena de Talamanca se realiza principalmente a través de asociaciones, aglutinando la producción de una multitud de pequeños productores como prerrequisito para acceder al mercado internacional. La Asociación de Pequeños Productores de Talamanca (APPTA) es la única de cuatro asociaciones trabajando en la zona que comercializa ambos productos.

El hecho de que se haya estado trabajando dentro de un mercado alternativo, basado en otra filosofía ha generado cambios importantes en las relaciones comerciales entre los primeros actores a lo largo del canal de comercialización. Si bien no se reduce la intermediación, se transforma y se crea una nueva institucionalidad en las relaciones comerciales entre productores e intermediarios locales. Sin embargo, se deben mejorar los flujos de información para que los mismos productores participen más activamente en la toma de decisiones, fortaleciendo de esta manera su sentimiento de pertenencia respecto a las asociaciones.

Hinojosa S, VR. 2003. Commercialization and certification of organic cocoa (*Theobroma cacao* Linn.) and banana (*Musa AAA*) in indigenous communities of Talamanca, Costa Rica.

Key words: Organic market, fairtrade, organic certification, organic accreditation, ecologic products, organic banana, organic cacao, market trade chain, Talamanca, Costa Rica.

ABSTRACT

Organic cacao and banana are two of the three main products commercialized by the native Bribrís and Cabécares in Talamanca, Costa Rica. In this study, we analyzed the volume of organic and banana traded in the international market as well as growth and price tendencies. We also evaluated under which accreditation schemes different organic certification bodies are registered. Finally, we studied the marketing channels of both products, the respective actors and their interrelations.

The volumes of organic cacao and banana trade in the international market have experienced a significant rise over the past decade. This growth has principally been due to elevated exports from Dominican Republic, where organic production has received strong governmental support. Prices of both organic products, though, generally show a downward tendency. In the case of organic cacao, this general tendency has been discontinued during 2002 when a significant price hike could be observed in the international market, due largely to the civil war in the Ivory Coast, the world's leading producer of cacao.

In recent years, the regulatory frame for the production and commercialization of organic products has been subject to considerable modifications. Several large-scale accreditation programs have been set up to regulate the certification process and, thus, the influx of organic products into the international market. As a result, many certifying bodies saw themselves forced to become registered under several accreditation schemes in order to secure their client's access to a variety of markets. These regulatory changes aimed at mutual recognition of different certification schemes and a reduction of certification costs through avoidance of double certification for different markets. However the organized

producer groups in Talamanca continue working with two organic certification agencies, as they have not yet agreed on a sole certification scheme.

The commercialization of organic cacao and banana originating from the Indigenous Reserve of Talamanca is realized mainly through associations, agglutinating the production volumes of a multitude of small producers as a prerequisite to gain access to the international market. The Association of Small Producers of Talamanca (APPTA) is the only out of a total of four associations working in the zone that commercializes both products.

Working in an alternative market that exhibits a different philosophy has generated important changes in the commercial relations among the actors of the first segments of the marketing chain. Even though intermediaries have not ceased to be fundamental actors in the commercial transactions, a new institutionality has been created that governs the commercial relations between producers and local intermediaries. Nevertheless, the information flow along the chain needs to be improved, enabling the producers to more actively participate in decision making, and thus strengthening their sense of ownership in the producer associations.

LISTA DE CUADROS

		Pág.
Cuadro 1	Comercialización de subproductos de banano convencional a nivel mundial en t (1998).	9
Cuadro 2	Importaciones de puré de banano convencional de EEUU por país origen (1994-2001).	11
Cuadro 3	Niveles de precios de banano convencional de acuerdo al mercado en USS kg ⁻¹ (1997-2001).	13
Cuadro 4	Mercado internacional de productos orgánicos: estimaciones para el 2000.	15
Cuadro 5	Cronología histórica de Talamanca, Costa Rica (1870-2003).	22
Cuadro 6	Estimaciones del volumen de cacao orgánico comercializado en los principales países importadores (2001).	32
Cuadro 7	Comparación de precios en diferentes nichos de mercado (1992-2002).	35
Cuadro 8	Estimaciones del volumen de banano orgánico comercializado en los principales países importadores (2001).	36
Cuadro 9	Niveles de precios de banano orgánico fruta fresca de exportación de República Dominicana, (1999-2001).	39
Cuadro 10	Índice de acreditación.	42
Cuadro 11	Costos de certificación de los diferentes GPO de Talamanca - Costa Rica, según agencia certificadora (2002-2003).	44
Cuadro 12	Costo de Certificación orgánica (2003).	45
Cuadro 13	Elementos y conceptos clave para el éxito de GPO y APPTA.	56
Cuadro 14	Análisis Financiero de los principales productos comercializados por los miembros de APPTA, Talamanca, Costa Rica (n=71, en colones) 2002.	59
Cuadro 15	Comercialización de cacao orgánico en comunidades indígenas de Talamanca, Costa Rica (1999-2001).	60
Cuadro 16	Comercialización de banano orgánico en comunidades indígenas de Talamanca, Costa Rica (1999-2001).	61

LISTA DE FIGURAS

		Pág.
Figura 1	Reserva Indígena de Talamanca, Costa Rica.	5
Figura 2	Fluctuación del precio y la producción de cacao convencional durante el período (1971-2002).	8
Figura 3	Porcentaje del área bajo manejo orgánico por continente (2001).	14
Figura 4	Diferentes sistemas de Acreditación.	19
Figura 5	Diagrama del proceso de certificación orgánica.	21
Figura 6	Precios del puré de banano según el tipo de producto y país.	40
Figura 7	Canal de comercialización general de banano y cacao orgánico de Talamanca, Costa Rica.	47
Figura 8	Canal de comercialización de cacao orgánico en Talamanca, Costa Rica (2001).	49
Figura 9	Canal de comercialización de banano orgánico en Talamanca, Costa Rica (2001).	55

LISTA DE ANEXOS

		Pág.
Anexo 1	Principales países productores de cacao en grano y sus respectivas tasas de crecimiento (1997-2001).	77
Anexo 2	Principales países importadores de cacao en grano y sus respectivas tasa de crecimiento (1997-2001).	77
Anexo 3	Principales países exportadores de cacao en grano y sus respectivas tasas de crecimiento (1997-2001).	78
Anexo 4	Principales países productores de banano fruta fresca y su respectiva tasa de crecimiento (1997-2001).	78
Anexo 5	Principales países importadores de banano fruta fresca y su respectiva tasa de crecimiento (1997-2001).	79
Anexo 6	Principales países exportadores de banano fruta fresca y su respectiva tasa de crecimiento (1997-2001).	79
Anexo 7	Entrevista a procesadores a nivel internacional.	80
Anexo 8	Entrevista a certificadoras a nivel internacional.	82
Anexo 9	Entrevista a acreditadores a nivel internacional.	83
Anexo 10	Entrevista a procesadores de cacao a nivel nacional.	84
Anexo 11	Entrevista a procesadores de banano a nivel nacional.	85
Anexo 12	Entrevista a Grupos de Productores Organizados (GPO) de la zona de Talamanca, Costa Rica.	86
Anexo 13	Entrevista a los productores indígenas de Talamanca, CR.	87
Anexo 14	Exportaciones de cacao en grano orgánico de República Dominicana por país destino (1999-2001).	91
Anexo 15	Exportaciones de banano orgánico de República Dominicana por país destino (1999-2001).	91
Anexo 16	Diferentes sistemas de certificación.	92
Anexo 17	Lineamientos de calidad comercializable a nivel internacional de cacao.	94

	Pág.
Anexo 18 Diferencias entre productores afiliados y asociados a APPTA.	95
Anexo 19 Comparación de los niveles de productividad de Alta Talamanca con otras experiencias de producción orgánica y los principales países productores de cacao convencional.	96
Anexo 20 Superficie por cultivo en fincas indígenas de Talamanca-Costa Rica.	96

1 INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del problema

La producción y comercialización de productos orgánicos han experimentado un crecimiento exponencial a nivel mundial, durante la última década del siglo XX. Situación que ha sido fomentada principalmente por tres aspectos: crecimiento de la demanda, sobreprecio de los productos orgánicos en los países industrializados y desarrollo de diferentes sistemas regulatorios (Arze 2001). El crecimiento de la demanda se debe principalmente al cambio de conciencia a nivel mundial en aspectos como el medio ambiente, deforestación, erosión de la biodiversidad, problemas de salud e injusticias sociales (Arze 2001; Cussianovich 2001; Zelada 2001).

Este cambio de conciencia a nivel mundial ha generado mercados que proporcionan incentivos económicos al cacao y banano producido y/o procesado bajo técnicas orgánicas y/o de comercio equitativo, siempre y cuando estos productos tengan sus respectivas certificaciones.

A pesar del rápido crecimiento del mercado de productos orgánicos existe escasa información oficial sobre la producción y el tamaño del mercado que permitan evaluar la tasa y las modalidades de crecimiento del mercado orgánico (Morales y Arango 1999). La falta de estadísticas oficiales sobre la comercialización de productos orgánicos es una de las principales limitantes para describir un panorama completo del comercio mundial de productos orgánicos (ICCO 1998; Kortbech-Olesen 1998; CCI 1999; FAO/CCI/CTA 2001), siendo esta información crucial para la toma de decisiones de las empresas y organizaciones encargadas de la comercialización de estos productos. Sin embargo, es evidente que Europa (en especial países de la Unión Europea), EEUU y Japón son los principales mercados para productos orgánicos (Kortbech-Olesen 1998).

Como ya se mencionó anteriormente, la comercialización de productos orgánicos y/o de comercio justo está condicionada por la "certificación", que es un procedimiento mediante el cual se deja constancia documentada de que un productor o producto cumple con especificaciones determinadas de manera previa (Zelada 2001).

Actualmente existen diferentes sistemas de certificación y al no haber formas de reconocimiento mutuo, podrían darse prácticas comerciales discriminatorias en perjuicio de productos certificados por diferentes sistemas de acreditación y certificación. El reconocimiento recíproco de los sistemas de certificación es un problema aún no resuelto, a pesar de los recientes esfuerzos de la comunidad internacional respecto a la homogenización de sistemas de acreditación (Tissari 2001). La falta de reconocimiento mutuo repercute en el encarecimiento de los costos de certificación al tener que utilizar más de una certificadora para diferentes mercados.

En Costa Rica se estima que actualmente se producen alrededor de 30 productos orgánicos certificados, abarcando unas 9.500 ha dedicadas a la agricultura orgánica y comercio equitativo (IICA 2001a). Los principales productos orgánicos destinados al mercado internacional son: banano (*Musa AAA*), cacao (*Theobroma cacao* Linn.), café (*Coffea arabica*) y naranja (*Citrus sinensis*) (Amador 2001). Hasta el momento Talamanca es la zona de mayor producción de banano orgánico (Descamps 2002) y cacao orgánico en el país.

Los indígenas Bribrís y Cabécares de Talamanca, cultivan cacao y banano orgánico como una de sus estrategias de sobrevivencia (Borge y Castillo 1997 citado por Suárez 2001) dentro de un sistema agroforestal (SAF) multiestratificado, con un dosel de sombra que incluye especies frutales, medicinales, maderables y no maderables (Guiracocha 2000, Suárez 2001 y Trujillo 2002). El cacao y banano orgánico son dos de las tres especies comerciales que conforman su SAF y sostienen la economía de los hogares.

El cacao y banano orgánico se comercializan a través de la Asociación de Pequeños Productores de Talamanca (APPTA). Para la comercialización del banano orgánico existen también otras organizaciones trabajando en la zona. La interacción de los diferentes actores de mercado es un poco investigado, aunque es uno de los aspectos fundamentales para identificar el potencial de desarrollo organizacional e institucional y que conlleva a una reducción en los costos de transacción, en especial en los primeros eslabones del canal de comercialización.

En síntesis los problemas a tratar en el presente estudio son:

- falta de información sobre el tamaño y las tendencias del mercado de cacao y banano orgánico;
- implicaciones de nuevas regulaciones en acreditación dentro de prácticas de certificación orgánica en Talamanca, Costa Rica;
- y desconocimiento sobre un cambio o no en la institucionalidad de las interrelaciones entre los diferentes actores del canal de comercialización dentro de un mercado orgánico.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Contribuir al mejoramiento del bienestar de las comunidades indígenas de Talamanca mediante información sobre comercialización y certificación que permita plantear mejores estrategias para la venta de cacao y banano orgánico certificado.

1.2.2 Objetivos específicos

- Elucidar las tendencias en los mercados internacionales para cacao y banano convencional, orgánico y justo.
- Determinar las mejores alternativas de certificación orgánica para los grupos de productores organizados (GPO) de Talamanca.
- Analizar en los canales de comercialización de cacao y banano orgánico de Talamanca con énfasis en las interacciones entre los diferentes actores de mercado y el potencial para una mejor institucionalidad entre ellos.

1.3 Preguntas Clave

- ¿Cuáles son las tendencias en oferta, demanda y los respectivos precios en los mercados de cacao y banano orgánico, convencional y justo a nivel mundial?
- ¿Cuáles son las mejores alternativas de certificación orgánica para los GPO de Talamanca, Costa Rica?
- ¿Quiénes son los diferentes actores del canal de comercialización de cacao y banano orgánico en Talamanca, cuáles son sus interrelaciones y que potencial existe para mejoras institucionales?

1.4 Hipótesis

H₁: Si bien las tendencias en los mercados de cacao y banano orgánico han sido favorables a nivel mundial, la participación de los GPO de Talamanca ha disminuido en los últimos cinco años.

H₂: Pese a nuevas regulaciones a nivel internacional respecto a la acreditación y certificación orgánica, los GPO de Talamanca no han podido acceder a alternativas más económicas en certificación orgánica.

H₃: Los actuales canales de comercialización de cacao y banano orgánico proveniente de Talamanca tienen características de monopsonio / oligopsonio, pero existe el potencial de ampliar el número de compradores y así aumentar los beneficios percibidos por los GPO.

1.5 Área de estudio

Por las características del presente estudio, no se tiene un área estrictamente definida. Si bien se trata de la comercialización y certificación del cacao y banano orgánico producidos en las comunidades indígenas de la Reserva de Talamanca, muchas organizaciones, empresas comercializadoras, certificadoras, acreditadoras y otros actores que intervienen en la comercialización y su regulación se encuentran distribuidos a nivel nacional e internacional. Sin embargo, utilizaremos como punto focal y de partida "La Reserva Indígena de Talamanca", la cual se encuentra ubicada al sureste de Costa Rica entre las coordenadas 82°50'40" - 83°18'37" Longitud Oeste y 9°39'30" - 9°21'38" Latitud Norte (Figura 1).

La Reserva Indígena de Talamanca pertenece al Distrito de Bratsi, Cantón de Talamanca, Provincia Limón, cuenta con 62.253 ha (Guiracocha 2000) y está constituida por 25 comunidades indígenas Bribri y 7 comunidades Cabécares (Méndez 2002)¹. Cuenta con una población indígena de alrededor de 7.800 habitantes entre Bribri y Cabécares (Solano 2001).

¹ Méndez, J. 2002. Trabajo de campo (comentario personal). Talamanca, CR.

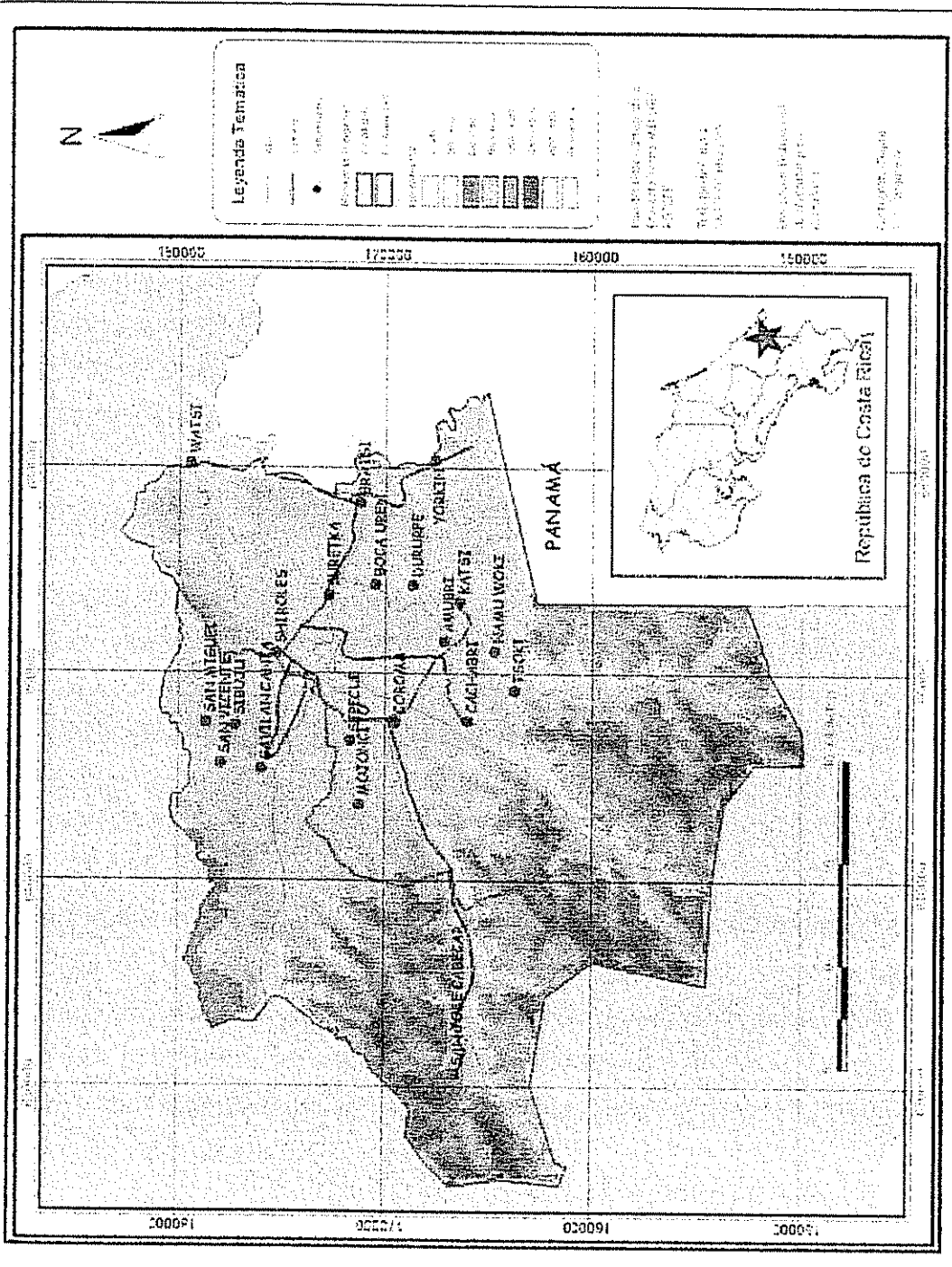


Figura 1 Reserva Indígena de Talamanca, Costa Rica.

2 REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Mercado mundial del cacao convencional

2.1.1 Producción y comercialización

Los principales países productores de cacao convencional a nivel mundial son: Costa de Marfil, Indonesia, Ghana y Nigeria, estos países en conjunto producen el 74% del cacao convencional a nivel mundial. La producción mundial de cacao en el 2002 fue de aproximadamente 2,8 millones de toneladas, reduciéndose un 3,6 % entre 1999 y 2002. La disminución en la producción de cacao se debió principalmente a conflictos sociales y militares en Costa de Marfil (ASERCA 2002). Aspecto que tuvo enorme repercusión en la producción, pues el 39% de la producción mundial proviene de Costa de Marfil. Los principales países productores de cacao a nivel latinoamericano son: Brasil, Ecuador, Colombia y República Dominicana, en orden de importancia, que conjuntamente aproximadamente producen aproximadamente el 10% del total² (Anexo 1).

Es imposible decir a ciencia cierta de donde se origina el cacao. Estudios realizados por Pound (1935) y Cheesman (1935) citados por Enríquez (1985) indican que el cacao es originario de América del Sur y que más tarde se trasladó a Centro América, México y posteriormente a África, continente que actualmente es el mayor productor. El cacao es un producto que generalmente es producido por pequeños productores (CCI 2001; Maes 2001).

El sector del cacao en general se caracteriza por un elevado grado de concentración, no solo en la producción, sino también en la comercialización. El 80% está controlado por cinco empresas, otras cinco manejan el proceso de transformación y seis multinacionales dominan el 80% del mercado de chocolate, de las cuales tres son americanas (Hershey, Mars y Morris) y otras tres son europeas (Nestlé Suiza, Cadbury Schweppes Reino Unido y Ferrero Italia) (Maes 2001).

² Se debe destacar el crecimiento que ha presentado República Dominicana en los últimos cuatro años (20%), recuperándose de los efectos que ocasionó el huracán George en 1998

2.1.2.1 Importación

Los países importadores de cacao en grano más importantes son: Holanda, EEUU y Alemania, con 20, 19 y 11%, respectivamente, durante el periodo 1997-2001³. Alemania es el único de estos tres países que presentó una tasa negativa de crecimiento; esta reducción posiblemente se deba a la nueva reglamentación de la UE que se encuentra vigente desde el 2000, la que permite hasta un 5% de grasa vegetal por peso en el producto final (CCI 2001), reduciendo el requerimiento del contenido graso (manteca de cacao) desde un 18% hasta un 13% de peso en el producto final.

Holanda es un importante centro de procesamiento de cacao, que incluye a los más grandes moledores del mundo. Procesa aproximadamente al año el 15% del cacao a nivel mundial (CCI 2001) y re-exporta el 3% restante de sus importaciones. Sin embargo, al igual que Alemania se observa una leve disminución de sus importaciones durante el periodo 1995-2000, que probablemente también se deba a la aplicación de la nueva regulación anteriormente mencionada (Anexo 2).

2.1.2.2 Exportación

Los principales países productores son también los principales países exportadores de cacao en grano. Aunque se debe mencionar el papel que desempeñan países re-exportadores como Holanda y Estonia. Holanda se destaca por la importación y re-exportación al mercado europeo de muy diversos productos agrícolas convencionales (CCI 1999) y el cacao no es la excepción. Entre los principales países exportadores de cacao en Latinoamérica tenemos a Ecuador y República Dominicana (Anexo 3).

2.1.2 Fluctuación del precio

El mercado mundial del cacao es notablemente inestable, principalmente por las enormes variaciones que se pueden obtener de cosecha en cosecha, dependiendo en gran medida de los cambios climáticas (CCI 2001), la disminución de la producción por plagas y enfermedades como la monilia (*Moniliophthora roreni*), escoba de bruja (*Crinipellis perniciosa*) y pudrición parda (*Phytophthora palmivora*), entre otras; además de conflictos sociales que puedan presentarse en los principales países productores en África.

³ Cálculos propios basados en datos de la FAO 2002b.

Al igual que otros productos, las fluctuaciones anuales en la producción conducen a variaciones en los niveles de precio, es decir que altos precios⁴ están asociados a una disminución de la producción y viceversa (Figura 2).

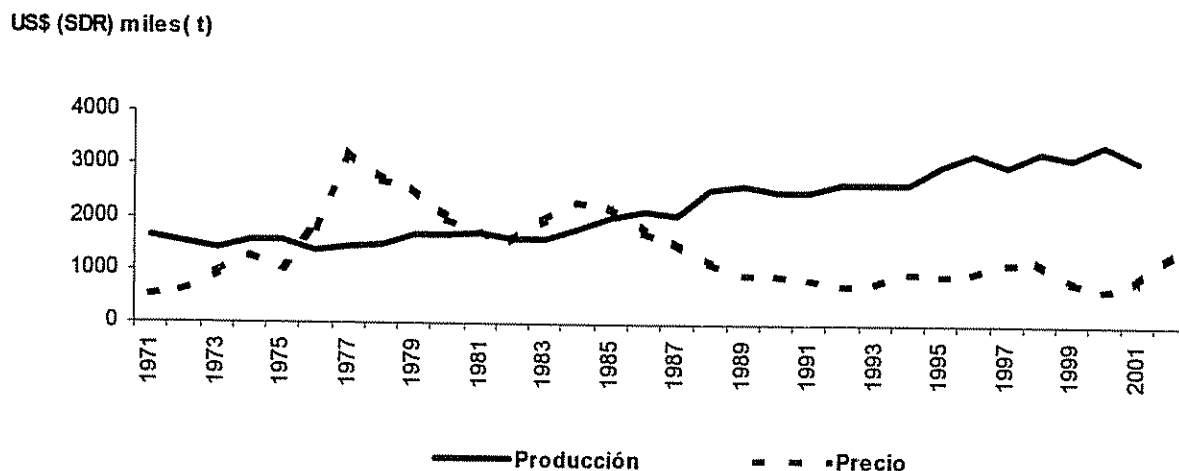


Figura 2 Fluctuación del precio y la producción de cacao convencional durante el período (1971 – 2002).

Fuente: ICCO (2002). FAO (2002b).

Nota: SDR (Special Draw Right): Es una unidad monetaria artificial basada en varias divisas nacionales y sirve como una unidad monetaria oficial en varias organizaciones y transacciones internacionales. LA ICCO implementó la utilización del Derecho especial de Giro (DEG) o como se denomina en inglés SDR por las fluctuaciones monetarias que se presentaron en 1980.

Las macro-tendencias en productos tradicionales se han caracterizado por que en un determinado momento, precios muy elevados incentivaron a algunos países a multiplicar considerablemente su producción, aspecto que posteriormente se reflejó en la paulatina disminución de los niveles de precio, como efecto de una rápida subida de la oferta en comparación con la demanda.

⁴La Organización Internacional del Cacao (ICCO) se fundó en 1973 para administrar el primer Convenio Internacional del Cacao, realizado en 1972. Hasta la fecha se han realizado 6 convenios, el último convenio se llevó a cabo en el 2001. La ICCO es el principal foro mundial para recopilar y divulgar información mundial sobre cacao, como por ejemplo los niveles de precios del cacao.

2.2 Mercado mundial del banano convencional

2.2.1 Producción y comercialización

En el caso del banano los principales países productores son India y Ecuador con 23 y 11%, respectivamente, del volumen total; América Latina y El Caribe en general producen aproximadamente el 36% de la producción mundial, siendo los principales productores Ecuador, Brasil, Costa Rica, México y Colombia. Los países que presentaron mayores tasas de crecimiento en los últimos cinco años y que tienen un peso significativo dentro de la producción a nivel mundial son la India, China y Filipinas (Anexo 4).

El mercado del banano es también un mercado que está controlado por grandes multinacionales; Chiquita Brands, Foods Dole y Fresh Del Monte, son compañías que controlan dos tercios del mercado mundial de banano (Orchard *et al.* 1997).

A partir del banano se obtiene subproductos, tales como el puré, banano deshidratado, frito, vinagre y harina. No es posible obtener datos precisos sobre el comercio mundial de estos sub-productos, debido a la carencia de estadísticas desglosadas (Carvalho 2002)⁵. Estimaciones con base en la escasa información disponible, indican que la comercialización de banano para puré es el más importante de los subproductos (Cuadro 1).

Cuadro 1 Comercialización de subproductos de banano convencional nivel mundial 1998.

Producto	Toneladas (t)
Banano para puré	120.000
Banano Frito	12.000 – 15.000
Banano deshidratado	6.000 – 8.000

Fuente: Galinsky 1998.

El banano para puré se produce fundamentalmente a partir de residuos y no requiere grandes inversiones (CCI 1997). Los dos principales mercados de banano para puré son EEUU y la Unión Europea (Galinsky 1998 y Kaufman 1998). En EEUU este mercado está esencialmente manejado por Chiquita y Gerber, gigantes de la industria. Existen otras compañías de Latinoamérica y de la India (CCI 1997). En Europa una de las compañías más importantes es HIPP, empresa líder en cuanto a alimentos infantiles. Esta empresa

⁵ Carvalho, L. 2002. Entrevista a expertos (correspondencia personal) Génova, CH.

se ha convertido en la referencia del mercado en lo que se refiere a expectativas de los compradores de alimentos infantiles y ha impuesto la utilización de un contenido ecológico superior al 80%, esto mucho antes de que aparezca la legislación alimentaria de Alemania, que debería haber entrado en vigencia para el resto de la Unión Europea a partir del 2000 (CCI 1999).

2.2.1.1 Importación

Las importaciones de banano a nivel mundial han tenido una tasa de crecimiento de 0,9% y un volumen promedio de 1,3 millones de toneladas entre 1995 y 2000. Los principales países importadores fueron EEUU, Alemania, Bélgica, Japón y Reino Unido con un 29; 8; 7; 7 y 5%, respectivamente. De estos cinco países, la tasa de crecimiento más alta la tiene Reino Unido, seguida de Japón con un 3 y 2,3%, respectivamente. Un caso interesante es la situación de China, pues es uno de los principales países productores de banano, pero a raíz de su elevada población este país importa el 4% de la producción a nivel mundial (Anexo 5).

Las importaciones en el mercado europeo estaban sujetas a restricciones cuantitativas para proteger la producción de sus excolonias en desarrollo, según Acuerdos de la Convención de Lomé (hoy denominados "Acuerdos de Cotonú"). Este régimen fue atacado desde que entró en vigor tanto desde adentro, como desde afuera. Intervinieron en el conflicto el Acuerdo General Sobre Tarifas y Comercio (GATT por sus siglas en inglés) y la Organización Mundial de Comercio (OMC), además de numerosos pleitos emprendidos por intereses gubernamentales y empresariales. Con el fin de resolver los conflictos se decretó en Julio del 2001 una tercera reforma al régimen de importación de bananos. Esta nueva reforma tiene dos fases (Chambron 2001):

- Las cuotas arancelarias se mantienen con la única diferencia que de ahora en adelante los tres tipos están abiertos a todos los operadores y a todos los orígenes.
- A partir del 2004 el régimen de importaciones será sustituido por un único tipo de tarifa.

En cuanto al banano para puré lamentablemente no existen registros completos sobre importaciones, tan solo para el caso de EEUU, mercado que se estima, es el más grande

en el mundo para este producto. EEUU importa aproximadamente 30.000 – 31.000 t año⁻¹ (Kaufman 1998).

En el Cuadro 2 se puede apreciar la importancia de Costa Rica como principal proveedor de puré de banano para EEUU y la evolución que han tenido las importaciones de este producto por país origen en el periodo 1994-2001. Se debe tener cautela con estos datos, pues provienen de diferentes fuentes.

Cuadro 2 Importaciones de puré de banano convencional EEUU por país origen (1994-2001).

Países Origen de Importación	1994 ^a (t)	1995 ^a (t)	1996 ^a (t)	1999 ^b (t)	2000 ^p (t)	2001 ^p (t)
Costa Rica	10 119	11.063	15.776	11.126	10.072	20.703
Ecuador	5.375	4.987	4.795	4.840	4.806	6.208
Honduras	3.274	3.353	5.184	2.286	55	106
Brasil				1.048	1.200	1.088
Indonesia	3.663	3.944	2.795	35	0	0
Otros	4.044	1.804	2.089	563,5	398	501

Fuente:^a Kaufman (1998). ^b Carvalho (2002)^o.

2.2.1.2 Exportación

Los principales países exportadores son Ecuador, Costa Rica y Colombia con un 28, 15 y 11%, respectivamente del volumen total. Si bien la India es el mayor productor mundial, no exporta por el alto consumo interno. Lo opuesto sucede con Bélgica-Luxemburgo y EEUU que registran un 6,4 y 3% de las exportaciones a nivel mundial, respectivamente, pese a que no son países productores de banano, sino que son países importantes y re-exportadores (Anexo 6).

2.2.2 Fluctuación del precio

La falta de una organización que se encargue de recolectar y facilitar información a nivel mundial sobre el mercado del banano, hace que sea muy difícil contar con información que indique la evolución del precio de este producto. Datos de periodos cortos sobre el precio del banano son por ejemplo proporcionados por organizaciones como la FAO, ITC y el proyecto SICA en Ecuador (Cuadro 3). Todas estas organizaciones intentan

^o Carvalho, L. 2002. Datos del Centro de Comercio Internacional. (correspondencia personal). Génova, CH.

proporcionar datos que permitan monitorear el comportamiento del precio de este producto dentro del mercado internacional.

El nivel del precio de banano depende fundamentalmente de tres aspectos:

- Fuerte presencia de las empresas multinacionales, las cuales se encuentran integradas verticalmente, desde la producción hasta la distribución final al consumidor, lo que dificulta conocer los precios de la fruta en los diferentes niveles de la cadena. Sin embargo, existen algunos precios indicativos que pueden ser tomados como precios de referencia.
- Acuerdos político-comerciales de países principalmente de la Unión Europea con sus excolonias (países ACP). Sin embargo, las preferencias de la UE por los países ACP fueron motivo de una serie de reclamos ante la Organización Mundial del Comercio (OMC): como consecuencia, se decretó en el 2001 una tercera reforma al régimen de importación de bananos. Es difícil predecir como afectarán estas disposiciones el mercado y los precios en la Unión Europea, aunque se prevé que traiga consigo un mayor volumen de importaciones y menores precios en la UE (FAO 2001a).
- Condiciones climáticas prevalecientes en los países productores, provocando grandes cambios en la producción de un año al otro.

Estos tres aspectos se combinan e influyen en los diferentes niveles del precio de banano (Cuadro 3).

Cuadro 3 Niveles de precios de banano convencional de acuerdo al mercado en US\$kg⁻¹ (1997-2001).

País	1997	1998	1999	2000	2001
Precios de Importación (PI)					
Alemania	0,85	0,95	0,86	0,78	1,03
EEUU	0,51	0,49	0,42	0,42	0,61
Japón	0,45	0,50	0,52	0,50	0,43
Precios al por Mayor (PM)					
Alemania (PMCH)		1,46	1,10	1,26	1,45
Alemania (PMO)		1,26	0,78	0,86	1,07
EEUU		0,65	0,57	0,63	0,75
Japón		1,06	1,13	0,95	0,87
Reino Unido (PMCA)		0,96	1,10	0,92	1,01
Reino Unido (PMW)		0,91	1,02	0,86	0,95
Precios al por menor (pm)					
Alemania	1,58	1,60	1,53		
EEUU	1,07	1,08	1,08	1,10	1,12
Japón	1,89	1,98	2,21	2,15	1,91
Reino Unido	1,67	1,67	1,61	1,50	1,75

Fuente: FAO (2001a y 2001b).

Nota: PMCA = Precio al por Mayor (Centro América); PMW = Precio al por Mayor (Windeward Islands); PMCH = Precio al por Mayor (Chiquita); PMO = Precio al por Mayor (Otros).

El efecto que tienen los acuerdos político-comerciales se puede ver reflejados en los precios de importación y al por mayor que tiene, por ejemplo Alemania en comparación con EEUU y Japón. En el caso de los precios al por menor Japón es el país que tienen niveles más elevados, esto de alguna manera está influenciado por aspectos económicos del país.

2.3 Agricultura orgánica a nivel mundial

La agricultura orgánica como se conoce hoy en día tuvo sus orígenes en 1924, desarrollándose con base en las ideas filosóficas de pioneros como Rudolf Steiner, Robert Rodale, Sir Albert Howard, Lady Eve Balfour, Hans Müller y Masanobu Fukuoka, entre otros. Muchos de estos pioneros se encargaron de desarrollar la agricultura orgánica durante la década de los 30 y 40 del siglo XX, en diferentes países de Europa y EEUU (Willer y Yussefi 2001; Rundgren 2002), pero no fue antes de los 60 que Europa iniciara un proceso de conversión a fincas orgánicas; proceso que se intensificó a partir de 1990, cuando el Estado subsidió el desarrollo de la agricultura orgánica. En muchos otros

países del mundo este proceso se aceleró por la creciente demanda de productos orgánicos en Europa, Norte América y Japón (Willer y Yussefi 2001).

En los últimos años la agricultura orgánica ha alcanzado tasas de crecimiento relativamente elevadas, especialmente en Norte América y Latinoamérica, a excepción de Asia y África continentes que mantienen niveles muy bajos aún. El continente que posee más área bajo manejo orgánico es Oceanía (50%) seguido por Europa y Latinoamérica. Se debe destacar que solamente Argentina posee el 19% de áreas bajo manejo orgánico a nivel mundial. (Willer y Yussefi 2001), ver Figura 3.

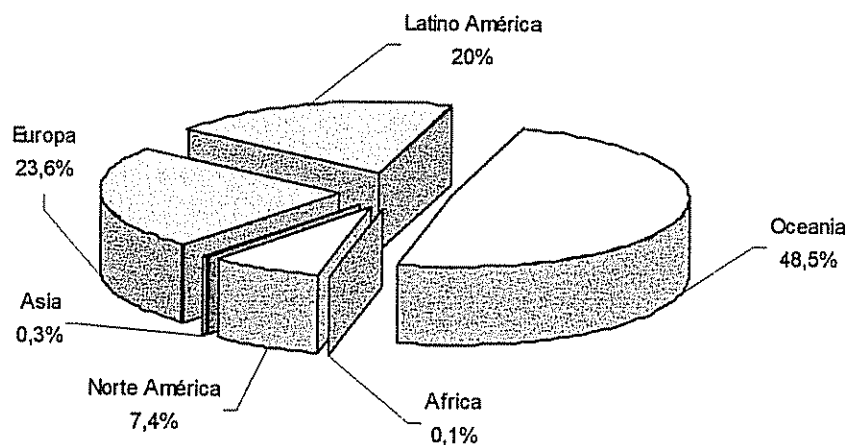


Figura 3 Porcentaje del área bajo manejo orgánico por continente (2001).

Fuente: SÖL-Survey citado por Willer y Yussefi (2001).

Una encuesta realizada por SÖL, citado por Willer y Yussefi (2001), indicó que en el 2001 alrededor de 15,8 millones de hectáreas en el mundo se encontraban bajo manejo orgánico, localizándose el mayor porcentaje en Australia (7,6 millones de ha), seguido por Argentina (3 millones de ha) e Italia con casi 1 millón de ha. Aunque se debe destacar que el porcentaje de las áreas bajo manejo orgánico con respecto al área agrícola de cada país es más alto en países europeos.

2.4 Mercado de productos orgánicos

El mercado orgánico también denominado mercado verde (Foppen 2001), surge como resultado de un cambio en la demanda de los consumidores en los países desarrollados, aumentando la preferencia por productos ambientalmente sanos en cuanto a contenidos, envases y el impacto de su producción con el medio ambiente (Arze 2001; Cussianovich 2001; Zelada 2001). Estimaciones para el 2000 indicaban que las ventas al por menor,

alcanzarían los 20 billones de dólares (Cuadro 4), con tasas de crecimiento que raramente ocurren en el mercado de alimentos. Los porcentajes de crecimientos más altos se han observado en Austria, Dinamarca, Italia y Suecia (Lohr 2001; Willer; Yussefi 2001). Los mayores niveles de ventas al por menor se encuentran en EEUU, Alemania y Japón. Si bien estos países tienen un porcentaje de crecimiento menor, el incremento en el volumen de ventas es mucho más grande (Willer y Yussefi 2001).

Cuadro 4 Mercado internacional de productos orgánicos: estimaciones para el 2000.

País	Ventas al por menor (millones de US\$) ^a	Participación de los productos orgánicos sobre la venta total de alimentos ^a (%)	Otras estimaciones sobre participación de los productos orgánicos sobre la venta total de alimentos ^b (%)	Expectativas de crecimiento anual (%) ^a	Estimaciones de ventas al por menor (millones de US\$) ^a
Alemania	1800	1,2	1,2 - 1,5	10	2500
Italia	750	0,6	0,5 - 3,0	20	1100
Francia	720	0,5	0,4 - 0,5	20-25	1250
Gran Bretaña	450	0,4	-	25-30	900
Suiza	350	2	2,0	20-30	700
Países Bajos	350	1	1,0 - 1,5	15-20	600
Dinamarca	300	2,5	2,5 - 3,0	30-40	600
Austria	225	2	2,0 - 2,5	15	400
Suecia	110	0,6	0,6 - 3,0	30-40	400
Resto de Europa	-	-	-	-	500
USA	4200	1,25	1,0	15-20	8000
Japón	1200	-	1,0	-	2500
Australia	-	-	0,2	-	170
Nueva Zelanda	-	-	-	-	58,8
Argentina	-	-	-	-	20
China	-	-	-	-	12
Taiwán	-	-	-	-	10
Filipina	-	-	-	-	6,2
Bélgica	-	-	0,3 - 1,0	-	-
España	-	-	1,0	-	-
Reino Unido	-	-	0,4 - 2,0	-	-
Canadá	-	-	1,0	-	-
Total	10455				19727

Fuente:^a Willer y Yussefi (2001); ^b Lohr (2001).

La venta al por menor de productos orgánicos en general crece en un rango de 10 a 40% y el porcentaje de participación en las ventas de alimentos podría incrementarse de 1 a 10% en los próximos años (Willer y Yussefi 2001).

2.5 Comercio o mercado justo

Este mercado es mucho más joven que el de los productos orgánicos y nace con el objetivo de concientizar a los consumidores sobre injusticias del comercio internacional y hacer que el consumidor pueda intervenir en el cambio, permitiendo que su aporte llegue a los productores (Foppen 2001).

Se inició a principios de la década de los 60s del siglo XX, cuando muchos consumidores en los países desarrollados tomaron conciencia de que existe una desigualdad en la distribución de la riqueza; creándose de esta manera organizaciones de comercio justo y solidario. Estas organizaciones compraban los productos directamente a agrupaciones de pequeños productores y los vendían directamente a los consumidores. Para lograr su objetivo, construyeron toda una red de comercio solidario que abarcaba todas las actividades inherentes al comercio; es decir compra directa a pequeños productores a un precio "justo", incluyendo transporte, proceso y empaque de los productos, para finalmente venderlos al consumidor en tiendas especialmente creadas para ese fin.

Después de treinta años de funcionamiento y de beneficiar a un gran número de productores, las limitaciones del modelo se hicieron más que evidentes, cambiando de sistema de distribución a finales de 1980. Actualmente los productos se venden en lugares donde los consumidores hacen sus compras habituales, aprovechando la estructura y canales de distribución ya establecidos (Valdés 2001).

Este cambio de estrategia trajo implicaciones, ya que al estar los productos de "comercio justo" junto con productos convencionales, generó la necesidad de distinguirlos con un sello. Así, en 1988 se creó en Holanda la Fundación Max Havelaar y luego otras similares en Bélgica (1989), Suecia e Inglaterra (1991) y Alemania (1992). Como resultado del rápido crecimiento del mercado, se vio la necesidad de estandarizar normas y procedimientos, creando de esta manera una instancia central que canalizara experiencias y representara al comercio justo ante otras organizaciones (políticas y empresariales). Así, nació en 1997 la organización Organización de Sello Justo (FLO por sus siglas en inglés), que agrupa y coordina a todo el movimiento del mercado justo certificado (FLO 2001a, Valdés 2001, Theunissen 2002⁷).

⁷ Theunissen, A. 2002. Entrevista acreditadoras y certificadoras. (entrevista por correo electrónico), Bonn, DE

2.6 Sistemas de Acreditación

El rápido crecimiento del mercado de productos orgánicos y el incremento del número de certificadoras condujeron al surgimiento de organizaciones que garanticen el funcionamiento leal y honesto de las certificadoras (Pons 2001), además que se vió la necesidad de estandarizar las normas y regular aspectos operacionales (Willer y Yussefi 2001).

En algunos casos, el Estado asumió este papel a través de organismos dependientes, encargándose así de acreditar las diferentes certificadoras. Las acreditadoras dependientes del Estado por lo general difieren en contenido y efectividad entre los diferentes países. Si bien proporcionan alguna protección dentro del contexto nacional, difícilmente lo hacen de una manera global (Willer y Yussefi 2001). Por lo tanto, este papel también es realizado por organizaciones no gubernamentales que facilitan el intercambio de información e ideas y fomentan la cooperación más allá de las barreras culturales, geográficas y lingüísticas, como es el caso de Forum Internacional del Movimiento de Agricultura Orgánica (IFOAM por sus siglas en inglés) (Commins 2001).

Con base en el tipo de institución que otorga la acreditación se han desarrollado diferentes sistemas de acreditación (Mallet 2001):

- Sistema Nacional de Acreditación (SNA) o como en inglés se denominan los "National Accreditation Bodies" (NABs). Son iniciativas nacionales entre las que podemos mencionar: el Departamento de Acreditación y Registro en Agricultura Orgánica (DARAO) de Costa Rica, el Programa Orgánico Nacional (NOP por sus siglas en inglés) de EEUU y Estándares de Agricultura de Japón (JAS por sus siglas en inglés).

- Sistemas Regionales de Acreditación (SRA). Son iniciativas regionales, entre las más importantes se encuentra Cooperación Europea para Acreditación (EA por sus siglas en inglés), que no solo está conformada por países de la Unión Europea, sino también por los países que conforman el "Asociación Europea de comercio libre" (EFTA por sus siglas en inglés), asociación a la cual pertenecen: Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein. La reglamentación de la Unión Europea no solo regula a los países que lo conforman, sino también contemplan una opción

de ingreso para otros países, bajo la denominación de "Países Terceros", en donde Costa Rica se encuentra incluida a partir de febrero del 2003, con lo cual la Unión Europea reconoce el sistema costarricense como equivalente, permitiendo ingresar a los países de la Unión Europea productos orgánicos provenientes de Costa Rica que lleven el sello de una agencia de certificación orgánica nacional.

Otro ejemplo de sistemas regionales de acreditación es Cooperación de Acreditación del Pacífico (PAC por sus siglas en inglés), que agrupa acreditadoras y otro tipo de organizaciones que tienen como objetivo facilitar el comercio en la región del Pacífico Asiático.

Tanto la EA como PAC, son miembros del Foro Internacional de Acreditación (IAF por sus siglas en inglés), organización que se encarga de facilitar el comercio mundial y trabaja en remover barreras técnicas que pueden surgir por la certificación. Su principal objetivo es llegar a establecer un acuerdo multilateral en donde se reconozca la certificación de las diferentes certificadoras y se eliminen los problemas de necesitar más de una certificación para poder ingresar a determinados mercados.

- Sistemas Internacionales de Acreditación (SIA). Muchos de estos sistemas han surgido en los últimos años y a diferencia de los sistemas nacionales y regionales se especializan en sectores específicos. Sus orígenes están dentro del sector privado; muchas de estas organizaciones fueron desarrolladas por grupos de productores y luego fueron apoyados por el sector privado. Se caracterizan por preocuparse en aspectos como derechos humanos, desarrollo sostenible y medio ambiente. Estas organizaciones han desarrollado estándares globales para un rango amplio de productos, más con base en el proceso de producción que en el producto.

Algunos de estos sistemas internacionales de acreditación conformaron en 1999 una alianza denominada "Acreditación Internacional y sello social y medioambiental" (ISEAL). Su principal objetivo es ganar reconocimiento internacional y credibilidad para sus respectivos programas (Figura 4).

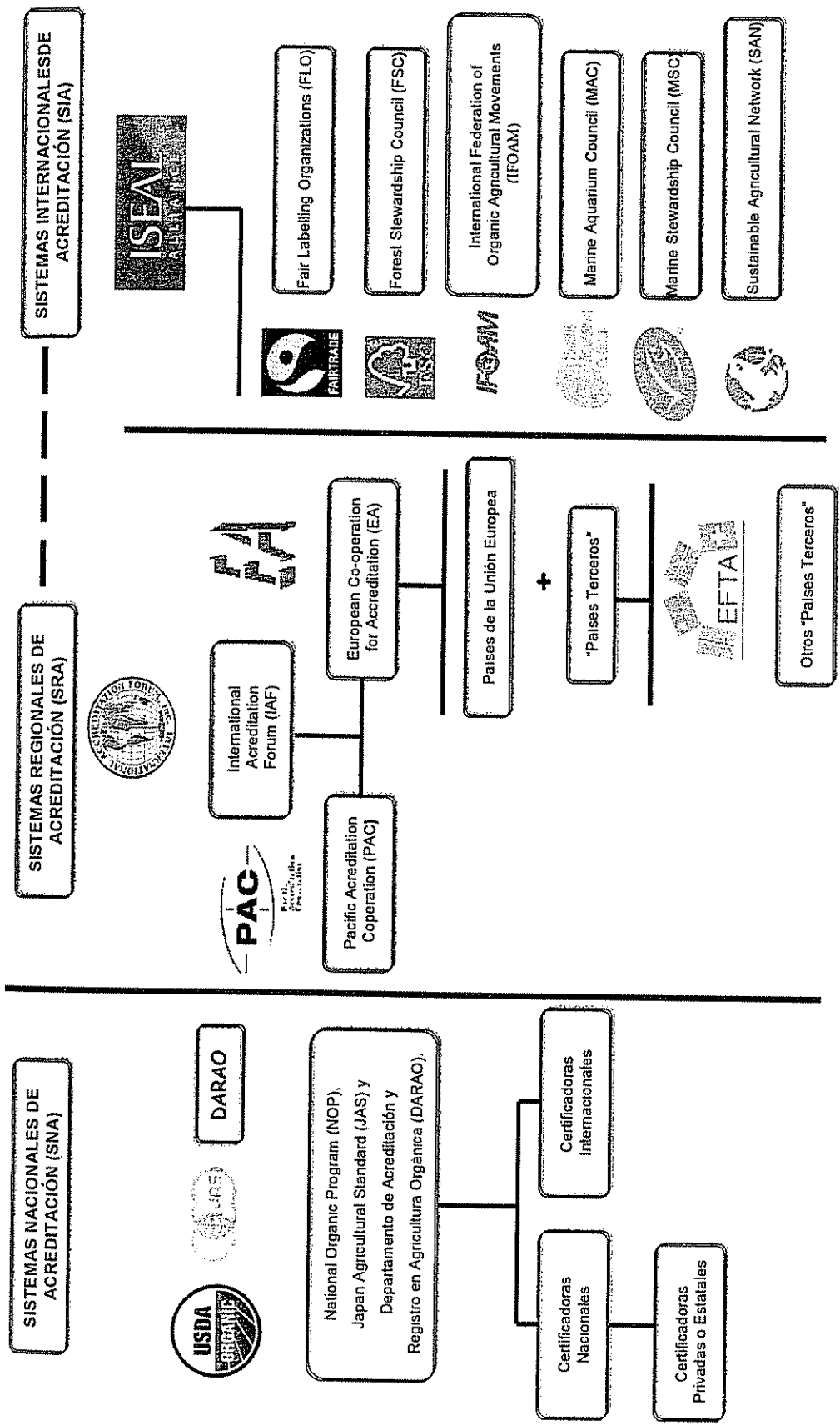


Figura 4 Diferentes Sistemas de Acreditación.

Fuente: Elaboración propia.

2.7 Certificación orgánica

Entre 1940 y 1950, un productor orgánico solo tenía que pertenecer a uno de los diferentes grupos de productores que se habían conformado en diferentes países de Europa y EEUU. El ingreso se basaba en el compromiso adquirido, pues en un principio la comercialización de los productos orgánicos se realizaba a nivel local y la relación entre productor y comprador era bastante estrecha (Riddle y Ford 1995 citado por Soto 1998; Rundgren 2002).

El crecimiento del mercado, el sobreprecio de los productos orgánicos como efecto de una mayor demanda a nivel internacional, la pérdida de la relación cercana entre productores - compradores y el fraude, fueron los principales factores del debilitamiento en la confianza sobre la integridad orgánica. Aspectos que condujeron a que en 1970 naciera en Alemania y EEUU la certificación de los productos orgánicos (Riddle y Ford 1995 citado por Soto 1998). Actualmente solo se pueden vender como productos orgánicos en el mercado internacional aquellos que tengan un sello de certificación que los respalde.

Los estándares y sistemas de inspección se fueron desarrollando de manera independiente en EEUU, Europa y Australia. Poco a poco los códigos de conducta de los grupos de productores orgánicos se fueron convirtiendo en principios y estándares, desarrollando más adelante cada grupo sus propios sistemas de certificación. Muchas de las más grandes compañías privadas de certificación fueron creadas por esos grupos de productores (Soto 2001; Rundgren 2002).

Actualmente la certificación orgánica se define como un modo de garantizar que un determinado producto se produce bajo los principios de la agricultura orgánica (CCI 1999). Es decir, que el proceso de certificación orgánica garantiza al consumidor que el producto que está consumiendo está libre de contaminantes y que dentro del proceso productivo no se contaminó el ambiente (Coody 1994 citado por Soto 1998).

Los componentes del proceso o sistema de certificación son:

- productores o grupo de productores organizados (GPO)
- agencias certificadoras que pueden ser estatales, privadas u organizaciones sin fines de lucro

- el inspector, es decir la persona que se encarga de hacer la verificación en campo con base en información proporcionada por los productores o GPO.

El proceso de certificación se inicia en cuanto el productor toma la decisión de convertirse en productor orgánico; para lo cual primeramente debe ponerse en contacto con una certificadora. Posteriormente la certificadora solicita al productor información base para luego enviar a un inspector que se encargue de la verificación en finca y que emita un informe con el cual la certificadora toma la decisión de otorgar o no la certificación (Figura 5).

En el caso de los grupos de productores organizados (GPO) es indispensable que establezcan un sistema interno de control (SIC) y tengan disponible la información necesaria para verificaciones futuras, abaratando de esta manera los costos de certificación y acortando el tiempo en el proceso de evaluación.

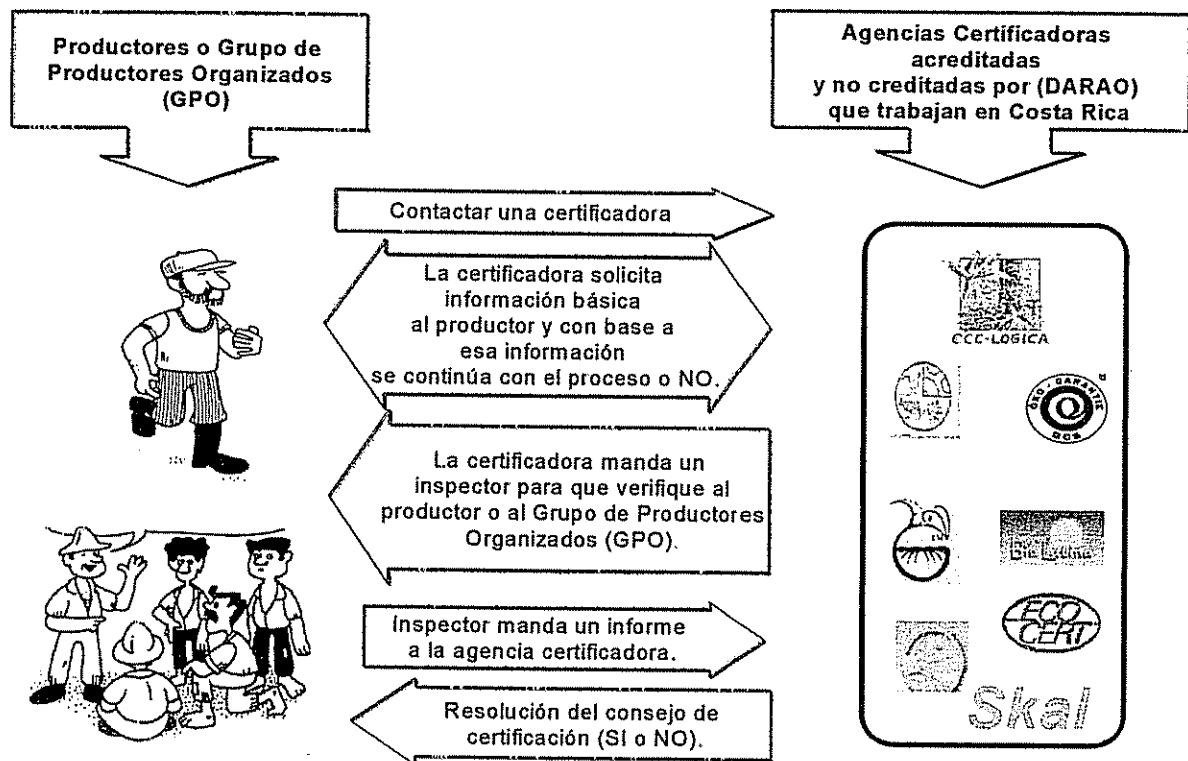


Figura 5 Diagrama del proceso de certificación orgánica.

La elección de la agencia certificadora es uno de los aspectos más importantes para los productores o los GPO y por ello es fundamental tener presente los siguientes criterios para escoger la agencia certificadora (Soto 2001):

- de suma importancia es saber quién es el comprador y qué agencia prefiere, por aspectos de confianza
- el consumidor debe conocer la agencia, de esa manera confiará que el producto es orgánico
- se requiere de un acuerdo entre el productor y comprador en la agencia que escogen

2.8 Importancia histórica del cacao y banano en Talamanca

El banano y cacao han jugado un rol muy importante en Talamanca, cada uno con un papel específico y con características propias dentro de la historia y la cultura indígena de la región. El banano como producto de la inversión extranjera y el cacao es un fruto sagrado utilizado en diferentes ritos ceremoniales (matrimonios, muerte y nacimientos) (Villalobos y Borge 1995), más tarde también fue destinado al mercado internacional al igual que el banano.

En el Cuadro 5 se puede apreciar cronológicamente, sucesos históricos en cuanto al banano y cacao dentro de la región de Talamanca, los que nos ayudarán a entender la realidad de estos productos en la zona.

Cuadro 5 Cronología histórica de Talamanca, Costa Rica (1870-2003).

Año	
1870	¹ Tomás Guardia contrató la construcción del ferrocarril al Atlántico con Henry M. Keith.
1872	¹ Solicitud de E. M. Keith, Dan J. P. Sullivan Hube y Fritsell, Guillermo Nane y Eusebio Figueroa para que les concedieran el territorio desde río Banano (Atlántico) y río General (Pacífico), hasta la frontera con Panamá, para establecer una colonia europea.
1873	¹ William Gabb llega para realizar estudios sobre el potencial productivo de Talamanca. Su estudio hizo notar el potencial en la producción agrícola, indicando al banano (<i>Musa spp</i>) como un cultivo adecuado.
1895	¹ Decreto 86: "Aprobación del contrato entre la Secretaría de Fomento y Federico Medcalf (representante de H. Reynolds) para la colonización de Talamanca.
1896	¹ Minor Keith reclamó las tierras ubicadas entre el río Pacuare y la frontera con Panamá y entre la costa del Atlántico y la división de aguas de cordillera de Talamanca (Aproximadamente la cuarta parte del territorio nacional).
1899	¹ Se creó en Nueva Jersey la United Fruit Company (Minor Keith fue el máximo accionista al momento de su constitución).
1905	¹ Inscripción de la United Fruit Company en Costa Rica.
1909	¹ La United Fruti Company se instala en el valle de Sixaola a través de su subsidiaria la Chiriquí Land Co, extendiéndose en ese mismo año al valle de Talamanca, expropiando a los indígenas de sus tierras.

...Continuación Cuadro 5 Cronología histórica de Talamanca, Costa Rica.

1910	¹ Asesinato del último cacique Antonio Saldaña y su sobrino. Sin dirigencia, los indígenas migraron a la cordillera de Talamanca.
1920	¹ Inundación del valle de Talamanca, destruyéndose banales, líneas ferroviarias y puentes.
1930	¹ Una nueva, inundación y ataque masivo de enfermedades fungosas (Sigatoka y mal de Panamá).
1920 – 1930	¹ Por las pérdidas incurridas la compañía intentó sustituir banales por abacá (<i>Musa textilis</i>) y cacao.
1930	¹ La compañía abandonó la primera finca situada en Mojoncito.
1933	² La región tenía 870 ha de cacao en producción en manos de la UFC.
1938	¹ La compañía se retiró definitivamente del Valle de Talamanca.
1940	² Crisis de los precios del cacao, la UFC abandona el área en 1942.
1940 – 1960	¹ Retorno de los indígenas al valle de Talamanca. Al retomar, la cacería y la recolección de frutas silvestres perdieron importancia, la pesca se conservó y la agricultura tomó prominencia.
1960	² Cosechas de cacao muy buenas pero precios muy bajos.
1970	⁴ Los precios comienzan a subir en el mercado mundial.
1977	¹ Se dictó ley indígena y ley de creación de la Reserva Indígena de Talamanca.
1978	² El precio del cacao llegó a su máximo apogeo. Talamanca alcanzó el 22% del total de la producción nacional de cacao.
1980	² El mercado y la producción de cacao en Talamanca colapsan por la monilia y se reducen en un 20% de la producción máxima del 70.
1983	² Se propagan híbridos de cacao (1000 ha) más resistentes a la monilia. Se inician los viveros comunales donde se gesta la formación de la Asociación de Pequeños Productores de Talamanca (APPTA).
1984	² Coope-Talamanca empieza un proyecto de mejoramiento de plantaciones, rehabilitación de los cacaotales viejos e introducción de nuevos cultivos. No hubo éxito por falta de estudio de mercado y de investigación agronómica de los cultivos.
1983-1985	¹³ La producción de cacao a nivel nacional colapsa por la monilia, desarrollándose nuevos planes de producción. En uno de ellos participó el Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE) en conjunto con el Gobierno. Sin embargo, no se obtuvieron los resultados esperados.
1989	² APPTA programa reforestación con especies nativas.
1987	² APPTA obtiene personería jurídica.
1989 – 1990	² APPTA trabaja con fondos del FONDO DE DESARROLLO FORESTAL en reforestación. La gente local decide reforestar en cacaotales, ralea y poda.
1991	² APPTA inicia la compra de cacao hasta llegar a 5,8 t con 300 productores participando.
1992	² APPTA compra 20 t de cacao.
1992 – 1993	² APPTA tiene su más aguda crisis económica debido a que son retiradas las donaciones que sostenían en buena parte el trabajo de la organización. Los personeros de APPTA trabajan sin salario hasta sacar adelante la organización.
1993	² Se compran 60 t de cacao (orgánico y convencional)
1994	² Se reinstaura la confianza entre donantes y APPTA. Se inicia contactos con OCP, se compran 169 t de cacao de las cuales 69 son orgánicas. Se inician esfuerzos para certificar y organizar las comunidades para la producción de cacao para la exportación.
1994	³ Se vende banano convencional a ECOTROPICAL, empresa intermediaria encargada de comercializar el producto en otros mercados. Más tarde esta empresa se convirtió en TROBANEX.
1994-1995	² APPTA vende a TROBANEX banano orgánico durante 6 meses.
1995	⁴ TROBANEX empieza a trabajar con banano orgánico en febrero de este año, destinando su producción a HIPP, empresa Alemana.
1995	³ APPTA vende banano deshidratado a EEUU.
1995	³ En noviembre APPTA empieza a vender banano orgánico a Gerber.
1995	² Crece la exportación de cacao orgánico de COCABO (Cooperativa Cacaotera de Bocas del Toro, Panamá). El trabajo de APPTA favorece a los productores de cacao de la zona adyacente de Panamá, sin costo adicional por esto.
1995	³ APPTA comercializa 130 t de cacao orgánico.
1996	⁹ BIOfair (feria mundial de productos orgánicos) se realiza en Costa Rica.
1996	² Se exportan 200 t de cacao orgánico certificado y 100 t de cacao convencional. Participan 1050 productores.
1997	⁹ Se establece la Ley No 7664, creando así un sistema de Control y Certificación, dando posteriormente origen al Departamento de Acreditación y Registro en Agricultura Orgánica (DARAO).

...Continuación Cuadro 5 Cronología histórica de Talamanca, Costa Rica.

1999	¹ APPTA comercializó aproximadamente 250 t de cacao orgánico y 828 t de banano orgánico.
2000	¹ APPTA comercializó aproximadamente 460 t de cacao orgánico y 1.012 t de banano orgánico.
2000	⁶ Se inicia gestiones ante la Unión Europea para buscar la nominación de "País Tercero" para Costa Rica.
2000	⁸ Crisis en el sector bananero (convencional). Chiquita Brands anuncia que no comprará en los meses de octubre a diciembre. Costa Rica no está de acuerdo con el nuevo sistema de importación de la Unión Europea (primer llegado primer servido).
2000	⁹ Según el censo del 2000 hay 6.467 indígenas Bribris y 1.335 indígenas Cabécares.
2001	⁶ HIPPP Skandal, la revista Max-Alemana saca un artículo indicando que no es posible producir banano orgánico, ocasionando una gran polémica. El artículo se basa en entrevistas realizadas en Talamanca - Costa Rica. En el escándalo se ve perjudicado el país y BCS (certificadora Alemana acreditada en Costa Rica).
2001	¹⁰ Banano indígena sin mercado, la reducción del volumen de venta de banano y el precio es el resultado de precios más bajos en Ecuador y República Dominicana.
2001	¹¹ Conflictos sociales y militares en Costa de Marfil influyen en el incremento paulatino del precio de cacao convencional y orgánico, debido a la reducción de producción en este país.
2001	¹ APPTA comercializó aproximadamente 74 t de cacao orgánico y 1.085 t de banano orgánico.
2002	¹¹ Continúa el incremento del precio de cacao convencional, orgánico y justo.
2002	¹² El programa de Talamanca recibió un premio del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
2002	¹³ Se analizan posibilidades de volver a sembrar cacao; Walter Ruíz (Viceministro) confirmó que se está diseñando un plan de apoyo cacaotero.
2002	¹⁴ Fuertes lluvias arrasan platanales, bananales y dañan el cacao en fincas indígenas.
2003	¹¹ Costa Rica es aceptada como país tercero ante la Unión Europea.

Fuente: ¹ Villalobos y Borge 1995, ² PROARCA/Costas 2001, ³ Foro Emaús 1996, ⁴ Granados 2002⁸, ⁵ Chacón 1996, ⁶ Robert 2001, ⁷ Estimaciones propias con base en APPTA 1999, 2000a y 2001, ⁸ Barquero 2000, ⁹ Solano 2001, ¹⁰ Jaén 2001, ¹¹ Soto 2003⁹, ¹² Villegas 2002, ¹³ Alvarado 2002 y ¹⁴ Murillo 2002.

Estos sucesos históricos dieron como resultado el actual sistema de producción de la región, caracterizándose por la presencia de cultivos agroforestales integrados dentro de una misma área y con diferentes proporciones de cacao, banano, plátano, maderables, frutales y otras plantas.

⁸ Granados, G. 2002. Gerente de producción de TROBANEX. (Entrevista por teléfono). Turrialba, CR.
⁹ Soto, G. 2003. Experta en certificación orgánica. (Comentario Personal). Turrialba, CR.

3 METODOLOGÍA Y MÉTODOS

El estudio se realizó en dos diferentes contextos: nacional e internacional.

1. Las estimaciones del tamaño de mercado de cacao y banano (fruta fresca) orgánico se realizaron exclusivamente dentro del contexto internacional.
2. Para poder determinar las mejores alternativas respecto a la certificación orgánica, primeramente se evaluaron diferentes sistemas de certificación dentro del contexto internacional y posteriormente en el contexto nacional.
3. A nivel nacional, se efectuó un análisis del canal de comercialización, con un enfoque institucional.

3.1 Estimación del tamaño del mercado de cacao y banano orgánico dentro del contexto internacional

El tamaño del mercado se determinó a través del volumen estimado de las importaciones (VEI) de cacao y banano orgánico para los principales países importadores de estos productos a nivel mundial, usando la siguiente formula:

$$VEI_n = \sum \left(\frac{BCP_n * \%VPO_n}{P} \right)$$

En donde:

VEI_n : Volumen estimado de las importaciones de (n países)

BCP_n : Balance comercial por producto convencional de (n países)

%VPO_n : % de ventas de productos orgánicos en (n países)

P : Precio del promedio de cacao y banano orgánico del mismo periodo que el BCP

El VEI se determinó con base al balance comercial de cacao y banano convencional de los principales países importadores y los porcentajes de ventas al por menor de productos orgánicos en cada uno de esos países. Estos porcentajes se obtuvieron de los estudios realizados por Lohr (2001) y Willier y Yussefi (2001).

La realización del balance comercial de cacao y banano se efectuó con datos secundarios obtenidos de la base de datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO 2002a; 2002c), usando la siguiente ecuación.

$$BCP=I-X$$

En donde:

BCP : Balance Comercial por producto

I : Importaciones en US\$ a precios CIF

X : Exportaciones en US\$ a precios FOB

Con el fin de completar la información se realizó entrevistas vía mail (Anexo 7) a empresas comercializadoras y procesadoras, para lo cual se creó una base de datos (BD) que contiene registrado las empresas que trabajan con cacao y banano orgánico-justo a nivel internacional. La información para realizar esta BD se obtuvo de fuentes secundarias, también se utilizó información obtenida en las páginas web de organismos internacionales como: Asociación Europea de comercio libre (EFTA 2001), Centro Internacional de Comercio (ITC por sus siglas en inglés), Servicio de Información y Censo Agropecuario del Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador (SICA) e Organización Internacional del Cacao (ICCO por sus siglas en inglés).

3.2 Evaluación de diferentes sistemas de certificación a nivel internacional y nacional

Se realizaron dos diferentes tipos de evaluaciones en cuanto a los diferentes sistemas de certificación:

A Evaluación de las certificadoras orgánicas

- i. Definición de criterios de evaluación: Los criterios se definieron con base en información primaria¹ y secundaria², determinándose como principales criterios de evaluación: el mercado, costo de certificación y clientes.

¹ Entrevista a representantes de las diferentes asociaciones.

² Revisión de literatura.

- ii. Evaluación del acceso al mercado: Este es uno de los aspectos más importantes y se encuentra regulado por los programas y/o sistemas de acreditación de cada país o grupo de países. Para poder evaluar los diferentes sistemas de certificación orgánica se determinó un Índice de Acreditación (IA). Este índice se calculó con base en el número de acreditadoras a las que pertenecen cada certificadora, a través de la siguiente formula:

$$\sum_{i=1}^5 X_i * 0.2 = IA$$

Los sistemas de acreditación tienen el mismo peso de ponderación y el valor máximo del índice es de 1. Mientras más se acerque a 1 determinada certificadora significa que permite el ingreso a un mayor número de mercados.

La información se obtuvo de listas oficiales, las cuales se solicitaron vía mail (Anexo 8) y/o a través de sus respectivas páginas web, evaluándose de esta forma a todas las certificadoras orgánicas inscritas en las siguientes acreditadoras:

- Programa Orgánico Nacional (NOP) de los EEUU (NOP 2002),
- La reglamentación (CEE 2092/91) de Europa y países terceros (Diario oficial de las Comunidades Europeas 2000a; 2000b),
- Estándares de Agricultura de Japón (JAS por sus siglas en inglés) del Japón (Mayurama s.f.),
- Forum Internacional del Movimiento de Agricultura Orgánica (IFOAM por sus siglas en inglés) (IFOAM 2002) y
- Departamento de Acreditación y Registro de Agricultura Orgánica (DARAO) de Costa Rica (Gerencia Técnica de Acreditación y Registro de Agricultura Orgánica 2003).

- iii Evaluación del criterio costo: El costo es uno de los aspectos más importantes dentro del proceso de certificación y se intentó trabajar desde un inicio con este criterio. Pese a que se enviaron encuestas vía correo electrónico, la comunicación fue difícil ocasionando que tan sólo se trabajara con los costos de las dos certificadoras con las cuales trabajan los GPO en Talamanca, Costa Rica.

- iv Cientes (industrias procesadoras): Este criterio está muy relacionado al mercado. Sin embargo, se refiere a las preferencias de los compradores inmediatos para ambos productos y sus preferencias.

B Evaluación de otros sistemas de certificación

Existen otros sistemas de certificación que podrían ser utilizados y que permiten el acceso a determinados nichos de mercado y ayudarían a diferenciar aún mas el cacao y banano orgánico de Talamanca y de esta forma obtener mejores niveles de precio. El análisis contemplo los siguientes aspectos: concepto del sistema; legislación con la que Costa Rica cuenta para cada uno de esos sistemas; países que tienen experiencia en la utilización de estos sistemas de certificación; y otras experiencias para diferenciar cacao y banano. Se evaluaron los siguientes sistemas de certificación:

- Denominación de Origen Protegido (DOP)
- Indicación Geográfica Protegida (IGP)
- Especialidad Tradicional Garantizada (ETG)
- Sello de Certificación de Conformidad
- Sello Rojo de Calidad Superior
- Certificación de Café Amigable con los Pájaros
- Alianza para el Bosque
- Comercio Justo (FLO) (Anexo 9).

3.3 Análisis del canal de comercialización dentro del contexto nacional

A nivel nacional se efectuó un análisis del canal de comercialización para cada producto con un enfoque institucional; es decir, un análisis de los participantes, su interrelación y el papel que juegan dentro del canal y sus respectivas interrelaciones.

El canal de comercialización involucra diferentes actores, cada actor, componente o eslabón de la cadena cumple un rol particular con funciones específicas y cada uno de ellos trata de obtener un beneficio por sus esfuerzos (Guerra y Aguilar 1995). Los diferentes actores del canal se manejan dentro de diferentes realidades, pues se desenvuelven en distintos contextos, por lo cual fue necesario utilizar entrevistas específicamente diseñadas para cada uno de los eslabones.

Un sondeo de la zona y sus características de comercialización permitió definir los actores a evaluar:

- compradores a nivel nacional

- asociaciones comercializadoras de cacao y banano orgánico
- productores de cacao y banano orgánico de la Reserva Indígena de Talamanca

3.3.1 Compradores a nivel nacional

Se realizó un análisis de los compradores a nivel nacional, para lo cual se entrevistó a empresas procesadoras de cacao y banano orgánico-justo en Costa Rica y Bolivia. Para listados de preguntas principales (ver Anexos 10 y 11).

3.3.2 Asociaciones de productores comercializadoras de banano y cacao orgánico

Se realizó un análisis de las interacciones en el canal de comercialización, con énfasis en los actores del canal que se encuentran en la zona de Talamanca. El banano orgánico es un producto que es comercializado a través de diferentes GPO por lo cual se realizó entrevistas a representantes de los siguientes GPO:

- Asociación de Pequeños Productores de Talamanca (APPTA)
- Asociación UCANEHÜ³
- Asociación de Campesinos Productores Orgánicos (ACAPRO)
- Asociación de Bordón de Pequeños Productores de Banano y Cacao Orgánico (ABACO).

Si bien APPTA y UCANEHÜ son dos asociaciones de productores que trabajan dentro de la Reserva Indígena, pero solo APPTA comercializa tanto cacao como banano orgánico dentro y fuera de la Reserva. Se realizó entrevistas semi-estructuradas y estuvieron dirigidas a representantes administrativos de las diferentes asociaciones (Anexo 12), las entrevistas se realizaron sin efectuar ninguna prueba previa.

3.3.3 Productores de cacao y banano orgánico de la Reserva Indígena de Talamanca

A nivel de los productores se realizó un análisis financiero de las actividades productivas orgánicas comerciales (cacao y banano), con base en la siguiente fórmula:

³ Resultado de la fusión de las asociaciones UCABANO "Unión de Campesinos de Banano Orgánico" y GENEHÜ

$$BNT = \sum (IV_n - CT_n)$$

Donde:

BNT : Beneficio neto total

IV : Ingreso por ventas

CT : Costos totales

La recolección de la información se realizó por medio de entrevistas semi-estructuradas (Anexo 13). Este tipo de entrevista busca evitar algunos de los efectos negativos de los cuestionarios formales, tales como temas cerrados, falta de diálogo y de adecuación a las personas (Geilfus 1997).

Se entrevistó un total de 71 productores. El tamaño de la muestra se determinó por medio de un muestreo aleatorio simple (MAS). Enfocándose en la variabilidad de la superficie de cacao que posee cada productor, como variable que presentaba mayor variabilidad, se obtuvieron del registro electrónico de APPTA datos de las superficies de cacao y banano orgánico del total de productores con los cuales esta organización trabaja, sean o no asociados.

APPTA trabajaba con aproximadamente 1050 productores en el 2000 (APPTA 2000b), de los cuales el 80% eran indígenas. Aproximadamente 660 productores se encuentran en comunidades ubicadas dentro de la Reserva Indígena de Talamanca; teniendo un promedio de 1,86 ($\pm 1,98$) ha de cacao. El tamaño de la muestra se determinó a través de la siguiente fórmula.

$$n_o = \frac{s^2 * z^2}{\epsilon^2}$$

En donde.

n : tamaño de la muestra

s^2 : varianza de la superficie de cacao orgánico

z : valor z de la tabla 1,96 (con una probabilidad de error de 5%)

ϵ : error asumido (media \pm error asumido), en nuestro caso es (1,86 \pm 0,5).

3.4 Triangulación de la información

La triangulación es parte fundamental de la investigación cualitativa pues resuelve los problemas asociados con la objetividad, confiabilidad y validez de la información. Se distinguen principalmente cuatro tipos de triangulación (Patton 1990 citado por Mikkelsen 1995):

- triangulación de la información
- triangulación del investigador
- triangulación de la teoría
- triangulación de la metodología

En el presente estudio se empleó como medio de verificación la triangulación de fuentes de información.

La información para las estimaciones de mercado a nivel internacional se corroboró empleando información proporcionada por organismos internacionales especializados tales como la FAO; ITC; SICA; CCI, CEDOPEX y entrevistas a expertos o funcionarios de estas organizaciones a través de correos electrónicos.

En el caso del análisis de los diferentes sistemas de certificación se consultó diferentes fuentes oficiales a nivel internacional, nacional y por último la realidad de los diferentes GPO con respecto a certificación (tanto desde el punto de vista de regulaciones como en materia de costo).

Por último, el análisis del canal de comercialización del cacao y banano orgánico, se corroborando la información brindada por los productores con las asociaciones y de estos con los compradores a nivel nacional, tanto con la información primaria recolectada como con la información secundaria.

4 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Contexto Internacional

4.1.1 Estimaciones del tamaño del mercado de Cacao Orgánico

Las estimaciones realizadas muestran que el volumen total de cacao orgánico comercializado durante el 2001 fue de aproximadamente 8.700 t, monto que representaba el 0,28% y 0,35% del volumen de cacao convencional producido e importado, respectivamente, durante ese mismo año. Los principales países importadores de este producto de acuerdo con las estimaciones realizadas son: Holanda, Alemania y EEUU, con el 36, 20 y 9%, respectivamente, del total de cacao orgánico comercializado a nivel mundial (Cuadro 6).

Cuadro 6 Estimaciones del volumen de cacao orgánico comercializado en los principales países importadores (2001)

País	Importaciones '000 US\$ (I) ^a	Exportaciones '000 US\$ (E) ^a	Balance (I-E) '000 US\$	Participación de los productos orgánicos sobre la venta total (%)	Estimación de valor de ventas (US\$)	Estimación del volumen de cacao orgánico (t)
Holanda	565.301	107.560	457.741	1 ^{cd}	4.577.410	3.159
Alemania	214.693	3.581	211.112	1,2 ^{cd}	2.533.344	1.748
EEUU	472.373	17.782	454.591	0,25 ^o	1.136.478	784
Reino Unido	178.514	852	177.662	0,4 ^c	710.648	490
Francia	177.568	14.781	162.787	0,4 ^c	651.148	449
Suiza	32.404	1.046	31.358	2 ^{cd}	627.160	433
Japón	59.960	37	59.923	1 ^c	599.230	414
Canadá	57.803	162	57.641	1 ^c	576.410	398
Austria	27.063	5	27.058	2 ^{cd}	541.160	373
Italia	77.044	823	76.221	0,5 ^c	381.105	263
Bélgica	104.236	47.144	57.092	0,3 ^c	171.276	118
Dinamarca	6.909	399	6.510	2,5 ^{cd}	162.750	112
Total						8.743
Cacao convencional a nivel mundial (t)^b						
Producción (t)						3.021.314
Importaciones (t)						2.461.973

Fuente: ^aFAO 2002b; ^bFAO 2002d; ^cLohr 2001; ^dWiller y Yussefi 2001.

Nota: ^eEste porcentaje se ajustó con base en las exportaciones de cacao orgánico de República Dominicana a Bélgica y EEUU.

Estimaciones de la ICCO (1998) indican que el volumen de cacao orgánico representaba un 8% del cacao convencional producido, mientras otras estimaciones indican que este

volumen es del orden de 1% (Corporación Colombiana Internacional 2002)⁴. Según estimaciones propias, la participación del volumen total de cacao orgánico en el mercado internacional de cacao representan el 0.29% y 0.35% del volumen de cacao convencional producido e importado, respectivamente.

Rice (1998) indicó que el volumen de cacao orgánico certificado comercializado entre 1997–1998 estaba alrededor de 600–700 t año⁻¹, con un valor total de 1,5–2 millones de US\$ y los países exportadores de este producto en ese entonces eran Panamá, República Dominicana, Costa Rica, Brasil, Ecuador y Bolivia.

Si se toma en cuenta como base las estimaciones realizadas por Rice (1998) y las estimaciones realizadas en el presente estudio, se observara que la oferta de cacao orgánico a nivel mundial creció a un factor del 12 en el periodo de 1997-2001. Este crecimiento se debe principalmente al incremento del volumen de exportaciones de cacao orgánico de República Dominicana, que incrementó sus exportaciones de cacao orgánico a una tasa del 176% entre 1999 - 2001 (Anexo 14). Este crecimiento responde a una estrategia gubernamental, basada en el incentivo a la producción orgánica de: cacao, café, azúcar y banano, entre otros (PUCMM / BANCO MUNDIAL 1999).

El número de países proveedores de cacao orgánico también se ha incrementado en los últimos años. Actualmente los países que producen cacao orgánico son: Bolivia, Costa Rica, México, Panamá y República Dominicana (García 2002), además de Belice, Brasil, Ecuador, Nicaragua y Venezuela.

Muchas de las asociaciones de productores de cacao orgánico también se encuentran certificados dentro del comercio justo. Este aspecto les da la posibilidad de también poder ingresar a este nicho de mercado. En 1997 la comercialización de cacao justo fue de aproximadamente 500–600 t, alcanzando alrededor de 1.300 t en el 2001, de los cuales aproximadamente el 60% era también cacao orgánico (Theunissen 2003)⁵. El comercio justo tuvo un crecimiento de un 27% entre 1997–2001 y sus principales mercados son Inglaterra, Dinamarca y Suiza con un 35, 32 y 17%, respectivamente (FLO 2002). Tomando en cuenta estos datos, podemos afirmar que el cacao en grano que se

⁴ El documento indicado no menciona la metodología que se empleó para determinar los porcentajes de participación del mercado de cacao en grano orgánico con respecto al cacao en grano convencional.

⁵ Theunissen, A. 2003. Entrevista a certificadoras y acreditadoras (entrevista vía mail). DE.

comercializó dentro del mercado justo en el 2001 representó el 0,04% de la producción mundial del cacao convencional.

4.1.2 Precios de cacao convencional, orgánico y justo

La ICCO no proporciona información sobre los precios de cacao orgánico a nivel internacional. De acuerdo a entrevistas realizadas a diferentes empresas a nivel internacional, se reveló que el nivel de precios en el 2001 y 2002, osciló entre 1.300–1.600 US\$ t⁻¹ y 2.100–2.300 US\$ t⁻¹, respectivamente (Dave 2002)⁶. Al igual que el cacao convencional, la subida de precios de cacao orgánico durante el 2002 se originó por los conflictos sociales y militares en Costa de Marfil, motivando de esta forma un alza de los precios en la bolsa de Nueva York. El temor de un menor flujo de exportaciones por parte del principal exportador a nivel mundial y la influencia de especuladores, ocasionó que el sector manufacturero anticipara sus compras y que el precio del cacao se incrementará rápidamente (ASERCA 2002).

Los precios del cacao convencional durante el 2002 llegó a niveles que no se habían alcanzado desde 1984-1985, ocasionando que el sobreprecio absoluto del cacao orgánico y justo disminuyera durante el 2002. Sin embargo, se debe destacar la tendencia decreciente del sobreprecio relativo que ha sufrido el cacao orgánico y recientemente el sobreprecio absoluto.

El precio del cacao orgánico y justo se fija utilizando como referencia las cotizaciones del precio a futuro de cacao convencional proporcionada por las diferentes bolsas (Nueva York y/o Londres). Si bien, el sobreprecio relativo del cacao orgánico y justo tiende a disminuir, esta tendencia es en menor proporción para el cacao justo, al estar este mercado regulado por FLO. FLO es una organización que controla la oferta limitando el ingreso de un mayor número de organizaciones productoras, además de establecer un precio mínimo de compra del cacao. Actualmente, al haber muy buenos precio de cacao convencional, FLO estableció una diferencia mínima de 200 US\$ para el cacao orgánico-justo y de 150 US\$ para el cacao convencional-justo, con respecto al cacao convencional cotizado en bolsa⁷.

⁶ Dave, A. 2002. Entrevista a empresas a nivel internacional (entrevista por teléfono) US.

⁷ Apaza, B y Beltrán, F. 2002. Entrevista a asociaciones (entrevista personal a representantes de "El Ceibo") BO.

Otra característica del precio del cacao orgánico y justo es que reaccionan de manera más lenta a cambios del mercado que afecten el precio del cacao convencional, esto se debe principalmente a que los precios se fijan con base en el precio a futuro del cacao en la bolsa y se establecen en contratos de compra y venta que tienen un período de por lo menos seis meses. Por un lado esto proporciona estabilidad al grupo de productores y por otro esta situación hace que en determinados momentos el precio cacao orgánico y justo sean menores^b que el cacao convencional, cuando se dan subidas continuas e inesperadas en el precio del cacao convencional, como sucedió en el transcurso del 2002. Aunque se debe destacar que la subida del precio de cacao convencional durante el 2002 es una situación excepcional y por lo general las tendencias del precio de cacao convencional han sido por el contrario a disminuir (Cuadro 7).

Cuadro 7 Comparación de precios en diferentes nichos de mercado (1992-2002)

Año	Cacao Convencional			Cacao Orgánico			
	Precio promedio Convencional (US\$ t ⁻¹)	Precio Justo (US\$ t ⁻¹)	Sobreprecio (%)	Precio Orgánico (US\$ t ⁻¹)	Sobreprecio (%)	Precio Justo (US\$ t ⁻¹)	Sobreprecio (%)
1992 ^d	950	2.099	121	2.650	179	3.097	226
1993 ^d	1.110	1.804	64	2.275	105	3.030	173
1994 ^d	1.330	1.757	39	1.995	50	2.274	71
1995 ^d	1.570	-	18	-	-	2.276	45
1996 ^d	1.440	-	22	-	-	2.016	40
1999	1.138 ^a	1.750 ^b	54	1.685 ^c	48	1.950 ^b	71
2000	886 ^a	1.750 ^b	97	1.510 ^c	70	1.950 ^b	120
2001	1.086 ^a	1.750 ^b	61	1.449 ^c	33	1.950 ^b	79
2002	1.753 ^a	1.903 ^b	8	1.924 ^c	10	1.953 ^c	11

Fuente: Elaboración Propia con base en información de: ^aICCO 2002; ^bFLO 1998; 2001b, ^cTrabajo de campo el año del 2002 es promedio de datos a principios y finales del 2002 y ^dECOTOP 1996

Los niveles de precio son señales que el mercado manda y raíz de la fluctuación se puede ver como se estuvo comportando este mercado desde sus inicios y como este mercado fue madurando a través del tiempo. El rápido crecimiento de un mercado con una nueva filosofía generó una demanda insatisfecha entre 1992 y 1993, con niveles de precios bastante elevados, a raíz de estos elevados niveles de precios, se observa un rápido crecimiento de la oferta para satisfacer la demanda. La reducción del sobreprecio a partir de 1994 es una muestra de un proceso de maduración y consolidación del mercado de cacao orgánico.

^a Apaza, B. y Beltrán, F. 2002. Entrevista a asociaciones (entrevista personal a representantes de "El Ceibo") BO

4.1.3 Estimaciones del tamaño del mercado de Banano Orgánico (fruta fresca)

Estimaciones realizadas indican que el volumen total de banano orgánico fruta fresca comercializado durante el 2001 fue de aproximadamente 76.000 t y los principales mercados fueron; Reino Unido (34%), EEUU (21%), Alemania (12%) y Japón (8%). El volumen estimado de banano orgánico fruta fresca representa aproximadamente el 0,11% y 0,53% del total de banano convencional producido e importado, respectivamente, a nivel mundial (Cuadro 8).

Sauvé (1998) indicó que el volumen de banano orgánico comercializado en 1997 fue de 26.700 t y que el mercado de este producto crece a un ritmo de un 30% anual.

Cuadro 8 Estimaciones del volumen de banano orgánico comercializado en los principales países importadores (2001).

Países	Importaciones	Exportaciones	Balance (I-E)	Participación de los	Estimación de	Estimación del
	'000 US\$ (I) ^a	'000 US\$ (E) ^a				
Años	2001	2001	'000 US\$	orgánicos sobre la	(US\$)	banano
				venta total		orgánico (t)
				(%)		
Reino Unido	427 948	1 416	426 532	4,5 ^e	19 193 940	25 558
EEUU	1 349 713	162 005	1 187 708	1 ^c	11 877 080	15 815
Alemania	624 056	108 555	515 501	1,35 ^c	6 959 264	9 267
Japón	450 849	42	450 807	1 ^c	4 508 070	6 003
Italia	343 630	97 568	246 062	1,75 ^c	4 306 085	5 734
Bélgica	654 636	452 828	201 808	1 ^c	2 018 080	2 687
Canadá	148 783	32	148 751	1 ^c	1 487 510	1 981
Holanda	91 264	42 563	48 701	3 ^c	1 461 030	1 945
Austria	61 355	6 575	54 780	2,5 ^c	1 369 500	1 824
Suiza	62 452	1	62 451	2 ^c	1 249 020	1 663
Dinamarca	44 657	433	44 224	2,75 ^c	1 216 160	1 619
Suecia	139 618	16 540	123 078	0,6 ^d	738 468	983
Francia	202 310	114 566	87 744	0,75 ^c	658 080	876
Total						75.955
Banano convencional a nivel mundial (t)^b						
Producción (t)	67 941 495					
Importación (t)	14 212 621					

Fuente: ^aFAO 2002a; ^bFAO 2002c; ^cLohr 2001; ^dWiller y Yussefi 2001.

Nota: ^eEste porcentaje se ajustó con base en las exportaciones de cacao orgánico de República Dominicana a Bélgica y EEUU.

De acuerdo con las estimaciones de Sauvé (1998) y las estimaciones realizadas en el presente estudio, el mercado de banano orgánico ha crecido a una tasa de 184% durante el periodo 1998-2001.

De acuerdo con las estimaciones de Sauvé (1998) y las estimaciones realizadas en el presente estudio, el mercado de banano orgánico ha crecido a una tasa de 184% durante el periodo 1998-2001.

Estimaciones de la FAO (2001a) indican que el volumen comercializado de banano orgánico fresco certificado a nivel mundial en el 2000 fue de 65.000 toneladas, 50% más que en 1999. Este crecimiento se atribuye tanto a un incremento de la oferta de países productores de banano orgánico, como nuevas estrategias de venta en países de la Unión Europea que incrementaron la demanda, como en el caso del Reino Unido.

El incremento de la oferta principalmente se debe al crecimiento del volumen de exportaciones de República Dominicana, como efecto de la conversión de muchas fincas de producción convencional a orgánica. Las exportaciones de República Dominicana crecieron aproximadamente en un 54% entre 1999 y 2001 (Anexo 15).

Los demás países proveedores de banano orgánico fruta fresca son: Austria, Bolivia, Islas Canarias, Colombia, Costa Rica, Dominica, Ecuador, Guatemala, Honduras, India, Israel, Islas Negros (Filipinas), Madagascar, México, Perú y Uganda (Sauvé 1998).

La demanda, ha crecido en un 65% en respuesta a inversiones realizadas por cadenas de supermercados, como en el caso de Reino Unido, desplazando a Alemania como principal mercado de banano orgánico en Europa (FAO 2001a).

Algunas asociaciones de productores de banano orgánico también se encuentran certificados dentro del comercio justo. Aproximadamente el 50% del banano que se comercializa en el comercio justo cuenta con una certificación orgánica (Theunissen 2003)⁹. El programa de banano dentro del comercio justo empezó en 1997, siendo la primera fruta fresca en venderse dentro de este nicho de mercado. Actualmente existen 12 organizaciones productoras registradas, las cuales se encuentran ubicadas en Ecuador, Colombia, Costa Rica, Ghana, República Dominicana y las Islas Barlovento (Chambron 2001 y Ramírez 2001b). La comercialización de banano dentro del comercio justo ha tenido un crecimiento de un 20 a un 30% por año, entre 1997 y 2000, pasando de

⁹ Theunissen, A. 2003. Entrevista a certificadoras y acreditadoras (entrevista vía mail). DE

aproximadamente 12.000 t en 1997 a 23.000 t en 2000 (Ramírez 2001b). Los principales mercados para este producto son Suiza, Holanda y Reino Unido (Chambron 2001)¹⁰.

En el caso del banano orgánico para puré no existe información que permita estimar el volumen comercializado a nivel internacional (Carvalho 2002)¹¹.

4.1.4 Precio de banano fruta fresca orgánico y justo

El banano a diferencia del cacao no es un producto que se coticé a través de bolsa. La existencia de grandes multinacionales verticalmente integradas hace difícil el acceso a acceso a estadísticas de precios confiables.

Entre 1999 y 2000 el sobre precio osciló entre un 38 y 30% y durante el 2001 entre un 25 y 30%, aunque de acuerdo a estimaciones realizadas por la FAO (2001a) se prevé una reducción en el sobreprecio de un 20% durante el 2002.

Este factor puede estar influenciado por un incremento de la oferta (Anexo 15). Un claro ejemplo de esto son las exportaciones de banano orgánico realizadas por República Dominicana hacia Reino Unido, las cuales experimentaron un incremento anual de 57% entre 1999-2001 y una reducción de un 35% al año en los precios.

La disminución del precio de exportación que se dio en República Dominicana explica el rápido crecimiento de las importaciones de Reino Unido, llegando a ser el principal mercado tanto para banano orgánico como justo.

El apoyo gubernamental que se dio a la producción orgánica en República Dominicana ha sido fundamental para el incremento de las exportaciones tanto de cacao como de banano orgánico. A la vez, se ve el efecto negativo que pueden tener crecimientos acelerados de la producción en los niveles de precios. De esta forma, se pone en riesgo la sostenibilidad de sistemas de producción (orgánico y justo) en determinados productos, pues el sobre precio es parte fundamental para garantizar su funcionamiento y un mejor nivel de vida a pequeños productores indígenas y campesinos.

¹⁰ En orden de importancia y basado en estadísticas internas oficiales de FLO. Sin embargo no menciona volumen por país, pero sí resaltan el crecimiento que ha alcanzado Reino Unido, llegando a importar 13.000 t durante el 2001.

¹¹ Carvalho, L. 2002. Entrevista a expertos (correspondencia personal). Génova, CH.

Cuadro 9 Niveles de precios de banano orgánico fruta fresca de exportación de República Dominicana, 1999-2001.

País destino	Precio FOB (US\$ t ⁻¹)			Tasa de crecimiento (%)
	1999	2000	2001	
Reino Unido	772	340	331	-57
Bélgica	235	296	294	25
Alemania	275	310	335	17
EEUU	186	205	220	18
Países Bajos	325	363	369	13
Japón	285	355	361	27
Suiza		425	395	-20
Italia		158	127	-20
Suecia	207	204	353	70
Isla San Martín		250	110	-56
España		245	300	22
Portugal		103		
Barbados		388		
Bután		357		
Total				

Fuente: Basado en CEDOPEX 2002

En el mercado justo el sobreprecio durante el 2001 fue de aproximadamente el 30%. La asociación de pequeños productores "El Guabo" en Ecuador vendió dentro del comercio justo en 7,75 US\$ caja⁻¹, comparado con el precio del banano convencional de US\$ 6 caja (Ramírez 2001a)¹². En otras palabras, los precios del banano orgánico y convencional eran de 430 y 330 US\$ t⁻¹, respectivamente.

No solo el crecimiento acelerado puede afectar el mercado de productos orgánicos, sino también distorsiones del mercado convencional de cada uno de estos productos. Un claro ejemplo de ello es lo que sucedió en el mercado de cacao convencional con la subida inesperada del precio de este producto, poniendo en riesgo el mercado de cacao orgánico, al no haber una diferenciación en los precios que incentive a los productores a producir de manera orgánica.

4.1.5 Precio de puré de banano orgánico y justo

Al existir escasa información sobre precios de este subproducto, los datos que se proporcionan a continuación solo deben ser tomados como indicadores (Figura 6). Un

¹² Una caja de bananos de 40 libras

reporte de MNS/CCI (2001) menciona que muchos comerciantes indicaron que niveles más bajos de estos precios fácilmente eran negociados.

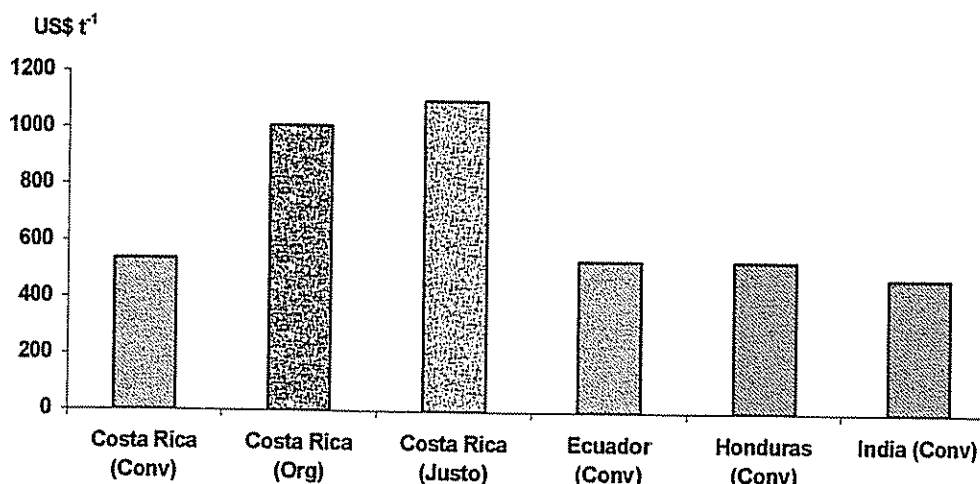


Figura 6 Precios del puré de banana según el tipo de producto y país 2001.

Fuente: Elaboración propia con base en información obtenida de: ITC (2001); Rodríguez (2002)¹³.

Conv = Convencional, Org = Orgánico

4.2 Certificación dentro del contexto internacional y nacional

4.2.1 Certificación orgánica

Existen diferentes sistemas de certificación, pero los sistemas que más se han desarrollado¹⁴ en los últimos años son: la certificación orgánica y la de comercio justo, como consecuencia del crecimiento de ambos mercados.

La certificación dentro del mercado orgánico y justo se diferencian básicamente en que dentro del mercado justo solo existe una certificadora que controla y regula todo el sistema, a diferencia del mercado de productos orgánicos en donde se observa un gran número de certificadoras y acreditadoras (nacionales e internacionales).

Los sistemas nacionales (SNA) y regionales de acreditación (SRA) condicionan el ingreso de productos orgánicos a sus respectivos países o grupo de países, al exigir que las

¹³ Rodríguez, W 2002. Entrevista personal. Talamanca, CR. (Precio tentativo que se estableció en conjunto con FLO para comercio justo, pero no efectuada).

¹⁴ Desde el punto de vista institucional y reglas del juego dentro del contexto internacional.

certificadoras que utilizan estos productos orgánicos se encuentren acreditadas dentro de sus respectivos sistemas.

La producción agrícola orgánica nacional en los países latinoamericanos era certificada en un inicio por agencias extranjeras. Elevados costos en todas las actividades de inspección y problemas por diferencias culturales e idiomáticas entre los inspectores y los productores, fueron unas de las razones para el surgimiento de las certificadoras nacionales en muchos países latinoamericanos (Saborio y Delgado s.f. b).

Entre el 2000 y 2002 se han dado cambios en cuanto a regulación dentro de los sistemas de acreditación orgánica, surgiendo los sistemas de EEUU y Japón principalmente, en respuesta a problemas de reconocimiento entre las diferentes certificadoras dentro del contexto internacional, aspecto que obligaba a utilizar en algunos casos más de una certificadora.

Estos intentos de homogenizar estándares a nivel internacional, dio a las certificadoras la posibilidad de brindar a sus clientes mayor cobertura de mercados mediante la acreditación, generando un interés por parte de las certificadoras a ser acreditadas en los diferentes sistemas.

Actualmente existen registradas más de 246 certificadoras dentro de: los sistemas nacionales de acreditación (NOP, JAS¹⁵ y DARAO), el sistema regional de la Unión Europea (CEE 2092/91) y el sistema de acreditación a nivel internacional (IFOAM).

El acceso a un mayor número de mercados varía según certificadora y los diferentes sistemas de acreditación al cual pertenecen. De un total de 246 certificadoras evaluadas, 13 alcanzaron un mayor índice de acreditación. Estas 13 certificadoras permiten el acceso a un mayor número de mercados, pues se encuentran registradas en un mayor número de sistemas de acreditación (Cuadro 10).

¹⁵ En el estudio solo se pudo trabajar con las certificadoras acreditadas en JAS que trabajan en América Latina.

Cuadro 10 Índice de acreditación.

Número	Nombre	Procedencia	EEC	NOP	JAS	IFOAM	DARAO	INDICE
1	OCIA	US	0	1	1	1	1	0,8
2	BCS-OKEO GARANTIE GMBH	DE	1	1	0	0	1	0,6
3	NATURLAND e. V	DE	1	1	0	1	0	0,6
4	QC&I	DE	1	1	0	1	0	0,6
5	Lacon GMBH	DE/AT	1	1	0	1	0	0,6
6	ECOCERT SA	DE/BE/FR/LU	1	1	0	0	1	0,6
7	IMO Institute for Marketecology GmbH	CH	1	1	0	1	0	0,6
8	ARGENCERT S.R.L	AR	1	1	0	1	0	0,6
9	N.A.S.A.A	AU	0	1	1	1	0	0,6
10	Eco-Logica SA	CR	1	1	0	0	1	0,6
11	Stichting Skal	NL	1	1	0	1	0	0,6
12	ICEA	IT	1	1	0	1	0	0,6
13	Consorzio Per Il	IT	1	1	0	1	0	0,6

Fuente: NOP 2002; Diario Oficial de las Unión Europea 2000; Mayurama s.f; IFOAM 2002 y Gerencia Técnica de Acreditación y Registro de Agricultura Orgánica 2003.

El acceso a mayor número de mercados por parte de las certificadoras es un aspecto muy importante para clientes cuyos productos tienen como destino el mercado internacional.

Un aspecto importante a destacar, es que dentro de las 13 certificadoras con mayor índice de acreditación, se encuentra tanto la agencia nacional como la internacional que emplean los diferentes GPO en Talamanca, Costa Rica.

Pese a que tanto la agencia internacional como la nacional permiten el acceso a un número igual de mercados. Los diferentes GPO de Talamanca, Costa Rica aún continúan utilizando más de una certificadora.

El acceso a un mayor número de mercados no es el único factor que estos GPO deben tomar en cuenta al escoger las agencias que van a utilizar. Entre otros aspectos que ellos contemplan tenemos:

- Rapidez en acceso a otros mercados Una de las desventajas de la agencia nacional es que el proceso de reconocimiento / acreditación¹⁶ a otros sistemas nacionales o regionales se realiza de manera más lenta que en el caso de las agencias internacionales.

¹⁶ Reconocimiento y acreditación no son sinónimos, la primera se refiere a que otra certificadora evalúa las normas que emplea otra certificadora y las acepta como equivalente y la segunda se refiere que ese proceso lo realiza un ente con normas propias y procedimientos (diferentes sistemas de certificación).

- Beneficios adicionales Una de las ventajas de la agencia nacional es la relación más estrecha que lleva con los productores y/o GPO, además de que proporciona un descuento de hasta un 25% en los costos de certificación (Saborio y Delgado s.f. a).
- Preferencia de clientes Un factor determinante para que los GPO de Talamanca utilicen una determinada agencia sin duda son los clientes, quienes prefieren la utilización de una agencia internacional a una nacional²².
- Costo de la certificación orgánica (desarrollado mas adelante).

4.2.2 Costos de la certificación orgánica

El nacimiento de las agencias nacionales logró reducir el costo de certificación, al ser subcontratadas por las agencias internacionales (Saborio y Delgado s.f. b).

Las certificadoras nacionales no solo ha reducido costo de certificación en Costa Rica sino también en Argentina, Bolivia y México (SIDCA 1997). En el caso de Bolivia, por ejemplo, anteriormente La Cooperativa Agroindustrial "El Ceibo", pagaba US\$ 10.000 por certificarse con una agencia internacional, mientras que ahora paga alrededor de US\$ 5.000 con una agencia nacional (Apaza y Beltrán 2002)¹⁷.

Todas las asociaciones que comercializan cacao y banano orgánico de Talamanca, Costa Rica acceden a la certificación bajo la modalidad de Grupo de Productores Organizado (GPO), es decir que los productores se certifican a través de sus respectivas asociaciones.

Las asociaciones son las que se encargan de cubrir el costo de certificación y realizar el sistema de interno de control (SIC). El sistema interno de control es un requisito para que las asociaciones de productores obtengan la certificación orgánica y representa un costo adicional que no se encuentra incluido dentro del costo de certificación que pagan a las agencias.

De todas formas el sistema interno de control (SIC) "exigido por las agencias" tiene efectos positivos ya que no solo obliga a las asociaciones a tener un contacto mas estrecho con sus asociados, también de esta forma se mejora la organización interna de

¹⁷ Apaza, B. y Beltrán, F. 2002. Entrevista a asociaciones (entrevista personal) BO.

las asociaciones, genera empleo en la zona (inspectores locales) y además que a través de los SIC las asociaciones proporciona asistencia técnica a sus productores.

El costo de certificación en el que incurren las diferentes asociaciones de productores en Talamanca oscila entre US\$ 2.500 - 8.500 al año (Cuadro 11), dependiendo del número de productores que tengan las diferentes organizaciones. Este costo representa entre el 3 - 5% del costo total de las asociaciones¹⁸ (según sus cálculos), sin tomar en cuenta el costo incurrido en el SIC, de acuerdo a las asociaciones el costo del SIC representa aproximadamente lo mismo de lo que pagan a las agencias certificadoras. Un estudio realizado por Ecocert indica que el costo de certificación representa el 2% para los productores y entre 0,6 y 1% para los transformadores, de sus costos totales (Pons 2001).

Una encuesta a diferentes certificadoras realizada por The Organic Standard (2001) revelo que el costo de certificación otorgado por certificadoras europeas a diferentes GPO tiene un promedio de US\$ 7.000 al año y representa aproximadamente el 3,5% de los ingresos por ventas de las asociaciones de productores.

Cuadro 11 Costo de certificación de los diferentes GPO de Talamanca - Costa Rica, según agencia certificadora (2002-2003).

Asociaciones	Costo de certificación con agencia nacional (US\$) año ⁻¹	Costo de certificación con agencia internacional (US\$) año ⁻¹	Costo total de certificación (US\$)
GPOAC	953	1.562	2.515
GPOAB	1.342	2.000	3.342
GPOUC		4.711	4.711
GPOAP	2.606	5.930	8.536

Fuente: Información proporcionada por las diferentes asociaciones

Los costos anteriormente mencionados se refieren a la certificación en conjunto (agencia nacional e internacional) que se pagaron para la gestión 2002/2003. Sin embargo, con el ingreso de las diferentes agencias a nuevos sistemas de acreditación las opciones y combinaciones de los costos se ha diversificado, es así que se tiene diferentes cotizaciones dependiendo del mercado que se quiere cubrir (Cuadro 12). Se debe destacar que los costos de certificación con la agencia internacional se abaratan al realizar la certificación conjunta con la agencia nacional.

¹⁸ Thommen, C. 2002. Entrevista a Asociaciones (personal) Honne Creek, CR. y base de datos contable de APPTA 2002.

certificarse con la agencia internacional sería igual o más costoso que la combinación actual. Motivo por el cual los GPO no pueden certificarse únicamente con la agencia nacional, pese a que es la opción más económica. Esta situación imposibilita reducir los costos de certificación orgánica a nivel de GPO, poniendo en cuestionamiento todo el esfuerzo que se hace a nivel nacional e internacional en homogenizar los estándares para el reconocimiento de las diferentes agencias y así reducir los costos en certificación.

4.2.3 Diferentes sistemas de certificación

El grado de exigencia de los consumidores, con respecto a los productos alimenticios, se ha elevado y diversificado, en virtud del aumento de la información disponible y ante la oferta de una gran variedad de productos. Sin embargo, estas exigencias se basan en "características de calidad" (Oyarzún 2001).

La calidad definida por los atributos de valor son atributos que están sobre la calidad básica (inocuidad y nutricional). En la última década estos atributos de valor se refieren a aspectos como el respeto al medio ambiente a lo largo de toda la cadena productiva, respeto a las leyes sociales de los trabajadores, a las tradiciones y el deseo de tener una alimentación más sana entre otros (Oyarzún 2001).

Es así que los diferentes sistemas de certificación intentan garantizar al consumidor que el producto consumido cumple con alguna característica de calidad o atributo de valor que le satisfacen, así es como surgen los diferentes sistemas voluntarios de control o certificación.

Actualmente existe una gran variedad de sellos de calidad y es importante ver las diferentes características de cada uno de ellos, para darnos una visión más amplia de los nichos de mercado a los cuales se pueden acceder, además de la certificación orgánica (Anexo 16). En el caso de las Asociaciones de Talamanca podrían emplear el sello de denominación de origen y así las asociaciones podrían diferenciar aún más sus productos.

Muchos de estos sellos (Anexo 16) pueden combinarse con la certificación orgánica, de hecho actualmente el cacao que vende APPTA tiene tanto una certificación orgánica como de comercio justo.

respeto a las leyes sociales de los trabajadores, a las tradiciones y el deseo de tener una alimentación más sana entre otros (Oyarzún 2001).

Es así que los diferentes sistemas de certificación intentan garantizar al consumidor que el producto consumido cumple con alguna característica de calidad o atributo de valor que le satisfacen, así es como surgen los diferentes sistemas voluntarios de control o certificación.

Actualmente existe una gran variedad de sellos de calidad y es importante ver las diferentes características de cada uno de ellos, para darnos una visión más amplia de los nichos de mercado a los cuales se pueden acceder, además de la certificación orgánica (Anexo 16). En el caso de las Asociaciones de Talamanca podrían emplear el sello de denominación de origen y así las asociaciones podrían diferenciar aún más sus productos.

Muchos de estos sellos (Anexo 16) pueden combinarse con la certificación orgánica, de hecho actualmente el cacao que vende APPTA tiene tanto una certificación orgánica como de comercio justo.

Browne *et al.* (2000) indican que con el tiempo se incorporara nuevos criterios dentro de los estándares de certificación orgánica que contemple aspectos sociales y esto desacelerará el proceso de conversión de fincas, disminuyendo de esta forma la oferta y manteniendo elevado los precios.

En Noviembre de 1998 IFOAM aprobó estándares generales para asegurar que la producción orgánica tenga una política de justicia social. Actualmente hay evidencia de que en Reino Unido los movimientos de comercio justo y de producción orgánica se están acercando más (Browne *et al.* 2000).

Otro ejemplo del traslape entre sistemas de certificación y sellos es el "Café amigable con el ambiente". Hasta el momento este sello solo se otorga al café que además de cumplir con ciertos estándares de biodiversidad, debe contar con una certificación orgánica (GTZ 2001).

El sistema de acreditación internacional (IFOAM) también está tratando de incorporar criterios de biodiversidad dentro de los estándares de certificación orgánica, pues lanzó a

inicios del 2003 una convocatoria para desarrollar criterios de biodiversidad (IFOAM 2003).

La utilización de los sellos de los diferentes sistemas de certificación además de garantizar al consumidor de que el producto que esta comprando cuenta con las características especificadas o atributos de valor, sirve como estrategia de mercadeo diferenciando aun más los productos.

Algo que se debe tomar en cuenta es que además de otros atributos que dan origen a los diferentes sistemas de certificación, los estándares de "calidad comercializable"¹⁹ mantienen siempre su importancia para poder vender un determinado producto, es por ello que no se debe de olvidar estos criterios y/o estándares, los cuales son requisitos para la compra de cacao (Anexo 17) y banano.

4.3 Características generales de los canales de comercialización de cacao y banano orgánico en Talamanca-Costa Rica

Los canales de comercialización de cacao y banano orgánico se caracterizan por estar compuesto a nivel nacional por los siguientes actores: productores, diferentes tipos de intermediación, asociaciones y procesadoras de subproductos (Figura 7).

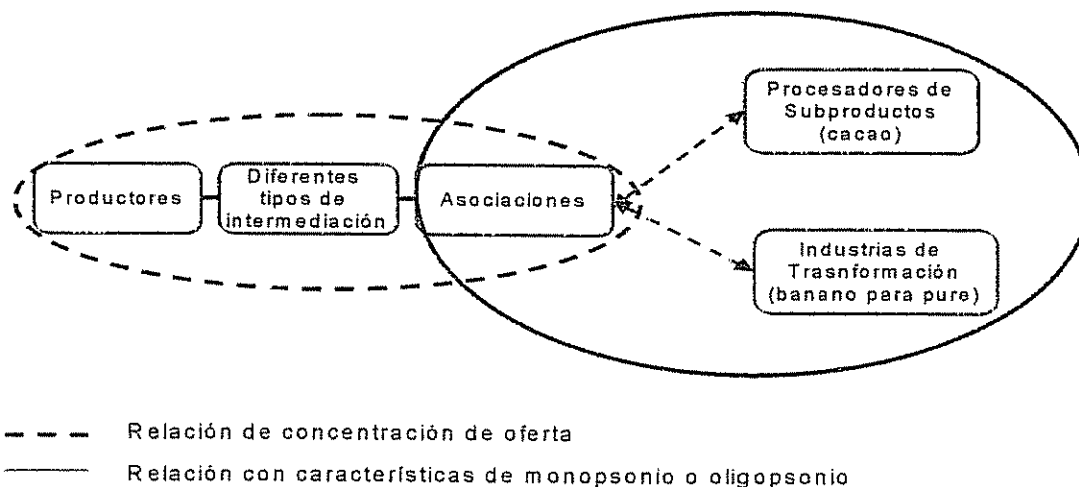


Figura 7 Canal de comercialización general de banano y cacao orgánico de Talamanca, Costa Rica.

¹⁹ Estándares que deben cumplir tanto los productos convencionales como los orgánicos, justos, etc

La relación comercial entre los productores y sus asociaciones en Talamanca, tiene características de un "modelo de concentración de oferta". Este modelo ayuda a hacer frente a la problemática del minifundio y permite acceder al mercado a pequeños productores. Una oferta demasiado dispersa a este nivel no es operativa, principalmente por los elevados costos de transacción y porque los demandantes (procesadoras de subproductos y/o fábricas de alimentos) requieren volúmenes suficientemente grandes de mercancía homogénea, con suministros estables a lo largo del tiempo (Ballesteros 2000).

Las grandes cantidades demandadas por un número reducido de empresas procesadoras de subproductos y/o de alimentos hacen que la relación entre ellas y las asociaciones tengan características de un monopsonio y/o oligopsonio²⁰, que por lo general es el resultado de un débil poder de negociación y la ausencia de gestiones comerciales por parte de las asociaciones o Grupos Organizados de Productores (GPO).

4.3.1 Canal de comercialización de cacao orgánico de Talamanca, Costa Rica

El cacao es uno de los productos orgánicos certificados mas importantes de Talamanca, en especial dentro de los Territorios Indígenas (Bribrís y Cabécares), en donde existía aproximadamente 1.100 ha de cacao en 1999 (proyecto Namasöl, citado por el Boletín Informativo de Alta Talamanca 1999).

El canal de comercialización de este producto está compuesto por los siguientes actores:

- Productores
- Diferentes tipos de intermediarios o coordinadores
- Asociación de Pequeños Productores de Talamanca (APPTA)
- Procesador de subproductos

Los productores indígenas de Talamanca tienen un promedio de 1,9 ($\pm 1,3$) ha de cacao y aproximadamente 885 productores entre socios y afiliados de APPTA se encuentran ubicados dentro de la Reserva Indígena, de los 1070 que APPTA tenía registrados en su lista de productores de cacao orgánico, durante el 2001 (Anexo 18).

Los productores venden el cacao orgánico a través de APPTA, única asociación que comercializa el cacao orgánico de la zona. Sin embargo, el difícil acceso a muchas

²⁰ Monopsonio que hay un solo comprador. Oligopsonio que hay pocos compradores.

comunidades, por la presencia de ríos, la frágil red caminera y características de las diferentes comunidades a generado el desarrollo de diferentes tipos de intermediación. Entre las que tenemos: Los acopiadores, los coordinadores y el centro de acopio (Figura 8).

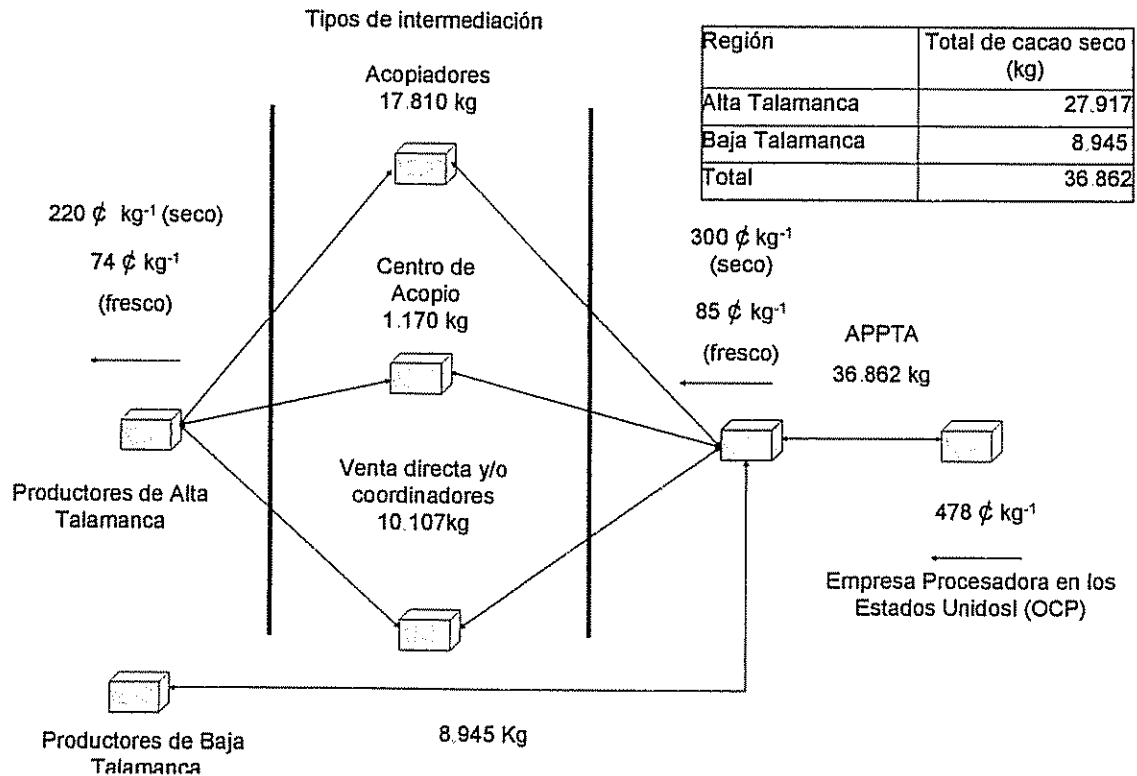


Figura 8 Canal de comercialización del cacao orgánico en Talamanca, Costa Rica (2001).

Los acopiadores se encargan de aglutinar la producción en comunidades a las que APPTA no puede llegar, muchos de ellos ya realizaban este trabajo mucho antes que APPTA empezara a comprar cacao orgánico. Este es el grupo que en conjunto mueve el mayor volumen de la producción. Los acopiadores al aglutinar mayores volúmenes de cacao en comparación a los productores tienen más posibilidades y condiciones de realizar el proceso de poscosecha (fermentado y secado) que requiere este producto para poder ser comercializado como grano.

Otro tipo de intermediación que se desarrolló con el fin de mejorar condiciones de acceso y precio para los productores es el "Centro de Acopio", solo existe uno dentro de la reserva y se encuentra ubicado en la comunidad de Katsi. Este centro brinda mayor comodidad por la cercanía a los productores de Katsi y de comunidades aledañas. En este centro se

realizan los procesos de poscosecha del cacao (fermentación y secado) y posteriormente se vende a APPTA el grano ya seco.

El resto del cacao orgánico se vende a APPTA de manera directa y en algunos casos es organizada por "coordinadores de cacao", esto dependiendo de la necesidad de organización de la comunidad y su acceso a la carretera.

La organización y coordinación para la venta de los productos orgánicos es fundamental, pues APPTA pasa con transporté para recoger los productos parando en puntos estratégicos dentro de la Reserva Indígena (Watsi, Bambú, Suretka y Puente de Lata) en determinados días. Puntos a los cuales todos deben hacer llegar sus productos.

En Costa Rica existen sólo dos asociaciones de productores de cacao orgánico registradas en PROCOMER²¹: la Asociación Rural de Agricultura Orgánica (ARAO), que trabaja en San Carlos, y Asociación de Pequeños Productores de Talamanca (APPTA), que trabaja en la zona de Alta y Baja Talamanca.

APPTA inició con la venta de cacao en 1991 (FORO EMAÚS 1996) y en 1993 se tuvieron las primeras experiencias dentro del mercado orgánico, gracias a gestiones apoyadas por el proyecto ANAI (Damiani 2001).

El papel que juega en este caso la Asociación de Pequeños Productores de Talamanca (APPTA) dentro del canal de comercialización de este producto es fundamental, pues a través de esta organización los productores pueden "concentrar mayores volúmenes de cacao" y acceder al mercado internacional. Sin embargo, a pesar de que la asociación indica que se ha reducido la intermediación y proporcionar a los productores mejores niveles de precios (Willie y Lecaro 1999). Se puede observar que pese a la intervención de APPTA, la intermediación no se ha reducido sino que se ha transformado. Confirmando lo mencionado por Mendoza (2000), quien indica que dentro de los canales alternativos (orgánico y justo) de comercialización si bien la intermediación disminuye esta no desaparece, sino que se transforma.

²¹ PROCOMER (Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica). 2003. Lista de organizaciones de productores orgánicos registrados en PROCOMER. (Información vía correo electrónico), San José, CR.

La transformación más evidente que se puede observar es la de los acopiadores tradicionales, en donde APPTA por presión de los productores y FLO (organismos internacionales de comercio justo) ha desarrollado una estrategia de integración vertical entre APPTA y los acopiadores tradicionales, intentando establecer acuerdos comerciales. Aquellos acopiadores que acataron estas reglas de juego (pago establecido por APPTA y emisión de facturas) se denominaron "intermediarios de APPTA"; los acopiadores que fijan por si solos los precios pagados a los productores son los llamados "acopiadores independientes".

Muchos de los acopiadores compran el cacao con las reglas establecidas a productores socios y de manera independiente a aquellos productores que no son asociados de APPTA. Aunque se encontraron ejemplos de pagos por debajo de lo establecido (efectuados por acopiadores intermediarios de APPTA) a socios de comunidades alejadas, este porcentaje es mínimo (4% de 71 productores entrevistados).

Mendoza (2000) indica que para poder llevar a cabo el cambio en los acopiadores es importante la diseminación de información a nivel de productores. De esta forma los productores pueden desarrollar de manera individual o través de su asociación una participación en mejores términos generando así un cambio institucional en las relaciones comerciales entre intermediarios tradicionales locales y productores. Aspecto por el cual es importante mejorar los canales de información y comunicación, actualmente se realizan reuniones y asambleas informativas pero estas están limitadas por aspectos como "códigos de comunicación", dificultad de asistir a las reuniones, problemas de convocatoria y ausencia de los productores. Estos problemas hacen que los productores no aprovechen al máximo estos espacios de información y de toma de decisiones.

El comprador más importante de cacao orgánico desde 1994 hasta inicios del 2002 fue la empresa estadounidense Organic Commodity Project (OCP). Estableciendo un contrato de largo plazo por un periodo de 7 años, en cual se compraba el 100% de la producción, se fijaban las agencias certificadoras (internacionales) que se podían emplear, el precio que era establecido en contratos semestrales, en donde se establecían también estándares de "calidad comercializables". Entre los acuerdos más importantes con esta empresa es el establecimiento un fideicomiso, para que APPTA tenga liquidez y pueda realizar los pagos a los productores en efectivo.

Entre los problemas que tuvo APPTA durante los siete años del contrato de largo plazo, fue de cumplimiento de "calidad comercializable" y el contrato de exclusividad que impedía realizar ventas en otros nichos de mercado (comercio justo) en el cual pagaban mejores niveles de precios.

Actualmente APPTA ya no vende a OCP y los niveles de precios del cacao en general están elevados, pero debido a la baja productividad que hay en Talamanca en especial en los últimos dos años (Anexo 19) y la débil gestión comercial, no se ha podido aprovechar esta situación coyuntural del precio del cacao en general.

4.3.2 Canal de comercialización del banano orgánico de Talamanca, Costa Rica

La zona Atlántica de Costa Rica es la de mayor producción de banano, tanto convencional, como orgánico. Casi toda la producción de banano orgánico es destinada para ser procesada como puré. Se estima que cada semana se procesan alrededor de 300 mil kg de banano orgánico certificado procedente de esta zona y de la región de Turrialba (Descamps 2002). Es decir, aproximadamente entre 13.200 y 14.400 t año⁻¹. Estimaciones propias con base en las entrevistas a las asociaciones y empresas procesadoras, indican que actualmente se procesan entre 6.000 y 7.000 t año⁻¹ provenientes de la zona de Alta y Baja Talamanca.

En 1999 se estimaba que había en la Reserva Indígena alrededor de 1.250 hectáreas de banano (Boletín Informativo de Alta Talamanca 1999). El canal de comercialización del banano orgánico para puré está compuesto por los siguientes actores:

- Productores
- Coordinadores
- Asociación de Pequeños Productores de Talamanca (APPTA)
- Procesador de subproductos

Los productores indígenas de Talamanca tienen un promedio de 1,6 ($\pm 1,0$) ha de banano, aproximadamente 879 productores entre socios y afiliados de APPTA se encuentran ubicados dentro de la Reserva Indígena, de los 1080 que esta asociación tenía registrados en su lista de banano para el 2001. Sin embargo, tan solo 405 productores tienen registrados volúmenes de ventas en ese mismo período.

El volumen de productores en Talamanca es mucho más grande, pues APPTA no es la única organización que agrupa y compra banano en Talamanca. El banano producido dentro de la Reserva es comercializado por tres organizaciones:

- 1 TROBANEX (empresa privada)
- 2 Asociación UCANEHÜ
- 3 Asociación de Pequeños Productores de Talamanca (APPTA)

Otras dos asociaciones que compran banano fuera de la reserva son: ABACO y ACAPRO.

Las organizaciones que trabajan en la Reserva Indígena, por lo general trabajan con coordinadores en las diferentes comunidades. Los coordinadores se encargan de repartir las cuotas, aglutinar el producto, coordinar el transporte en puntos donde los camiones de las diferentes organizaciones esperan y realizar el pago a los productores después de 3 ó 4 días de entregado el producto, dándose mayor relación entre los productores y los coordinadores, en este canal de comercialización. Los coordinadores son por lo general productores en los cuales la comunidad confía y no reciben remuneración económica por la actividad que realizan, este cargo es rotatorio y tiene un período de duración de dos años.

Otra de las características del canal de comercialización de banano orgánico producido dentro de la Reserva Indígena de Talamanca es que a diferencia del cacao se puede observar más homogenización en la organización comunal entorno a la comercialización y/o aglutinamiento del banano en las diferentes comunidades. Esto se explica por la continuidad de venta del producto, ya que cada 15 ó 22 días se tiene corta de banano.

Existen tres empresas procesadoras de banano orgánico en Costa Rica registradas en PROCOMER y son: TROBANEX, NOVARTIS y MUNDIMAR. Sin embargo, según Villalobos (2002)²², MUNDIMAR desde hace dos años aproximadamente ya no trabaja con banano orgánico; solo realiza pedidos muy esporádicos que representan menos del 5% de su actividad, prefiriendo comprar a las empresas que actualmente continúan trabajando con banano orgánico. Actualmente solo dos empresas trabajan con banano

²² Villalobos, 2002. Entrevistas a empresas a nivel nacional (entrevista telefónica). Turrialba, CR

para puré orgánico en Costa Rica: TROBANEX y NOVARTIS, a través de las cuales el banano para puré se ha destinado al mercado internacional.

TROBANEX destina toda su producción a HIPP (una de las empresas procesadoras de alimentos para bebés más conocidas en Europa). TROBANEX compró un promedio de 3.400 t de banano en el 2001 y el 2002. Disminuyendo el nivel de sus compras de banano para puré, en aproximadamente un 53% entre 2000 y el 2001. Beissel citado por Jaén (2001) indicó que la reducción se debía a un exceso de producto almacenado en las bodegas de Alemania. Esta reducción también puede deberse a la competencia de otros países productores como Ecuador y los problemas surgidos a raíz de un artículo en una revista Alemana que indicó que no era posible producir banano orgánico en Costa Rica. TROBANEX compra el banano orgánico directamente a pequeños productores de la Reserva Indígena de Talamanca, Reserva Pacuare, Alto Ketzal y Valle de la Estrella.

NORVARTIS en Costa Rica, antes filial Gerber, es una compañía que procesa ambos productos (orgánico y convencional), destinando su producción principalmente a los EEUU. Esta compañía compró aproximadamente 3.350 t de banano orgánico a las diferentes asociaciones de Talamanca durante el 2002. Aunque NOVARTIS no tienen contratos de comercialización establecidos con las diferentes asociaciones, esta empresa ha estado trabajando aproximadamente desde hace ocho años en la zona de Talamanca. (Figura 9).

Todas las asociaciones que trabajan tanto en Alta como Baja Talamanca, venden su producción a NOVARTIS lo que ha dado a esta empresa ventaja de negociación sobre los GPO. Cada asociación tiene una cuota de entrega quincenal y a su vez las asociaciones asignan una cuota a sus productores. En el caso de APPTA, la cuota oscila entre 100 y 200 kg quincenalmente, pues esta asociación cuenta con un mayor número de productores asociados y/o afiliados.

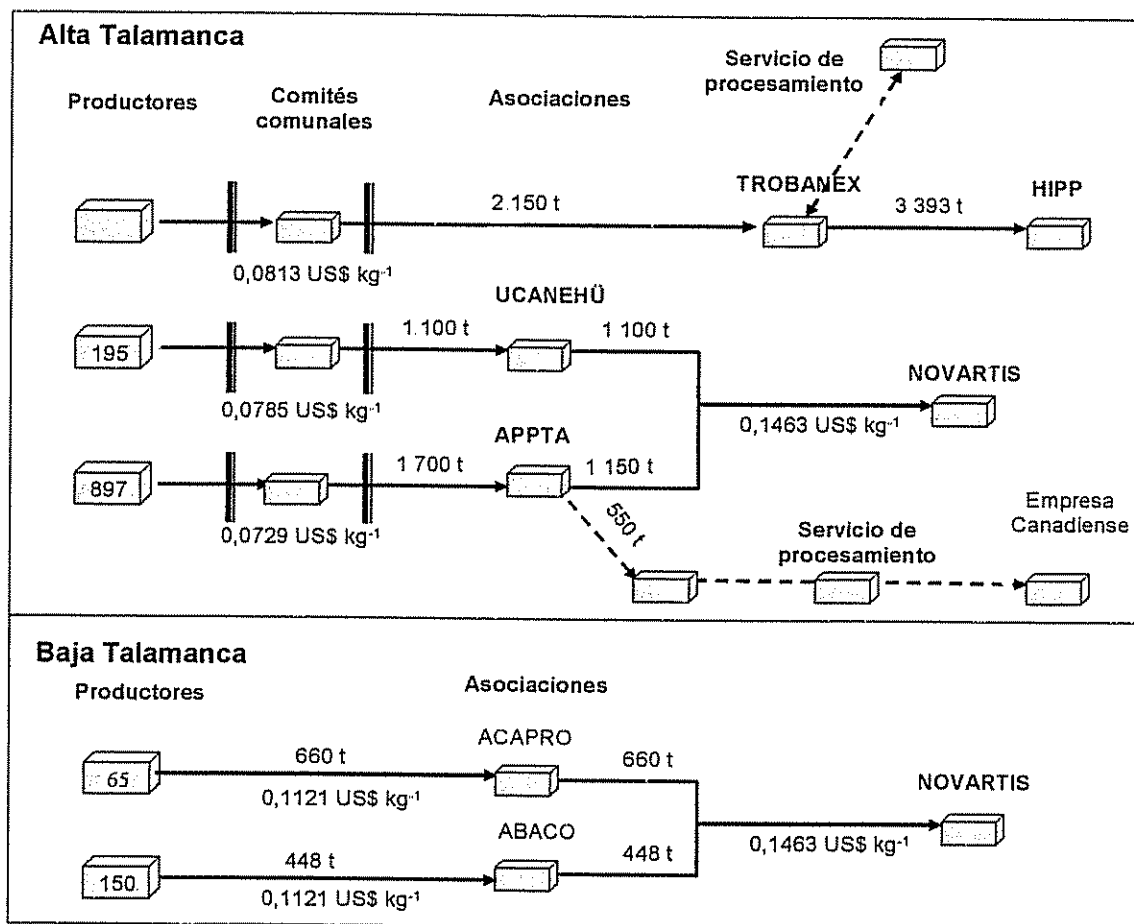


Figura 9 Canal de comercialización del banano orgánico de la reserva indígena de Talamanca (2001).

Fuente: Elaboración propia

Debido a algunos problemas en las relaciones comerciales con NOVARTIS las organizaciones de productores están intentando desarrollar otros proyectos con base al banano orgánico como: vinagre de banano (ACAPRO y UCANEHÜ), banano deshidratado (ACAPRO-APPTA) y la venta de banano orgánico fruta fresca (APPTA)²³.

Sacar banano orgánico fruta fresca de las comunidades indígenas de Talamanca no es tarea sencilla. Por lo cual APPTA necesitó un proceso de capacitación de manejo para poder vender banano fruta fresca. Hasta el momento no se tiene un mercado bien establecido para este producto y tan solo se han mandado muestras.

²³ Recientemente están empezando a sacar 22 t mes⁻¹ de banano orgánico en forma de fruta fresca.

El proyecto de banano fruta fresca actualmente cuenta con la participación de 30 productores (Prendas 2002). Un aspecto que se debe resaltar es que el tamaño de este mercado es mucho más grande que el de banano para puré u otro subproducto, y cuenta con mejores niveles de precios. Sin embargo, requiere mucho más trabajo en el manejo y según Descamps (2002) las pruebas enviadas a Banafair por APPTA todavía no han alcanzado el nivel mínimo de calidad.

4.3.3 Elementos clave para el éxito en grupo de productores organizados (GPO)

La única forma en la que pequeños productores pueden acceder al mercado (especialmente al mercado internacional), es a través de las asociaciones. Entre las principales elementos de éxito mencionados por Lasso y Ostertag (s.f.) para este tipo de organizaciones tenemos: (ver Cuadro 13).

Cuadro 13 Elementos y conceptos clave para el éxito de GPO y APPTA.

Elementos clave*	Concepto*	APPTA
Liderazgo con sentido empresarial	Presencia de un líder que generalmente es un agente externo a la comunidad, pero con sentido social y que se ha comprometido y compenetrado con la organización rural.	APPTA inicia sus actividades por necesidades y preocupaciones de los productores. Esta iniciativa por parte de algunos productores fue apoyada por proyectos que se ejecutaban en la zona. Especialmente con la búsqueda de contactos en el exterior. Líder externo en este caso no existe, pero si se observa la presencia continúa de un representante (Walter Rodríguez)
Impulso a la autogestión	La participación del poblador rural en la toma de decisiones ha sido un factor clave en este tipo de organizaciones y se ha visto reflejado en un fuerte sentido de pertenencia por parte de las comunidades base.	En un inicio los productores socios participaban de manera más activa, invertían mucho tiempo y trabajo para levantar la organización. Ahora no todos los productores reflejan un sentimiento de pertenencia e incluso miembros de la "Junta directiva" quienes sienten que no son partícipes en la toma de decisiones. Este sentimiento se agudiza más a nivel de productores, aspecto crítico que puede ser el resultado de un rápido crecimiento de la organización, por lo cual se debe realizar un fuerte programa de información sobre los derechos y deberes de los socios y afiliados, además de proporcionar espacios de participación.
Disponibilidad de servicios de apoyo	Acceso a apoyo de diferentes tipos de instituciones en: crédito, capital, organización, contactos de mercado, transferencia de tecnología, desarrollo de capacidad y gestión administrativa.	Uno de los aspectos más importante es que desde un inicio ha contado y cuenta con el apoyo de diferentes proyectos. Los cuales han brindando ayuda tanto desde el punto de vista técnico como económico, durante el período de vida de los mismos y por lo general no existe continuidad de las actividades desarrolladas.

...Continuación Cuadro 13 Elementos y conceptos clave para el éxito de GPO y APPTA.

Conexión con el mercado alternativo (orgánico y solidario):	El vínculo con estos mercados ha sido fundamental para penetrar el mercado internacional.	Se tiene acceso tanto al mercado justo como orgánico. Aunque el contrato de exclusividad con OCP impidió que se aprovechara esta oportunidad en años anteriores.
Desarrollo de estrategias de mercadeo	Posicionamiento del producto sobresaliendo diferentes características, entre ellas conservación, justicia social y producción orgánica.	De acuerdo a administrativos de APPTA, el reciente cliente de banano para puré se consiguió precisamente en base a estos tres aspectos.
Esquema empresarial con integración vertical		Solo en banano para puré se ha realizado un convenio de integración vertical, con una procesadora y el cliente de Canadá.

Fuente: *Lasso y Ostertag s.f.

Uno de los aspectos fundamentales en una asociación es el rol que cumple el líder o líderes de la organización, cada uno de los representantes de APPTA tienen un rol estrictamente bien definidos, pero se observa que existen muy pocos espacios de retroalimentación y comunicación interna, aspecto que perjudica el buen funcionamiento de la organización y las relaciones con sus clientes o potenciales clientes y otras organizaciones.

Otro aspecto que afecta a la organización es el rápido crecimiento que ha tenido, afectando a la organización en diferentes aspectos:

- volumen de venta por productor Al incrementarse el número de productores más rápido que el volumen de venta, automáticamente se reduce el monto comprado por productor, reduciendo de esta forma su nivel de ingresos. En APPTA se desconoce a ciencia cierta cuántos productores trabajan de manera activa en la organización, aunque de acuerdo a registros totales se puede observar un incremento en el número de productores.
- propósito insatisfecho El principal objetivo de un productor al ingresar a una organización es poder vender sus productos, cuando la organización no puede satisfacer esta necesidad, desde el punto de vista del productor esta pierde su funcionalidad disminuyendo su deseo de participar dentro de ella y reduciendo lo que Lasso y Ostertag (s.f.) denominan "impulso de autogestión" y "sentimiento de propiedad".
- incremento de los costos de la organización Las asociaciones por lo general tienen escasos recursos económicos para realizar los controles internos (aspecto

fundamental en la certificación orgánica de los GPO), al tener una mayor cantidad de productores sus gastos en este tipo de control se incrementan. Este tipo de situaciones pueden llegar a generar lo que Ballester (2000) denomina "una des-economía de escala". En el caso de APPTA probablemente el crecimiento de los productores tan solo sea en registro y no de manera activa. Sin embargo, de todas formas los costos en certificación por ejemplo siguen contemplando a todos los productores que APPTA tiene registrados.

4.3.4 Productores de cacao y banano orgánico de Talamanca, Costa Rica

Los productores entrevistados tienen en promedio 47 años (± 14). El 49% de los entrevistados expresó su pertenencia a una familia nuclear (padre, madre e hijos), confirmando los hallazgos de Gómez (2001). Tienen un promedio de cinco hijos, de los cuales tres son menores de 15 años.

Las fincas indígenas incluyen cacao orgánico, áreas agrícolas en barbecho, banano orgánico, plátano, huertos caseros y potreros (Suárez 2001). La presencia de cacao, banano, plátano, maderables, frutales, palmas, etc. se encuentran en diferentes proporciones dentro del SAF multiestratificado de las fincas indígenas de Talamanca y favorece a la conservación de la biodiversidad (Guiracocha 2000). Las fincas tienen en promedio 13 ha ($\pm 19,6$), de las cuales 1,9 ha son de cacao, 1,6 ha de banano y 1 ha de plátano. Estos promedios de alguna manera se ven afectados por valores extremos, pues aproximadamente el 51 % de las fincas tienen entre 0 y 5 ha con un promedio de 3,2 ha (Anexo 20).

Los principales productos comercializados son el cacao, banano orgánico y plátano, aunque algunos productores como parte de sus estrategias de vida, perciben ingresos adicionales por:

- comercializar otro tipo de productos tales como frutales, ganado y artesanías pero en muy pocas cantidades y de manera esporádica
- realizar actividades terciarias (transporte, jornales y otros servicios) que por lo general tienen que ver con el plátano convencional, cacao y banano orgánico
- beneficios sociales (pensiones)

El período analizado en el presente estudio fue un año de baja productividad de cacao, obteniéndose beneficios negativos. Sin embargo, el banano orgánico también presentó

beneficios negativos, como efecto de una reducción en los precios en comparación con otros años y de la reducida cuota de venta que los productores entregan cada 15 días (Cuadro 14).

Cuadro 14 Análisis Financiero de los principales productos comercializados por los miembros de APPTA, Talamanca, Costa Rica (n=71, en colones) 2002.

	Banano	Cacao	Plátano	Otros Ingresos
Área promedio (ha)	1,6	1,9	1,0	
Ingreso promedio	75.870	7.108	228.062	24.920
(¢ ha ⁻¹ al año)	(±54.313)	(±6.137)	(±150.759)	(±26.996)
Costo promedio	77.859	49.773	66.741	
(¢ ha ⁻¹ al año)	(±57.309)	(±18.754)	(±113.660)	
Beneficio promedio	-1.989	-42.665	160.936	
(¢ ha ⁻¹ al año)	(±55.782)	(±12.617)	(±213.002)	

Nota: (±) Desviación Estándar

El jornal o "ratillo" como ellos lo denominan oscila entre 1.000 a 1500 ¢.

Estudios realizados por Agüero (1999) y otros publicados en el Boletín informativo de Alta Talamanca (1999) indican que el cacao orgánico estaba siendo subsidiado por otros productos. Agüero (1999) obtuvo un beneficio neto negativo de 29.944 ¢ ha⁻¹ para el período 1999.

Damiani (2001) indica que el cacao orgánico que venden los productores socios APPTA representa el 36,5% de sus ingresos en efectivo. Aunque se debe destacar que el periodo que analizó Damiani (2001) fueron datos del 2000, año en el cual hubo mayor producción de cacao orgánico y el precio pagado por cacao orgánico fresco era de 120 ¢ kg⁻¹.

Estimaciones realizadas en el presente estudio indican un beneficio positivo para el periodo analizado por Agüero (1999) y el 2000, mientras que en el 2001 se obtuvo un beneficio neto negativo, principalmente por la baja productividad que se obtuvo durante este periodo.

La diferencia obtenida por Agüero (1999) y el presente estudio para el año 1999 radica en el promedio de cacao orgánico vendido por productor que se utiliza en ambos estudios, en el caso de Agüero (1999), que obtuvo un promedio de 215 kg año⁻¹ mientras que en el presente estudio se obtuvo un promedio de 357 kg año⁻¹ en 1999 (Cuadro 15).

Cuadro 15 Comercialización de cacao orgánico en comunidades indígenas durante 1999 – 2001 con base en datos de los registros de APPTA (1999-2001).

Año	1999	2000	2001
Estimación propia de volumen total fresco (kg año ⁻¹)	243.317	494.458	80.260
Número de productores	682	655	885
Volumen promedio por productor (kg año ⁻¹)	357	755	91
Precio promedio (¢ año ⁻¹)	120	120	85
Ingreso promedio (¢ ha ⁻¹)	42.812	90.588	7.709
Costo total promedio (¢ ha ⁻¹)	31.866	34.337	36.636
Beneficio por productor (¢ ha ⁻¹)	10.946	56.251	-28.927

Fuente: Trabajo de campo y registros de APPTA.

En el caso del banano orgánico Agüero (1999) indica que los productores de la Reserva Indígena de Talamanca obtuvieron un beneficio neto de 298.126 ¢ ha⁻¹ durante 1999 y Damiani (2001) indica que el banano orgánico representaba el 25,3% de los ingresos en efectivo de los productores indígenas de Talamanca, durante el año 2000.

El presente estudio encontró beneficios negativo durante el periodo 1999 para este producto. La diferencia entre ambos estudios radica en los montos promedios comercializados por productor al año, mientras Agüero (1999) indica que el volumen promedio comercializado por los productores en 1999 era de 4.300 kg año⁻¹ (\pm 8.190) y un precio de 30 ¢ kg⁻¹, el presente estudio indica un promedio de 1.841 kg año⁻¹ para ese mismo periodo.

Pese a que el volumen total de banano orgánico comercializado por APPTA se ha incrementado y el número de productores de Alta Talamanca que registraron ventas de banano orgánico ha disminuido, aún se mantienen beneficios negativos en la comercialización de banano orgánico, por la reducción de precio que se dio en el 2001 y 2002 (Cuadro 16).

Cuadro 16 Comercialización de banano orgánico en comunidades indígenas durante 1999 – 2001 con base en datos de los registros de APPTA (1999-2001).

Año	1999	2000	2001
Volumen total fresco (kg año ⁻¹)	828.368	1.012.637	1.085.491
Número de productores	450	488	405
Volumen promedio por productor (kg año ⁻¹)	1.841	2.075	2.680
Precio promedio (¢ año ⁻¹)	25	31	27
Ingreso promedio (¢ ha ⁻¹)	46.020	64.020	72.366
Costo total promedio (¢ ha ⁻¹)	67.179	72.389	77.235
Beneficio por productor (¢ ha ⁻¹)	-21.159	-8.061	-4.869

Fuente: Trabajo de campo y registros de APPTA.

Los niveles de ingreso del cacao y banano orgánico dependen mucho del volumen comercializado y el precio de un determinado periodo. Los datos anteriormente mencionados muestran la fragilidad de la economía de estos pequeños productores, la cual es muy sensible a cambios mínimos del precio y volumen.

Un aspecto que se debe destacar es que los costos de producción estimados en el presente estudio contemplan mano de obra, depreciación de herramientas y costo en transporte (pagados por el productor). Sin embargo, no siempre la mano de obra representa una erogación monetaria y en el caso de la depreciación de herramientas ni siquiera es tomada en cuenta como un costo por los productores, pues mantienen por mucho tiempo la mayoría de ellas.

La falta de recursos económicos para poder pagar un peón hace que mantengan una forma de colaboración de trabajo tradicional, que con el tiempo ha ido modificándose. Es así que en la zona por lo general se realiza "El cambio de mano", "Chichada" y/o "trabajos en junta". Todas estas son actividades tradicionales de ayuda. En síntesis tienen el mismo objetivo y consiste en que un grupo de personas generalmente con vínculos consanguíneos se reúnen para colaborar en el trabajo de la finca, pasando posteriormente a trabajar en la finca de las demás personas que conforman el grupo. Cuando se trata de "Chichada", el dueño de la parcela invita el almuerzo y la tradicional "Chicha". Si se trata de "trabajo en junta", implica "Chichada sin "Chicha". El "cambio de mano" es la solicitud de la ayuda de una persona o grupo de personas, con la condición de devolver la ayuda en cuanto la otra u otras personas la requieran. De esta manera no existe una erogación monetaria. Montredon (2002) indica que las formas de trabajo

colectivo empleadas en la reserva indígena de Talamanca han ido modificándose tanto por influencias religiosas como económicas.

4.4 Reflexiones metodológicas

El presente estudio desarrolla una forma práctica de estimar el volumen del mercado de cacao y banano orgánico. Sin embargo, por falta de información fidedigna y actualizada no se pudo reducir el margen de error que se puede obtener al mezclar precios FOB y CIF para calcular el balance comercial de cacao y banano de los principales países importadores de estos dos productos. Se espera que al ser estos precios establecidos en los mismos países no se afecte el resultado de manera significativa.

El internet y páginas web han revolucionado la forma de comunicación e información a nivel mundial. Sin duda, poco a poco ambas serán una fuerte herramienta en la investigación de mercados y la comercialización. Las entrevistas realizadas vía correo electrónico tanto a empresas comercializadoras de cacao y banano orgánico, como a diferentes acreditadoras y certificadoras, dieron poco resultados. Por lo cual, es recomendable plantear una estrategia de comunicación para trabajos de investigación que pretendan utilizar el internet como herramienta, la cual es mejor si está acompañada de otra herramienta en forma paralela.

La certificación y sus regulaciones se encuentran en un periodo clave y de gran dinamismo, por lo cual es importante mantenerse informado de cambios que se puedan presentar en este aspecto. Muchos de los resultados presentados en el presente estudio nos ayudaran a entender el entorno y su funcionamiento, pero se debe tener presente las modificaciones que día con día se dan en esta materia.

El presente estudio presenta estimaciones financieras de los productores en diferentes períodos y para cada producto. Sin embargo, se debe destacar que muy pocos realizan una erogación monetaria para realizar las diferentes actividades de campo, manteniendo actividades de ayuda comunitaria para solucionar el problema de la falta de recursos económicos.

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Existe una clara tendencia de crecimiento del volumen de los mercados de cacao y banano orgánico, acompañada por una reducción del nivel de precios en ambos productos. Esta tendencia es más pronunciada en el caso del cacao orgánico.

El rápido crecimiento del mercado de cacao y, en menor escala el de banano orgánico se debe principalmente a la expansión de la producción orgánica en República Dominicana respaldada por un fuerte apoyo gubernamental. La creciente oferta de cacao y banano orgánico repercutirá en una disminución del sobreprecio de cacao y banano orgánico en comparación con los precios del cacao y banano convencional.

En la actualidad, la diferencia de precios entre el cacao orgánico, justo y convencional es mínimo, como efecto de las repercusiones de los conflictos sociales en Costa de Marfil en el mercado internacional de cacao. Sin embargo, la macrotendencia del precio de este producto permite anticipar, una vez solucionado el problema bélico de Costa de Marfil, precios menores del cacao convencional y, de igual manera, del cacao orgánico y justo.

La disminución del sobre precio en productos orgánicos puede llegar a poner en riesgo la sostenibilidad de la producción orgánica, al ser la diferencia de precio un aspecto fundamental para garantizar su funcionamiento y ofrecerles a los pequeños productores una perspectiva de mejor nivel de vida.

Actualmente tanto la certificadora internacional (ECOCERT) como la certificadora nacional (Eco LOGICA) permiten el acceso a los mismos mercados contemplados en el presente estudio. Sin embargo, otro mercado de interés es Suiza, para el cual ECOCERT les permitiría el ingreso. En términos de beneficio-costos, la mejor opción para las asociaciones es la certificación conjunta (Eco LOGICA - ECOCERT).

Uno de los aspectos más importantes de la certificación orgánica es que obliga a los pequeños productores a organizarse, tomar control de sus actividades, establecer una mayor interacción entre ellos y las asociaciones (dirigentes) y llevar mayor control de sus niveles de producción. De esta manera, la certificación orgánica constituye un motor para la creación de capital social en zonas rurales.

Los sistemas de acreditación determinan el acceso de los diferentes productos orgánicos a un determinado país. Solo certificadoras acreditadas por los grandes sistemas internacionales y regionales garantizan acceso a los mercados lucrativos. Los recientes cambios muestran el dinamismo en el mercado regulatorio correspondiente y pueden ser vistos como indicador de la creciente importancia de los respectivos mercados.

Existen otros sellos como la Denominación de Origen e Indicación Geográfica Protegida, además del orgánico y justo, que facilitan el acceso a otros nichos de mercados y permitirían diferenciar aún más el cacao y banano orgánico de Talamanca. Pero actualmente no cuentan con una regulación y reglamentación en Costa Rica. Además no existe evidencia de haber recibido un sobreprecio con los nuevos sellos; habrá que acompañar de cerca las tendencias futuras para determinar si o no constituirán una alternativa en la comercialización de los productos de Talamanca.

El mercado orgánico y justo no elimina la participación de intermediarios dentro del canal de comercialización. Sin embargo, el productor suele estar mejor informado en estos mercados, transformando la intermediación y creando una nueva institucionalidad en las interrelaciones entre intermediarios y productores, beneficiando al canal de comercialización en su conjunto.

APPTA ha crecido mucho en número de asociados. Esto con el fin de poder beneficiar a un mayor número de productores indígenas y de aglutinar mayores niveles de cacao y banano orgánico. Sin embargo, los niveles de venta de banano orgánico para puré no crecieron lo suficiente para comprar toda la producción a sus asociados, motivo por el cual APPTA no llena las expectativas de muchos productores. En la medida en que se debilite aún más el sentimiento de pertenecía por parte de los productores, APPTA será percibida como un comprador como cualquiera y algunos de los productores optarán por otras alternativas (otros compradores). Este aspecto pondría en riesgo lo que se ha avanzado en la creación de nuevas relaciones institucionales dentro de la zona.

La economía de los pequeños productores de Talamanca es muy frágil y sensible a cambios menores en los niveles de precio y volumen de los principales productos. Esta fragilidad también es efecto de la superficie limitada y falta de prácticas culturales que permitirían aumentar la producción.

5.2 RECOMENDACIONES

En el caso del cacao se recomienda que APPTA defina una estrategia de acción para los próximos años, tomando en cuenta los siguientes aspectos.

- Macrotendencias de precios decrecientes de cacao orgánico, justo y convencional, la que volverá a manifestarse una vez solucionado el conflicto en Costa de Marfil.
- Incremento de la oferta de cacao orgánico a nivel mundial, generando mayor competencia y presión en los precios en vista del crecimiento más lento de la demanda.
- la baja productividad de los cacaotales en la zona.
- Importancia cultural del cultivo.

La estrategia de APPTA debería enfocarse en alianzas estratégicas verticales para agregar valor al producto, por ejemplo en forma de manteca y lico, a través de alianzas estratégicas por ejemplo con la finca SINMAC.

En el caso del banano, la estrategia debe basarse en una evaluación profunda de los aspectos que encarecen producción, transporte y acopio en la Reserva. Al minimizar estos costos, la Asociación puede mejorar el precio de banano orgánico pagado al productor.

Las asociaciones deben llegar a un acuerdo con las procesadoras respecto al sistema de certificación que quieran ocupar. Posibles alianzas entre procesadores, certificadoras nacionales e internacionales podrían surgir como mejor alternativa. Intentando en conjunto encontrar alternativas que permitan contemplar aspectos económicos de las asociaciones, acceso a determinados mercados y la confianza de los clientes en un determinado sistema de certificación orgánica.

Los proyectos que se desarrollen en la zona deben contemplar todos los productos comerciales de la zona y determinar potenciales productos comerciales y la forma de cómo penetrar los respectivos mercados. Es aconsejable que se contemple la posibilidad de procesamiento de subproductos en la zona y así proporcionar mayores alternativas a los productores indígenas de la zona.

Siendo las asociaciones una forma de organización imprescindible para acceder al mercado internacional, es importante realizar mas estudios en cuanto aspectos institucionales al lo largo de la cadena y analizar como estas "reglas de juego" inciden en los costos de transacción definiendo indicadores que puedan ser fácilmente aplicados por otras organizaciones.

Un aporte interesante para las comunidades indígenas será la realización de estudios sobre el potencial del mercado local y nacional para productos ya elaborados de la zona, como por ejemplo el chocolate artesanal y su incidencia en los niveles de ingreso de las familias indígenas, así como los posibles canales de distribución.

6 LITERATURA CITADA

- Agüero V, A. 1999. Caracterización agroeconómica del sistema de producción agroboscosa en Talamanca. Tesis de Lic. Ing. Agr. Guácimo, CR. EARTH. 79 p.
- Alvarado, E. 2002. Volverían a pedir cacao: Un viejo inquilino. Pocos siguieron. La Nación, San José, CR, jul. 29:1 Economía.
- Amador, M. 2001. La producción orgánica en Centroamérica: Caracterización de la agricultura orgánica en Centroamérica. (en línea). COMUNICA no 17. Consultado 24 jul. 2002. Disponible en http://www.iica.int/comuniica/n_17/art.asp?art=6
- APPTA (Asociación de Pequeños Productores Talamanca). 1998. Acta de Asamblea de APPTA. Bribri, Talamanca, CR. 15 p.
- APPTA (Asociación de Pequeños Productores Talamanca). 1999. Base de datos de comercialización de cacao y banano orgánico. Bribri, Talamanca, CR. 1 disquet HD. 3 ½ pulgadas.
- APPTA (Asociación de Pequeños Productores Talamanca). 2000a. Base de datos de comercialización de cacao y banano orgánico. Bribri, Talamanca, CR. 1 disquet HD. 3 ½ pulgadas.
- APPTA (Asociación de Pequeños Productores Talamanca). 2000b. ¡Que es APPTA!. Bribri, Talamanca, CR. 28 p.
- APPTA (Asociación de Pequeños Productores Talamanca). 2001. Base de datos de comercialización de cacao y banano orgánico. Bribri, Talamanca, CR. 1 disquet HD. 3 ½ pulgadas.
- Arze, JC. 2001. El mercado internacional de productos orgánicos: La producción y el consumo mundial (en línea). COMUNIICA no 17. Consultado 24 jul. 2002. Disponible en http://www.iica.int/comuniica/n_17/art.asp?art=2
- ASERCA (Apoyo al Servicio a la Comercialización Agrícola). 2002. Mercado Internacional del cacao (en línea). MX. Consultado 13 dic. 2002. Disponible en <http://www.infoaserca.gov.mx>
- Baanante, J. 1992. Sistemas de registros de costos, producción e ingresos para el seguimiento a las parcelas de validación y demostración del proyecto de PROCACAO. San José, CR, IICA/PROCACAO/FUPAD. 32 p.
- Ballesteros, E. 2000. Economía de la empresa agraria y alimentaria. 2. ed. Madrid, Mundi-Prensa. 416 p.
- Barquero S, M. 2000. Banano: roncha por precio. La Nación, San José, CR. Consultado 4 oct. 2002. Disponible en: http://www.nacion.com/ln_ee/2000/octubre/10/economia/html
- Boletín Informativo de Alta Talamanca. 1999. Producción en Talamanca de plátano, banano y cacao. Ed. C Castro, no. 23: 2.

- Browne, AW; Harris, PJC; Hofny-Collins, AH; Pasiecznik, N; Wallace, RR. 2000. Organic production and ethical trade: definition, practice and links. Elsevier. 25:69-89.
- Calvo, M. 2001. Pretenden instalar planta procesadora de puré de banano y frutas orgánicas tropicales en Bribri de Talamanca. (en línea). Consultado 2 feb. 2002. San José, CR. Disponible en <http://www.infoagro.go.cr/noticias/Prensa.html>
- CCI (Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC). 1997. United States Market for Tropical Fruit Juices, Concentrates and Pulp/Puree. Ginebra, CH. CCI/ UNCTAD/OMC. 41 p.
- CCI (Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC). 1999. Alimentos y bebidas ecológicos: Oferta Mundial y principales mercados. Ginebra, CH. CCI/ UNCTAD/OMC. 367 p.
- CCI (Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC). 2001. Cacao: Guía de prácticas comerciales. Ginebra, CH. CCI/ UNCTAD/OMC. 188 p.
- CEDOPEX (Centro Dominicano de Promoción de Exportaciones). 2002. Exportaciones Nacionales de Productos Orgánicos por país. (en línea). Santo Domingo, DO. Consultado 14 oct. 2002. Disponible en <http://www.cedopex.gov.do>
- Chacón, D; Ochoa, E. 2001. La producción de cacao orgánico, una experiencia agroecológica de la Asociación de Pequeños Productores de Talamanca (APPTA). Eds. L Corrales; L Villela. San José, CR. PROARCA/Costas. 14p.
- Chacón, L. 1996. Feria Mundial de productos orgánicos: BIOfair revela nuevos mercados. (en línea) San José, CR. 11 mar 2001. Disponible en http://www.nacion.com/ln_ee/1996/noviembre/07/biofair.html
- Chambron, AC. 2001. Bananas: Straightening the bent world of the banana *In* EFTA Yearbook: Challenges of Fair Trade 2001-2003. (en línea) Bruselas, BE. EFTA. 21 jun. 2002. Disponible en: <http://www.eftafairtrade.org/yearbook.asp?TypeID=1>
- Corporación Colombiana Internacional / Observatorio de competitividad. 2002. Mercado Mundial de ecológicos con énfasis en Cacao, Panela, Banano y Frutas Promisorias. Bogotá, CO. 29 p.
- Commins, K. 2002. IFOAM Accreditation and the International Organic Accreditation Service *In* IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) Conference on organic guarantee systems. Nuremberg, DE. Eds. G Rungdgren; W Lockeretz. p. 29-33.
- Cussianovich, P. 2001. Una aproximación a la agricultura orgánica (en línea). COMUNIICA no 17. Consultado 24 jul. 2002. Disponible en http://www.iica.int/comuniica/n_17/art.asp?art=1
- Damiani, O. 2001. Organic agriculture in Costa Rica: The case of cacao and banana production in Talamanca. Draft report prepared for the Office of Evaluation and Studies of the International Fund for Agricultural Development. Rome. 30 p.

- Descamps, P. 2002. El banano orgánico: Más que un banano sano. (en línea). Consultado 10 oct. 2002. Disponible en: http://www.foroemaus.org/espanol/propuestas/o4_02.html
- Diario Oficial de las Comunidades Europeas. 2000. Lista de organismos o autoridades públicas encargadas de realizar los controles en virtud del artículo 15 del Reglamento /CEE) no 2092/91 del Consejo. (C 354/05). (en línea). Bruselas, BE. Consultado 1 oct. 2002. Disponible en <http://www.europa.eu.int/eur-lex/pri/es>
- Diario Oficial de las Comunidades Europeas. 2000. Reglamento (CE) No 548/2000 de la Comisión de 14 de marzo 2000 que modifica el Reglamento (CEE) no 94/92 por el que se establece las disposiciones de aplicación del régimen de importaciones de países terceros contemplados en el Reglamento (CEE) no 2092/91 del Consejo. (L 67/12). (en línea). Bruselas, BE. Consultado 1 oct. 2002. Disponible en <http://www.europa.eu.int/eur-lex/pri/es>
- ECOTOP-Asesorías en Desarrollo Rural y Agricultura Ecológica. 1996. Manual de garantía de calidad: La producción ecológica en organizaciones de pequeños productores agricultores. Naturland e. V, Graetelfing, DE.
- EFTA (European Fair Trade Association). 2001. Fair Trade in Europe 2001. NL. 84 p.
- Enriquez, GA. 1985. Curso sobre el cultivo de cacao. Turrialba, CR. CATIE. 240 p. (Serie Materiales de Enseñanza no. 22).
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación). 2001a. BANANO Nota Informativa. Roma, IT. 16 p.
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación). 2001b. Comité de problema de productos básicos: Grupo intergubernamental sobre el banano y las frutas tropicales. Estadísticas sobre el banano. San José, CR.---
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación). 2002a. FAOSTAT: Base de datos de comercialización de banano en los periodos de 1997 – 2001. (en línea). Roma, IT. Consultado 6 dic. 2002. Disponible <http://apps.fao.org/page/collections?subset=agriculture&language=ES>
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación). 2002b. FAOSTAT: Base de datos de comercialización de cacao en los periodos de 1997 – 2001. (en línea). FAO. Roma, IT. Consultado 6 dic. 2002. Disponible <http://apps.fao.org/page/collections?subset=agriculture&language=ES>
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación). 2002c. FAOSTAT: Base de datos de producción de banano en los periodos de 1997 – 2002. (en línea). FAO. Roma, IT. Consultado 4 feb. 2003. Disponible <http://apps.fao.org/page/collections?subset=agriculture&language=ES>
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación). 2002d. FAOSTAT: Base de datos de producción de cacao en los periodos de 1997 –

2002. (en línea). FAO. Roma, IT. Consultado 4 feb. 2003. Disponible <http://apps.fao.org/page/collections?subset=agriculture&language=ES>

FAO/CCI/CTA (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación/ Centro de Comercio Internacional UNCTAD-OMC / Centro Técnico para la Cooperación Agrícola y Rural). 2001. 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. Roma, IT. FAO/CCI/CTA. 334 p.

FLO (Fairtrade Labelling Organizations International). 1998. Criterios y condiciones para Cacao: Bajo sellos de FLO-International (Max Havelaar/Trans Fair/Fairtrade/Rättvisemärkt). Bonn, DE. 3 p.

FLO (Fairtrade Labelling Organizations International). 2001a. ¿Cómo funciona FLO? (en línea). Bonn, DE. Consultado 26 feb. 2002. Disponible en http://www.fairtrade.net/sp/como_funciona_flo.html

FLO (Fairtrade Labelling Organizations International). 2001b. Criterios y condiciones para Cacao: Bajo sellos de FLO-International (Max Havelaar/Trans Fair/Fairtrade/Rättvisemärkt). Bonn, DE. 3 p.

FLO (Fairtrade Labelling Organizations International). 2002. ¡Le llego la hora al cacao!: Las ventas del año 2001. Bonn, DE. No.6: 2 p.

Foppen, R. 2001. FLO y comercio, una alternativa funcional. *In* Intercambio sobre comercialización de productos orgánicos. (2001, San José, CR). San José, CR. Memoria UNED, CEDECO, COPROALDE. p. 9-12.

Foro Emaús. 1996. APPTA y ABACO: Dos experiencias de producción de banano y cacao orgánico en la zona de Talamanca. Talamanca, CR. 15 p.

Galinsky, B. 1998. Indian, Latin American Compete for Europe's Tropical Juice Market. (en línea). RAP (Asian Regional Agribusiness Project). Consultado 17 dic. 2002. Disponible <http://www.marketag.com/ma/news/archive/v35/juice.stm>

García, JE. 2002. Situación actual y perspectivas de la agricultura orgánica en y para Latinoamérica. (en línea). Turrialba, CR. Consultado 1 dic. 2002. Disponible http://www.lineaverde.edu.uy/informes/docs/doc_aaal.doc

Geilfus, F. 1997. 80 herramientas para el desarrollo participativo: diagnóstico, planificación monitoreo, evaluación. San Salvador, SV. IICA-GTZ. 208 p.

Gerencia Técnica de Agricultura y Registro en Agricultura Orgánica. 2003. Agencias inscritas en Costa Rica. (en línea). Consultado 10 jul. 2003. Disponible en: http://www.protenect.go.ac.cr/or_inscritos.htm#agencias

Gómez, VF. 2001. Análisis de selección de mejoras en producción sostenible y conservación de la biodiversidad en fincas indígenas de cacao en Talamanca, Tesis Mag. Sc. Turrialba, CR, CATIE. p. 3-7

- González B, G. 1985. Métodos Estadísticos y principios de diseño experimental. Quito, EC. 371 p.
- GTZ (Agencia de Cooperación Técnica, DE). 2001. Análisis de las posibilidades de la utilización de sistemas de certificación y etiquetado como opción para la promoción y etiquetado como opción para la promoción de la BIODIVERSIDAD. 28 p.
- Guerra E, G; Aguilar V, A. 1995. Guía de mercadeo para administración de agronegocios. UTEHA, Noriega Editores. MX. 105 p.
- Guiracocha, G. 2000. Conservación de la biodiversidad en los sistemas agroforestales cacaoteros y bananeros de Talamanca, Costa Rica. Tesis Mag. Sc. Turrialba, CR, CATIE. 128 p.
- IFOAM (International Organic Accreditation Services). 2002. List of IFOAM Accredited Certification Bodies. (en línea). Jamestown, US. Consultado 29 nov. 2002. Disponible en <http://www.ifoam.org>
- IFOAM (International Organic Accreditation Services). 2003. Invitation to Tender BIODIVERSITY STANDARDS. (en línea). Tholey-Theley, DE. Consultado el 28 de mar. 2003. Disponible en <http://www.ifoam.org>
- ICCO (International Cocoa Organization). 1998. Organic Cocoa Production. (en línea). Londres, UK. Consultado 1 feb 2002. Disponible en <http://www.icco.org/questions/organic.htm>
- IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, CR). 2001a. Aproximación de la oferta centroamericana de productos orgánicos y situación de sus mercados: Costa Rica. San José, CR. Eds. M Amador; J Arze; T Saravi. 65 p.
- IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, CR). 2001b. Aproximación de la oferta centroamericana de productos orgánicos y situación de sus mercados: Síntesis Regional. San José, CR. Eds. M Amador; P Cussianovich; T Saravi. 36 p.
- Jáen, R. 2001. Banano indígena sin mercado. (en línea). San José, CR. 11 mar 2001. Disponible en http://www.nacion.com/ln_ee/2001/marzo/11/0ais9.html
- Kaufman, J. 1998. U. S. Demand for Tropical Juices Remains High in the Face of Shortages (en línea). RAP (Asian Regional Agribusiness Project). Consultado 17 dic. 2002. Disponible <http://www.marketag.com/ma/news/1998/juices.stm>
- Kortbech-Olesen, R. 1998. La exportación de alimentos orgánicos. FORUM de comercio internacional. CCI/UNCTAD/OMC. jul.-set. 1998:4-9.
- Lasso, LP; Ostertag, CF. s.f. Análisis de factores claves de éxito de agroempresas rurales en la zona andina enfocadas hacia la exportación: Metodología y resultados. CIAT (Centro Internacional de Agricultura Tropical, CO) 12 p.
- Lohr, L. 2001. Factors Affecting International Demand and Trade in Organic Food Products. Georgia, US. University of Georgia. p. 67 – 79.

- Loza S, E. 2002. El mejor cacao del mundo. (en línea). San José, CR. 12 mar 2002. Disponible en <http://noticias.eluniversal.com/2002/03/12/12501AA.shtml>
- Lynch, D; Benegas, B; Villegas, F. 1995. Proyectos Comunales en el Cantón de Talamanca, Costa Rica: una estrategia de despegue hacia el desarrollo sostenible. In *Estrategias para el desarrollo sostenible: América Latina*. UK. Ed. A López Ornat., UICN. p 91-95.
- Maes, M; Trio, W. 2001. Cocoa reaches 27-years low. In *EFTA Yearbook: Challenges of Fair Trade 2001-2003*. (en línea) Bruselas, BE. EFTA. 21 jun. 2002. Disponible en: <http://www.eftafairtrade.org/yearbook.asp?TypeID=1>
- Mallet, P. 2002. Options for Accreditation: National and International Accreditation Systems In IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) Conference on organic guarantee systems. Nuremberg, DE. Eds. G Rungdgren; W Lockeretz. p. 34-37.
- Manubens, JL. 2000. Programa de Desarrollo Sostenible en Zonas de Frontera Agrícola en Centroamérica. Misión de Apoyo en Crédito Rural. Proyecto AMC/B7-5041/ALA/94/202. Informe final. PA, CCAD/AGRIFOR). 46 p.
- Mayurama, Y. s.f. Método de Exportación de Alimentos Orgánicos al Japón y Descripción General del Régimen de Certificación. JETRO. 19 p.
- Mendoza, R. 2000. The Hierarchical Legacy in Coffe Commodity Chains In *Rural Development in Central America: Markets, Livelihoods and Local Governance*. Eds. R Ruben; J Bastianensen. p. 58-76.
- MIDEPLAN (Ministerio de planificación nacional y política económica, CR); UNICEF (Fondo de las naciones unidas para la infancia, CR.) 1994. Talamanca: Una experiencia de desarrollo humano local en marcha. San José, CR. 20 p.
- Mikkelsen, B. 1997. *Methods for Development Work and Research. A Guide for Practitioners*. Ed. O Goyal. 3. ed. Nueva Deli, IN, Sage Publications. 269 p.
- MNS (Market News Service)/CCI (Centro de Comercio Internacional). 2001. *Bulck-Packed Fruit Juices: Europe*. (en línea). Genova, CH. Consultado 29 nov. 2002. Disponible en <http://www.intracen.org/mns>
- Montedron, S. 2002. Sistemas agroforestales de cacao y banano en las comunidades del valle y las colinas en la reserva indígena de Talamanca, Costa Rica. Tesina Mag. Sc. FR. 52 p.
- Morales, CS; Arango R, C. 1999. Globalización de la agricultura orgánica. *AGRONOMÍA*. 4(2):28-32.
- Murillo M, A. 2002. Lluvias arrasan platanales y dañan cacao: Indígenas pierden cultivos (en línea). *La nación*, San José, CR. Consultado 10 dic. 2002. Disponible en : http://www.nacion.com/In_ee/2002/diciembre/06/pais4.html

- NOP (National Organic Program). 2002. Accreditation Applicants. (en línea). Washington, US. Consultado 20 nov. 2002. Disponible en <http://www.ams.usda.gov/nop/certifyingAgents/AccreditationStatus.html>
- Orchard, J; Bainbridge, Z; Blowfield, M; Fereday, N; Malins, A. 1997. Potential for fair trade and organic bananas from the Caribben. Greenwich, UK. University of Greenwich. 42 p.
- Oyarzún, MT. 2002. Estudio sobre los principales tipos de sellos de calidad en alimentos a nivel mundial: Estado y perspectiva de los sellos de calidad en productores alimenticios de la agroindustria rural en América Latina. Santiago, CL. FAO. 92 p.
- Pons, JC. 2001. El marco conceptual de la certificación. (en línea). FR. Consultado 24 jul. 2002. Disponible en: <http://www.rlc.fao.org/foro/alimentos>
- Prendas, G. 2002. Productores dan más valor al banano orgánico: APPTA incrementó su venta de 100 mil a 150 mil toneladas para la elaboración de purés. La República, San José, CR, nov. 19: 8 Nacional.
- PUCMM/BANCO MUNDIAL. 1999. Resultados del proceso de concertación sobre prioridades del desarrollo nacional. (en línea). Santo Domingo, DO. Disponible en: <http://www.worldbank.org>
- Rainforest Alliance. 2002. Certified Farms : base de datos certified "Well managed" farms (en línea). San José, CR. Consultado 29 mayo. 2002. Disponible en <http://www.rainforest-alliance.org>
- Ramírez B, JM. 2002. Sembrar Cacao. La Nación, San José, CR, sep. 17: 7 Opinión.
- Ramírez, J. 2001a. Asociación de pequeños productores de bananos El Guabo. Fair Trade Labelling Organizations International. *In* Report of the Expert Meeting on socially and Environmentally Responsible Banana production And Trade 2001. San José, CR.
- Ramírez, J. 2001b. Fair Trade Labelling Organizations International. *In* Report of the Expert Meeting on socially and Environmentally Responsible Banana production And Trade 2001. San José, CR.
- Rice, PD. 1998. ¿Cómo impulsar el despegue?: Estudio de Factibilidad Asociación de Pequeños Productores de Talamanca (APPTA). California, US. 62 p.
- Robert, A. 2001. Posición del gobierno de Costa Rica ante el artículo "HIPP-Skandal DER BIO-SCHWINDEL" (Revista Max-Alemania). San José, CR. 3 p.
- Rundgren, G. 2002. History of Organic Certification and Regulation. *In* IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) Conference on organic guarantee systems. Eds. G Rungdgren; W Lockeretz. Nuremberg, DE. p. 5-7.

- Saborio, OG. y Delgado, HG. s.f. a. El papel de la certificación local: origen, actividades y proyecciones de una experiencia en Costa Rica: Eco-LOGICA, S.A. San José, CR. 4 p.
- Saborio, OG. y Delgado, HG. s.f. b. La certificación y la agricultura orgánica: respuestas a las preguntas más comunes. San José, CR. 15 p.
- Sauvé, E. 1998. El mercado global para el banano orgánico. *In* Producción de banano orgánico y/o ambientalmente amigable. 1998, Guácimo, CR. 1999. Producción de banano orgánico y/o ambientalmente amigable. Eds. FE Rosales; SC Tripon; J. Cerna. San José, CR, INIBAP, CIID, EARTH. p. 252-261.
- SIDCA 1997. Certificación Orgánica: memoria. Chiapas, México *In* Primer encuentro internacional de campesino a campesino sobre certificación orgánica y mercados alternativos de café (1997, Chiapas, México) (en línea). Chiapas, MX. Consultado 11 de jun. 2002. Disponible en <http://www.laneta.apc.org/mexsursur/memoria/memcma2.htm>
- Solano S, E. 2001. El Estudio de los grupos étnicos a través del IX censo nacional de población y vivienda, 2000: Población Indígena. (en línea) San José, CR. Consultado 10 ago. 2002. Disponible en <http://www.inec.go.cr>
- Somarriba, E; Stoian, D; Zelada, E; Palencia G. 2002. Modernización de la Cacaocultura Orgánica del Alto Beni. Turrialba, CR. CATIE, CICAD/OEA, VIMDESALT. 68 p.
- Soto, G. 1998 Normativa nacional e internacional para la producción orgánica y, o ambientalmente amigable de banano. *In* Producción de banano orgánico y/o ambientalmente amigable (1998 Guácimo, CR). 1999. Eds. FE Rosales; SC Tripon; J Cerna. San José, CR, INIBAP, CIID, EARTH. p. 24-39.
- Soto, G. 2001a. Certificación de productos orgánicos: La garantía necesaria para incorporarse al mercado internacional (en línea). COMUNIICA no 17. Consultado 24 jul. 2002. Disponible en http://www.iica.int/comuniica/n_17/art.asp?art=5
- Soto, G. 2001b. Organic certification in Central America. The Organic Standard no. 4:7-11.
- Suárez I, A. 2002. Producción sostenible de Madera de Laurel en cacaotales y banales indígenas de Talamanca, Costa Rica. Tesis Mag. Sc. Turrialba, CR. CATIE. 74 p.
- The Organic Standard 2001. What cost is organic certification?. The Organic Standard no. 7:7-12
- Tissari, J. 2001. La certificación: Los mercados contribuyen a la ordenación forestal en el mundo. FORUM de comercio internacional. CCI/UNCTAD/OMC. 2: 27.
- Trujillo, L. 2002. Plantas útiles de las fincas cacaoteras Bribri y Cabécar del territorio indígena de Talamanca, Costa Rica. Tesis Mag. Sc. Turrialba, CR, CATIE. 128 p.
- Valdés, H. 2001. El contexto actual del comercio justo y solidario en el mundo *In* Comercio Justo y Solidario: Su papel en la integración de América Latina (2001, San José, CR). San José, CR. Memoria CEDECO. p. 26-30.

- Villalobos, V; Borge, C. 1995. Talamanca en la encrucijada. 1. ed. San José, CR. EUNED. 140 p.
- Villegas S, J. 2002. Talamanca galardonada por PNUD. (en línea) San José, CR. 11 nov 2002. Disponible en http://www.nacion.co.cr/ln_ee/2002/octubre/18/pais14.html
- Willer, H; Yussefi, M. 2001. Organic Agriculture Worldwide 2001. Statistic and Future Prospects (en línea). DE. Consultado 12 de Enero 2002. Disponible en http://www.soel.de/inhalte/publikationen/s_74_03.pdf
- Wille, C; Lecaro, JJ. 1999. La certificación: un paso hacia la sosteibilidad y la competitividad. Agroforesteria de las Américas. 6(22):20-22 p.
- Zelada, E. 2001. Certificación de la producción orgánica: los pasos a seguir. Agroforestería en las Américas 8(32): 42-50.

ANEXOS

ANEXO 1 Principales países productores de cacao en grano y sus respectivas tasas de crecimiento (1997-2001).

Países	1997	1998	1999	2000	2001	Promedio de producción en t	% de participación de la producción mundial (2001)	Tasa de crecimiento (1997-2001)
Costa de Marfil	1.119.110	1.201.000	1.306.150	1.395.980	1.200.000	1.244.448	39,0	1,4
Indonesia	329.700	430.800	442.700	465.700	340.000	401.780	12,6	0,6
Ghana	322.490	409.360	397.700	436.600	410.000	395.230	12,4	4,9
Nigeria	318.000	370.000	225.000	338.000	338.000	317.800	10,0	1,2
Brasil	277.966	280.801	204.762	192.949	184.275	228.151	7,2	-7,9
Camerún	126.807	125.000	116.000	122.600	115.000	121.081	3,8	-1,9
Ecuador	83.385	35.006	94.687	99.875	106.714	83.933	2,6	5,1
Malasia	106.027	90.183	83.600	70.200	58.000	81.602	2,6	-11,4
Colombia	50.317	50.685	51.485	44.544	43.694	48.145	1,5	-2,8
República Dom.	58.281	67.684	25.855	37.104	44.906	46.766	1,5	-5,1
México	45.917	43.968	41.055	28.046	46.738	41.145	1,3	0,4
Papua N. Gui	40.000	29.200	35.600	46.800	42.500	38.820	1,2	1,2
Perú	19.504	22.134	20.964	25.049	23.705	22.271	0,7	4,0
Mundo	3.015.178	3.283.279	3.157.929	3.413.940	3.065.511	3.187.167		0,3

Elaboración propia basado en datos de la FAO

ANEXO 2 Principales países importadores de cacao en grano y sus respectivas tasa de crecimiento (1997-2001).

Países	1997	1998	1999	2000	2001	Promedio de Importaciones en t	% de participación de las import. Mundiales (2001)	Tasa de crecimiento (1997-2001)
Alemania	320.422	289.486	212.271	251.297	212.137	257.123	11,3	-7,9
Bélgica	74.806	87.286	44.249	105.414	95.523	81.456	3,6	5,0
Canadá	38.915	48.244	46.890	50.483	59.912	48.889	2,2	9,0
España	53.740	58.363	52.388	53.021	48.059	53.114	2,3	-2,2
EEUU	342.224	423.844	467.210	471.181	434.105	427.713	18,8	4,9
Estonia	69.917	64.867	48.668	61.990	60.794	61.247	2,7	-2,8
Fed. Rusia	61.158	48.570	49.659	71.958	63.279	58.925	2,6	0,7
Francia	110.221	105.834	138.888	149.490	162.295	133.346	5,9	8,0
Italia	70.101	70.713	71.112	78.921	73.898	72.949	3,2	1,1
Japón	49.339	43.325	46.902	49.397	49.065	47.606	2,1	-0,1
Malasia	34.000	57.187	59.061	100.707	139.440	78.079	3,4	32,6
Países Bajos	285.023	337.522	539.283	494.735	567.998	444.912	19,6	14,8
Reino Unido	164.869	198.495	236.370	134.828	148.279	176.568	7,8	-2,1

Mundo

Elaboración propia basado en datos de la FAO

ANEXO 3 Principales países exportadores de cacao en grano y sus respectivas tasas de crecimiento (1997-2001).

Países	1997	1998	1999	2000	2001	Promedio de Exportaciones en t	% de participación de las exportaciones mundiales (2001)	Tasa de crecimiento (1997-2001)
Costa de Marfil	992.940	895.429	1.113.177	1.113.476	1.008.860	1.024.776,4	44,77	0,3
Indonesia	219.782	278.146	333.695	333.619	302.670	293.582,4	12,83	6,6
Ghana	235.648	292.838	280.914	360.250	219.182	277.766,4	12,13	-1,4
Nigeria	140.000	128.065	196.377	139.000	175.272	155.742,8	6,80	4,6
Camerún	92.635	95.890	104.402	77.381	109.796	96.020,8	4,19	3,5
Países Bajos	54.338	37.288	93.073	106.330	102.670	78.739,8	3,44	13,6
Estonia	57.879	58.721	46.048	60.782	58.539	56.393,8	2,46	0,2
Ecuador	42.300	12.135	63.600	49.047	55.420	44.500,4	1,94	5,6
República Dom.	45.354	53.441	20.009	30.324	39.710	37.767,6	1,65	-2,6
Bélgica-Lux	20.938	40.229	17.871	55.225	42.303	35.313,2	1,54	15,1
Papua N. Gui	38.600	26.100	29.000	38.000	36.500	33.640,0	1,47	-1,1
Singapur	28.997	23.987	24.777	33.524	9.302	24.117,4	1,05	-20,3
Malasia	36.000	16.136	25.469	11.408	16.284	21.059,4	0,92	-14,7
Mundo	2.153.076	2.091.545	2.440.536	2.502.946	2.257.348	2.289.090		1,0

Elaboración propia basado en datos de la FAO

ANEXO 4 Principales países productores de banano fruta fresca y su respectiva tasa de crecimiento (1997-2001).

Países	1997	1998	1999	2000	2001	Promedio de producción en t	% de participación de la producción mundial (2001)	Tasa de crecimiento (1997-2001)
India	12.642.000	12.425.000	15.100.000	16.000.000	16.000.000	14.433.400	22,83	4,8
Ecuador	7.494.119	5.463.442	6.392.022	6.477.039	7.561.119	6.677.548	10,56	0,2
Brasil	5.412.360	5.322.200	5.527.780	6.079.160	5.959.320	5.660.164	8,95	1,9
China	3.096.736	3.733.814	4.406.775	5.139.909	5.476.724	4.370.792	6,91	12,1
Filipinas	3.773.800	3.492.600	4.570.651	4.929.570	5.060.782	4.365.481	6,90	6,0
Indonesia	3.057.080	3.176.750	3.375.851	3.746.962	3.600.000	3.391.329	5,36	3,3
Costa Rica	2.300.000	2.500.000	2.420.000	2.250.000	2.130.000	2.320.000	3,67	-1,5
México	1.714.457	1.525.836	1.738.007	1.863.252	1.982.850	1.764.880	2,79	3,0
Tailandia	1.700.000	1.720.000	1.720.000	1.750.000	1.750.000	1.728.000	2,73	0,6
Colombia	1.607.210	1.516.640	1.649.670	1.651.110	1.375.315	1.559.989	2,47	-3,1
Burundi	1.542.640	1.399.143	1.511.370	1.513.997	1.548.897	1.503.209	2,38	0,1
Viet Nam	1.316.100	1.315.190	1.288.400	1.124.800	1.125.500	1.233.998	1,95	-3,1
Venezuela	1.122.693	812.921	788.332	736.635	1.050.000	902.116	1,43	-1,3
Mundo	59.732.434	57.383.866	63.633.710	66.913.006	68.487.734	63.230.150		2,8

Elaboración propia basado en datos de la FAO

ANEXO 5 Principales países importadores de banano fruta fresca y su respectiva tasa de crecimiento (1997-2001).

Países	1997	1998	1999	2000	2001	Promedio de importación en t	% de participación de la import. mundial (2001)	Tasa de crecimiento (1997-2001)
EEUU	3.772.694	3.913.314	4.295.291	4.030.636	3.840.605	3.970.508	28,6	0,4
Alemania	1.113.889	987.354	994.332	1.114.505	1.064.946	1.055.005	7,6	-0,9
Bélgica-Lux	1.050.288	1.000.488	963.493	1.027.273	982.081	1.004.725	7,2	-1,3
Japón	885.140	864.854	983.204	1.078.655	990.553	960.481	6,9	2,3
Reino Unido	634.285	755.098	730.478	742.933	736.491	719.857	5,2	3,0
Italia	515.345	524.852	601.980	604.774	569.771	563.344	4,1	2,0
Fed Rusia	660.681	477.114	377.888	502.952	612.211	526.169	3,8	-1,5
China	547.042	539.133	431.737	593.533	413.965	505.082	3,6	-5,4
Canadá	417.597	416.436	419.474	398.616	405.460	411.517	3,0	-0,6
Francia	334.268	310.228	333.387	340.676	366.272	336.966	2,4	1,8
Polonia	269.550	301.721	347.633	285.129	270.248	294.856	2,1	0,1
Argentina	251.856	242.972	293.854	339.963	330.072	291.743	2,1	5,6
Suecia	158.868	175.202	185.403	186.500	182.248	177.644	1,3	2,8
Mundo	13.559.137	13.253.165	14.011.565	14.420.683	14.212.621	13.891.434		0,9

Elaboración propia basado en datos de la FAO

ANEXO 6 Principales países exportadores de banano fruta fresca y su respectiva tasa de crecimiento (1997-2001).

Países	1997	1998	1999	2000	2001	Promedio de exportación en t	% de participación de la exportación mundial (2001)	Tasa de crecimiento (1997-2001)
Ecuador	4.462.099	3.889.217	3.966.126	3.993.968	3.533.601	3.969.002	27,7	-4,6
Costa Rica	2.025.549	2.288.497	2.259.126	2.096.465	1.959.272	2.125.782	14,9	-0,7
Colombia	1.586.029	1.508.487	1.584.000	1.710.949	1.485.471	1.574.987	11,0	-1,3
Filipinas	1.143.336	1.149.552	1.319.632	1.599.920	2.129.309	1.468.350	10,3	13,2
Bélgica-Lux	808.092	837.966	985.141	966.640	971.494	913.867	6,4	3,8
Guatemala	659.392	794.240	623.583	801.514	873.829	750.512	5,2	5,8
Panamá	608.208	462.415	593.364	489.284	426.081	515.870	3,6	-6,9
EEUU	418.823	416.520	418.813	400.188	406.968	412.262	2,9	-0,6
Honduras	488.671	467.281	112.678	374.964	431.830	375.085	2,6	-2,4
Francia	249.325	250.205	250.024	241.679	198.975	238.042	1,7	-4,4
Costa de Marfil	200.616	206.060	241.580	243.032	226.661	223.590	1,6	2,5
Camerún	179.698	134.000	165.000	238.170	254.102	194.194	1,4	7,2
México	240.230	244.992	174.131	81.044	65.182	161.116	1,1	-23,0
Mundo	14.514.181	14.062.829	14.209.808	14.495.923	14.242.321	14.305.012		-0,4

Elaboración propia basado en datos de la FAO

ANEXO 7

Turrialba, May 16, 2002

Dear Madam or Sir,

Through the present letter I would like to ask for your cooperation. I am Verónica Hinojosa, M.Sc. student of Environmental Socioeconomics at the Tropical Agricultural Research and Higher Education Center (CATIE) in Turrialba, Costa Rica. Presently I am carrying out the field work for my M.Sc. thesis titled "Commercialization and certification of organic cocoa and banana from indigenous communities in Talamanca, Costa Rica".

CATIE is a nonprofit international organization whose mission is to contribute to the improvement of sustainable livelihoods through applied scientific research, graduate teaching and the promotion of sustainable use and conservation of natural resources (for more detailed information, see <http://www.catie.ac.cr/catie>).

Within the framework of CATIE's project "Organic Cocoa and Biodiversity in the Indigenous Communities of Talamanca, Costa Rica" I am attached to the component "Marketing and Certification". My thesis aims at evaluating different certification options and related marketing channels in order to increase the benefit capturing in the organic cocoa and banana trade by the native communities of the Talamanca region.

The farmers' Association (APPTA) we are working with is certified by Eco-LOGICA, which is accredited by Oregon Tilth Certified Organic (OTCO), ECOCERT and FLO. APPTA has a production capacity of around 100 TM per year and in 2000 received a quality award by ICAN, Italy. In this year, APPTA has not yet identified a buyer for its produce. At present, we are searching for prospective buyers and would like to know if you would be interested. If so, please let us know what are your quality and processing requirements, which certifier you are working with, and what price you could approximately offer.

I appreciate your attention and will be happy to send you any information you require about the work of the project or my thesis.

Yours sincerely,

Verónica R. Hinojosa
CATIE Student

Survey

1. In which country is your headquarters? _____
2. What kind of enterprises is? (Please check)

Importers and exporters _____

Processor _____

Manufacturer _____

Other(specify) _____

3. Which product do you process or sell (please check the product you buy or sell with B or S)

Cacao _____

Banana _____

Cacao Liquor _____

Banana Dried _____

Cacao Butter _____

Banana Pure _____

Other (specify) _____

4. From who do you buy these products? (Which country and organization)
5. When did you start to sell organic and/or fair trade products? (year)
6. How much cacao and/or banana did you buy in 2001 and 2002? (t)
7. Could you tell me volumen of sales (US\$ per year) of each products of (cacao and banano)?
8. How much total organic sales did you have in 2001?
9. What kind of certification do you have?
10. Would you be interesting in buy cacao or/and banano from Talamanca-Costa Rica? (How much? and how many are you available to paid)
11. How did you put the price of the organics products (cacao and banana)?
12. Average price per month in 2001-2002 of banana puree, dried banana and frozen banana (organic and no-organic).
13. Which is the perspective of organic market growth? (%)
14. Which specification of quality of banana puree, dried banana, frozen banana, cacao, butter cacao and liquor cacao do you used?.

I appreciate so much your attention, time and help.

Sincerely,

Verónica R. Hinojosa

CATIE Student

ANEXO 8

Turrialba, June 2, 2002

Dear Madam or Sir,

Through the present letter I would like to ask for your cooperation. I am Verónica Hinojosa, M.Sc. student of Environmental Socio-economics at the Tropical Agricultural Research and Higher Education Center (CATIE) in Turrialba, Costa Rica. Presently I am carrying out the field work for my M.Sc. thesis titled "Commercialization and certification of organic cocoa and banana from indigenous communities in Talamanca, Costa Rica".

CATIE is a nonprofit international organization whose mission is to contribute to the improvement of sustainable livelihoods through applied scientific research, graduate teaching and the promotion of sustainable use and conservation of natural resources (for more detailed information, see <http://www.catie.ac.cr/catie>).

Within the framework of CATIE's project "Organic Cocoa and Biodiversity in the Indigenous Communities of Talamanca, Costa Rica" I am attached to the component "Marketing and Certification". My thesis aims at evaluating different certification options and related marketing channels in order to increase the benefit capturing in the organic cocoa and banana trade by the native communities of the Talamanca region.

In this context, I would like to know:

1. When organization started their activities?
2. Which organization accredited yours, and if you are recognized by other certifiers in the USDA (EEUU), Europe or JAS (Japan); or by some governments in Europe?
3. Do you have any agreement or recognize other certifiers?
4. What kind of certification you provide, whether it be organic and/or related to fair trade?
5. How many farms and/or hectares have you certified?
6. How has increased the certification during the last five years in your organization?
7. What are the costs to obtain the certification?

Any information pertaining to organic cocoa and/or banana you could provide me with, would be of great help to our project. I appreciate your attention and will be happy to send you any information you require about the work of the project or my thesis.

Yours sincerely,

Verónica R. Hinojosa
CATIE Student

ANEXO 9

Turrialba, May 16, 2002

Dear Madam or Sir,

Through the present letter I would like to ask for your cooperation. I am Verónica Hinojosa, M.Sc. student of Environmental Socioeconomics at the Tropical Agricultural Research and Higher Education Center (CATIE) in Turrialba, Costa Rica. Presently I am carrying out the field work for my M.Sc. thesis titled "Commercialization and certification of organic cocoa and banana from indigenous communities in Talamanca, Costa Rica".

CATIE is a nonprofit international organization whose mission is to contribute to the improvement of sustainable livelihoods through applied scientific research, graduate teaching and the promotion of sustainable use and conservation of natural resources (for more detailed information, see <http://www.catie.ac.cr/catie>).

Within the framework of CATIE's project "Organic Cocoa and Biodiversity in the Indigenous Communities of Talamanca, Costa Rica" I am attached to the component "Marketing and Certification". My thesis aims at evaluating different certification options and related marketing channels in order to increase the benefit capturing in the organic cocoa and banana trade by the native communities of the Talamanca region.

At present, the farmers' Association (APPTA) is certified by Eco-LOGICA, which is accredited by the US-based Oregon Tilth Certified Organic (OTCO) for the market in the United States and by ECOCERT for that in Europe. According to representatives of APPTA, they consider to have access to the fair trade market as they are certified by FLO. Since I am not so sure about this situation, I would like to know if access to fair trade is possible through FLO certification and, if so, the costs, procedures and requirements involved. I would also like to know if FLO could recognize the certification by Eco-LOGICA or the certification of any other organization, like IMO, ECOCERT, etc.

Any information pertaining to organic cocoa and/or banana certification within the fair trade framework you could provide me with, would be of great help to our project. I appreciate your attention and will be happy to send you any information you require about the work of the project or my thesis.

Yours sincerely,

Verónica R. Hinojosa
CATIE Student

ANEXO 10

Entrevista

Mi nombre es Verónica Hinojosa, estudiante de maestría del Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE) en Turrialba, Costa Rica. Actualmente me encuentro en la etapa final de mi trabajo de tesis titulada "Comercialización y certificación de cacao y banana orgánica".

Por lo cual me gustaría contar con su colaboración respondiéndome algunas preguntas y enviarlas por fax o por e-mail.

- 1 Nombre de la empresa _____
- 2 ¿Cuánto tiempo tienen de funcionamiento? _____
- 3 ¿Hace cuánto tiempo trabajan con cacao orgánico? _____
- 4 ¿Por qué empezaron a trabajar con cacao orgánico? _____
- 5 ¿A quienes compran el cacao convencional y orgánico?
Convencional _____
Orgánico _____
- 6 Si no compra a nivel nacional el orgánico, alguna vez lo hizo? _____
- 7 ¿En qué zonas se produce cacao orgánico en Costa Rica? _____
- 8 ¿Cuánto de cacao en grano orgánico compraron el 2000, 2001 y 2002?

Año	2000	2001	2002
Cacao convencional (t)			
Precio US\$/t			
Cacao orgánico (t)			
Precio US\$/t			

- 9 ¿Ustedes que subproductos obtienen? _____
- 10 ¿Cuántas t de cacao en grano para 1 t de licor y manteca?

- 11 ¿Cuál es el destino de su producción convencional y su producción Orgánica?
Convencional _____
Orgánica _____
- 12 ¿Cuál es el precio US\$/t de la manteca y licor convencional y Orgánica?
Convencional _____
Orgánica _____
- 13 ¿Por qué eligió la certificadora actual con la que trabaja?

- 14 ¿Cuales son los principales problemas que tienen las zonas productoras de cacao orgánico en el país?

- 15 alguna recomendación para ellos _____

¡Gracias por su gentileza!

Atentamente,
Verónica R. Hinojosa S.
Fax (506) 556-1533
Email: hinojosa@catie.ac.cr

ANEXO 11

Entrevista

Mi nombre es Verónica Hinojosa, estudiante de maestría del Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE) en Turrialba, Costa Rica. Actualmente me encuentro en la etapa final de mi trabajo de tesis titulada "Comercialización y certificación de cacao y banano orgánico".

Por lo cual me gustaría contar con su colaboración respondiéndome algunas preguntas y enviarlas por fax o por e-mail.

- 16 ¿Trabajan con banano orgánico y convencional? _____
17 ¿Cuándo empezaron a trabajar con banano orgánico? _____
18 ¿A quienes compran el banano convencional y orgánico?
Convencional _____
Orgánico _____
19 ¿Cuánto de banana compraron el 2000, 2001 y 2002?

Año	2000	2001	2002
Banana orgánica (t)			
Precio promedio de banana orgánica pagada al productor por (¢/kg)			
Banana convencional (t)			
Precio promedio de banana pagada al productor por (¢/kg)			

- 20 ¿Ustedes procesan el banano orgánico? _____
21 ¿Cuántas t de banana se necesitan para 1 t de puré de banano?

- 22 ¿Cuál es el destino de su producto? (convencional y orgánico)

- 23 Si su destino es el mercado nacional ¿Cuál son los siguientes precios en (\$us/t) convencional y orgánico?
Precio de fábrica _____
Precio al por mayor _____
Precio al por menor _____
- 24 Si su destino es el mercado internacional ¿Cuál son los siguientes precios en (\$us/t) convencional y orgánico?
Precio de fábrica _____
Precio de importación (país destino) _____
Precio al por mayor _____
Precio al por menor _____
- 25 ¿Cómo determinan el precio del banano orgánico?

- 26 ¿Cuales son los principales problemas que tienen con sus abastecedores de banano para puré? _____
- 27 Alguna recomendación para ellos _____

¡Gracias por su gentileza!

Atentamente,
Verónica R. Hinojosa S.
Fax (506) 556-1533
Email: hinojosa@catie.ac.cr

ANEXO 12

**CENTRO AGRONÓMICO TROPICAL DE INVESTIGACIÓN Y ENSEÑANZA
(CATIE)**

Entrevista a representantes de las Asociaciones

Mi nombre es Verónica Hinojosa, estudiante de maestría del Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE) en Turrialba, Costa Rica. Actualmente me encuentro en la etapa final de mi trabajo de tesis titulada "Comercialización y certificación de cacao y banano orgánico".

Por lo cual me gustaría contar con su colaboración respondiéndome algunas preguntas:

- 1 Nombre completo de Asociación? _____
- 2 Fecha de creación _____
- 3 Número de productores al momento de su creación _____
- 4 Número de productores en este momento _____
- 5 Aspectos que considere importante para elegir una certificadora

6 ¿Qué certificadoras utilizan y cual es el costo de cada una de ellas?

7 ¿Cuál es el costo total del control interno?

8 ¿Cuál es el porcentaje de la certificación y control interno según costos?

9 ¿Qué certificadora elegiría la nacional, la internacional o mantendría ambas?

10 ¿Cuál es el volumen anual de los productos que vende

	1999	2000	2001	2002
Banano (para puré)	_____	_____	_____	_____
Banano (fruta fresca)	_____	_____	_____	_____
Cacao	_____	_____	_____	_____
Otros	_____	_____	_____	_____
Otros	_____	_____	_____	_____

11 ¿Cuál es el precio pagado a las asociaciones por producto y precio pagado al productor?

	1999	2000	2001	2002
Banano (para puré)	_____	_____	_____	_____
Banano (fruta fresca)	_____	_____	_____	_____
Cacao	_____	_____	_____	_____
Otros	_____	_____	_____	_____
Otros	_____	_____	_____	_____

12 ¿Cuáles son las perspectivas de la situación del mercado y del precio

ANEXO 13

**CENTRO AGRONÓMICO TROPICAL DE INVESTIGACIÓN Y
ENSEÑANZA
(CATIE)**

Entrevista semi estructurada a los productores

Temas a tocar en la entrevista:

1. Información General
2. Comercialización y costo de producción
 - a) Comercialización
 - b) Costos de mano de obra
 - c) Costos de insumos, materiales y herramientas
 - d) Costo de transporte
3. Prácticas de poscosecha
4. Aspectos institucionales

Primera parte

Información general

1. Número de encuesta: _____
2. Nombre del productor: _____ Edad _____ Años de Est. _____
3. Estado civil _____ Nombre Esposa(o) _____ Edad _____ Años de Est. _____
4. Lugar de Nacimiento del encuestado _____
5. Lugar de Nacimiento del esposa(o) _____
6. Comunidad de la encuesta _____
7. ¿Otras fuentes de ingreso adicionales a la finca y de cuánto? _____
8. Gastos Mensuales de la unidad familiar _____
9. ¿Composición de la flia? _____
Número de personas que viven en casa _____
10. ¿Cuántos hijos tiene _____, que edades, sexo, viven con usted, van al colegio y/o ayudan o trabajan?

Sexo	Años	Viven en casa	Colegio Ayuda/trabaja	Aportan. Eco.
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____

11. ¿Cuántas hectáreas tiene? _____
12. ¿Donde están ubicadas su o sus fincas? _____
13. ¿Tienen títulos de las tierras? _____
14. ¿A qué distancia de la casa se encuentran las parcelas de cacao y banano respectivamente?

Cacao _____ Banano _____ Otro _____

15. ¿Qué cultivos tienen para el autoconsumo y cuanto?

Producto	Hectáreas	Producto	Hectáreas
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

16. ¿Qué tipo de animales tiene y cuantos

Tipo de animal	Si/No	Cantidad	Uso
Gallinas	_____	_____	_____
Patos	_____	_____	_____
Cerdos	_____	_____	_____
Vacas	_____	_____	_____
Caballos	_____	_____	_____

Segunda Parte

a) Comercialización

- 17. ¿Qué productos vende?
- 18. ¿Cuántas hectáreas tiene de cada producto?
- 19. ¿Cuánto vende y cada cuanto?
- 20. ¿A cuánto vende?

Producto	Ha	Cant. que vende y cda cuanto	Potencial	Precio de venta
Cacao 2000	_____	_____	_____	_____
Cacao 2001	_____	_____	_____	_____
Banano	_____	_____	_____	_____
Plátano	_____	_____	_____	_____

21. ¿A quienes vende? ¿A quien entrega y donde lo deja?

Cacao _____
 Banano _____
 Plátano _____

22. ¿Por qué no vende a otro comprador en el caso del banano? _____

23. ¿Cómo y quien le paga (cheque, al contado, pago adelantado, pago posterior)?

Cacao _____
 Banano _____
 Plátano _____

Segunda Parte

b) Costos de Mano de obra

- 24. ¿Cuántas veces al año realiza las actividades? _____
- 25. ¿Contrata o tiene algún tipo de arreglo para trabajar con sus vecinos? _____
- 26. ¿Cómo paga por el trabajo realizado? _____
- 27. ¿Cuánto tiempo ocupa por actividad? _____
- 28. ¿Cuántas personas realizan cada actividad? _____
- 29. ¿Cuánto paga el jornal con comida y sin comida? _____

CACAO

Actividades	Veces al año / tiempo que ocupa	Forma de contrato / # de personas	Forma y monto de pago
Chapeado	_____	_____	_____
Rodajeado	_____	_____	_____
Deschuponado	_____	_____	_____
Control de Monilia	_____	_____	_____
Poda	_____	_____	_____
Cortas/Cosechas	_____	_____	_____

BANANO

Actividades	Veces al año / tiempo que ocupa	Forma de contrato / # de personas	Forma y monto de pago
Chapeado	_____	_____	_____
Deshije	_____	_____	_____
Deshoje	_____	_____	_____
Control de Enf.	_____	_____	_____
Corta/Cosecha	_____	_____	_____

PLÁTANO

Actividades	Veces al año / tiempo que ocupa	Forma de contrato / # de personas	Forma y monto de pago
Chapeado	_____	_____	_____
Deshije	_____	_____	_____
Deshoje	_____	_____	_____
Control de Enf.	_____	_____	_____
Corta/Cosecha	_____	_____	_____

Segunda Parte

c) Costos de transporte

30 Tienen algún tipo de organización para transportar sus productos y cómo funciona?

Cacao _____
 Banano _____
 Plátano _____

31 ¿Esa organización nació de la comunidad o fue una idea de alguna asociación y/o comprador?

Cacao _____
 Banano _____
 Plátano _____

32 ¿Cómo se elige a los encargados de esas organizaciones?

Cacao _____
 Banano _____
 Plátano _____

33 ¿Cuánto gastan en transportar sus productos y cómo lo hacen?

Cacao _____
 Banano _____
 Plátano _____

Segunda Parte

d) Costo de Insumos y herramientas

34 Compra algún tipo de insumo? _____ ¿Qué utiliza? (herbicida, arboricida, insecticida, funguicida o fertilizante), ¿Donde los compra, cada cuánto tiempo va a comprarlos y cuanto gasta en transporte? y ¿Ocupa algún fertilizante orgánico? _____

Producto	Insumo	Cant.de aplicación	Costo Unitario	Lugar de compra y veces año
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____

35 ¿Qué tipo de herramientas tiene y para qué cultivos los ocupa?

36 ¿Cada cuánto tiene que comprar y cuanto le costaron?

37 ¿Hace cuánto tiempo que la tiene?

Herramientas	Cultivo	Cantidad	Meses	Costo
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____

38 ¿Dónde las compra y cuantas veces al año va a comprar herramientas?

Tercera Parte

Prácticas de poscosecha

39 El cacao lo vende seco o húmedo?

40 ¿Ustedes cómo utilizan el cacao en casa? _____

41 ¿Alguna vez vendió seco, hace cuánto y porqué dejó de hacerlo?

42 ¿Cómo y en cuántos días hace el proceso de fermentación?

43 ¿Cómo y en cuántos días hace el proceso de secado?

44 ¿En qué lo fermenta y dónde lo deja? _____

45 ¿Cuándo se está secando dónde y cómo lo deja? _____

46 ¿A qué distancia de la casa lo seca? _____

47 ¿Quién se encarga de vigilar que no se moje con la lluvia? _____

48 Si el precio es tan diferente ¿por qué no venden seco?(si es que no lo vende)

49 ¿Cuántos kilos fermenta para el consumo de la casa? _____

50 ¿De cuántos kilos de cacao húmedo sale un kilo seco? _____

Cuarta Parte

Aspectos Institucionales

51 ¿Cuál es la diferencia entre las diferentes asociaciones?

52 ¿A qué asociación pertenece y cuánto paga por pertenecer a ella?

52 ¿Desde hace cuánto tiempo y por que decidió entrar a _____?

53 ¿Qué significa para usted ser orgánico?

54 ¿Qué significa para usted estar certificado y quien les certifica?

55 ¿Cómo usted participa en la asociación? _____

ANEXO 14 Exportaciones de cacao en grano orgánico de República Dominicana por país destino (1999-2001).

País destino	Volumen (t)			Valor FOB (US\$) t ⁻¹		
	1999	2000	2001	1999	2000	2001
Bélgica	409	3.987	1.511	1.479	1.479	977
Holanda	256	319	595	1.399	1.399	1.124
Alemania	102	179	179	1.195	1.195	1.049
Italia	153	294	230	1.090	1.090	1.072
Honduras		25	101			1.285
España		281	77			1.036
EEUU		12	42			1.575
México		81				
Suiza		25				1.200
Total	920	5.203	2.735			






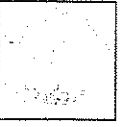
Fuente: CEDOPEX 2002 y FAO/CCI/CTA 2001.

ANEXO 15 Exportaciones de banano orgánico de República Dominicana por país destino (1999-2001).



País destino	Volumen (t)			Valor FOB (US\$)		
	1999	2000	2001	1999	2000	2001
Reino Unido	10.479	18.126	25.760	8.093.874	6.164.426	8.519.789
Bélgica	5.603	12.249	19.357	1.316.301	3.625.152	5.694.696
Alemania	4.785	3.522	5.403	1.316.301	1.093.131	1.810.910
EEUU	2.547	5.526	7.748	473.562	1.131.111	1.702.725
Países Bajos	3.015	1.904	2.191	979.791	690.983	808.207
Japón	1.792	2.010	1.689	510.335	713.638	610.190
Suiza		61	1.070		25.920	423.152
Italia		1.748	3.033		275.532	386.100
Suecia	142	79	633	29.376	16.104	223.267
Isla San Martín		2	55		500	6.030
España		1	2		245	600
Portugal		236			24.192	
Barbados		61			23.690	
Bután		41			14.634	
Total	28.363	45.566	66.941			

Fuente: CEDOPEX 2002 y FAO/CCI/CTA 2001.

Anexo 16 Diferentes sistemas de certificación.

Sellos de Calidad	Concepto	Características Legales	Productos con posibilidades de obtener este sello y otras características
<p>Denominación de Origen Protegida (DOP)</p> 	<p>Producto que presenta nexo con el territorio y la tradición; cuya producción, transformación y elaboración deben realizarse en una zona geográfica determinada, con unos conocimientos específicos reconocidos y comprobados</p>	<p>Regulada y reglamentada en la Unión Europea, mediante el Reglamento (CEE) N° 2081/92 del Consejo; de 14 de julio de 1992.</p> <p>En Costa Rica estos sellos de calidad se encuentran regulado por la Ley 7978 de marcas y otros signos distintivos. Sin embargo, aun no se encuentra reglamentada y tampoco se a designado un ente promotor.</p>	<p>Entre las experiencias a nivel latinoamericano que se pueden mencionar tenemos:</p> <p>La Denominación de Origen concedido al cacao venezolano de Chuao en la feria Eurochocolate-Roma 2002 (Loza 2002).</p>
<p>Indicación Geográfica Protegida (IGP)</p> 	<p>Producto que mantiene el vínculo con el medio geográfico y esta presente en al menos una de las etapas de la producción, de la transformación o de la elaboración. Además, el producto se puede beneficiar de una buena reputación.</p>		
<p>Especialidad Tradicional Garantizada (ETG)</p> 	<p>Producto que no hace referencia al origen, sino que tiene por objeto destacar una composición tradicional del producto o un modo de producción tradicional.</p>	<p>Actualmente solo se encuentra regulada y reglamentada en la Unión Europea la través del Reglamento (CEE) N° 2082/92 del Consejo; de 14 de julio de 1992.</p>	<p>Entre la categoría de productos que actualmente pueden formar parte de ETG en la Unión Europea están los chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao.</p>
<p>Sello Rojo de Calidad Superior</p> 	<p>Productos con cualidades organolépticas, en el que se refuerza las exigencias técnicas con producciones de calidad superior, esta diferencia cualitativa es percibida por el consumidor final por sus características de sabor y por la imagen que conlleva. Su calidad superior es evaluada y comprobada por un análisis sensorial.</p>	<p>Solo se encuentra regulada en Francia creada por ley de orientación agrícola de 1960.</p> <p>Es una marca colectiva, propiedad del Ministerio de Agricultura y Pesca, que por ley va en todos los productos que ostentan esta categoría</p>	<p>Utilizado muy comúnmente en diferentes tipos de café, para resaltar la calidad del producto</p> <p>Podría trabajarse con el cacao, siempre y cuando se llegue a procesar más el producto, por ejemplo polvo de cacao.</p>
<p>American Heart Association</p> 	<p>Estos productos deben cumplir con requisitos de composición nutricional de la FDA o de USDA, para poder incorporar un mensaje saludable relacionado a las enfermedades coronarias, Además que es para personas sanas mayores a 2 años de edad.</p>	<p>No cuenta con algún tipo de regulación ni estándares oficiales, es emitida por una asociación privada que inicio sus actividades en 1995 y es desarrollada en un esfuerzo conjunto con Food and Drug Administration (FDA).</p>	<p>Actualmente certifica más de 700 productos entre ellos algunos tipos de chocolates y banana de Chiquita.</p>
<p>Certificación de café amigable con los pájaros</p> 	<p>Enfatiza la protección a la biodiversidad estructural, así como de las especies, a fin de garantizar cobijo y alimentación a las aves, especialmente a las migratorias, pues las aves actúan como indicador de salud ambiental.</p>	<p>Bajo lineamientos del Centro de Aves Migratorias del Smithsonian Institute (SMBC), en donde se toma en cuenta la biodiversidad florística, la diversidad estructural, la cubierta vegetal, el manejo del suelo, el control de plagas y enfermedades, zonas de amortiguamiento vegetal, conservación de los recursos naturales, el mosaico paisajístico y documentación de fincas y registros de fincas. Una de las características de este sello, es que para la obtención se requiere tener un certificado "ecológico" otorgado por una certificadora reconocida</p>	<p>Este es un aspecto de promoción muy importante y puede ajustarse muy bien a las características de Talamanca, por ser corredor de aves transitorias.</p> <p>Actualmente solo es utilizado en café.</p>

...Continuación Anexo 16 Diferentes sistemas de certificación.

<p>Rainforest Alliance o Alianza para el Bosque</p> 	<p>La institución busca maneras de reducir el impacto ambiental de actividades comerciales tradicionales –agricultura y actividades madereras- en áreas de bosques tropicales y formas sostenibles de usar el bosque.</p>	<p>Administrada por grupos locales. La Alianza patrocina un diferente programa de certificación y manejo entre ellos: Better Banana Project.</p> <p>La Alianza para el Bosque certifica plantaciones con sus propias normas ambientales y sociales en Costa Rica, Colombia, Ecuador, Guatemala Honduras, Panamá, Hawai, México y El Salvador.</p> <p>Estas normas son muy flexibles y no existen criterios claros, el sistema de certificación es criticado en varios de sus aspectos fundamentales. La certificación no se considera de tipo social aunque contemple algunos aspectos sociales, tampoco es una certificadora orgánica pues permite el uso de productos químicos de síntesis y se basa en un modelo de manejo integrado de plagas.</p>	<p>De las 44.813 ha que se han certificado en banana con este sello, 29.772 ha son de la compañía Chiquita, también se ha certificado con esta organización 640 ha de cacao de la cooperativa El Progreso de Ecuador.</p> <p>El total de ha certificadas en diferentes productos es de 54.141, es decir que mas del 50 % de las hectáreas certificadas son de una de las compañías bananeras más grandes del mundo (Rainforest Alliance 2002)</p>
<p>Comercio Justo</p> 	<p>El sello del comercio justo sobre el producto final garantiza a consumidores que la materia prima se haya comprado de grupos de pequeños productores a un precio justo.</p>	<p>FLO (Fairtrade Labelling Organisations International) es una federación de 17 organizaciones nacionales con un sello de garantía del comercio justo. FLO verifica si los grupos de productores, los importadores y los procesadores del producto respetan efectivamente los criterios sociales y comerciales de FLO</p>	<p>Actualmente APPTA cuenta con la certificación de FLO para cacao, pero no para banana fruta fresca.</p>

Fuente: Comunidades Europeas 1995-2002; GTZ 2001; Oyarzú y Tartanac 2002; Rainforest Alliance 2002; FLO 2001

ANEXO 17 Lineamientos de calidad comercializable para el cacao a nivel internacional.

Lineamientos de calidad comercializable	Requerimientos fijados en contratos bianuales de OCP-APPTA	FAO		Rango a nivel internacional
		Grado I	Grado II	
Mohoso	4%	3%	4%	0 - 10%
Pizarroso	NE	3%	8%	2% - 50%
Infestado	4%	3%	6%	2,5 - 20%
Germinado	NE	Incluido en infestado por insectos	Incluido en infestado por insectos	2 - 12% o incluido en las otras características
Chato	NE	Incluido en infestado por insectos	Incluido en infestado por insectos	3 - 12% o incluido en las otras características
Violeta	25 - 30 %	NE	NE	10 - 30%
Humedad	8%	7,50%	7,50%	5,5% - 9,5%
Combinación de moho e insecto	NE	NE	NE	10%
% materia extraña	NE	0	0	0% - 1,5%
Otras especificaciones	No tener malos olores o sabores	No tener malos olores y no estar adulterados	No tener malos olores y no estar adulterados	Existen muchas otras especificaciones y depende de cada país

Fuente: CCI 2001

APPTA (Asociación de Pequeños Productores de Talamanca) Contrato Bianual sobre términos y precios

NE = No Especificado

Anexo 18 Diferencias entre productores afiliados y asociados a APPTA.

Productores Socios*	Productores Afiliados
Derechos	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Participación en las Asambleas General Ordinarias y Extraordinarias con derecho a voz y a voto ➤ Presentar mociones y sugerencias a la Asamblea ➤ Elegir y ser electos en los cargos de la Junta Directiva ➤ Disfrutar de los beneficios concedidos por la asociación ➤ Vigilar el funcionamiento de la asociación y denunciar cualquier anomalía. ➤ Solicitar la realización de asambleas extraordinarias (20%). ➤ Participación gratuita en actividades educativas y culturales patrocinadas por la asociación. ➤ Retirarse de la asociación de acuerdo a estatutos. ➤ Solicitar talleres, seminarios, etc 	<p>No</p> <p>No</p> <p>No</p> <p>No</p> <p>No</p> <p>Si</p> <p>Si</p> <p>No</p> <p>No</p>
Deberes	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cumplir con la ley de asociaciones, estatutos y reglamentos internos. ➤ Asistir a todas las reuniones y asambleas de asociados. ➤ Pago de una cuota anual de (1.000 colones) ➤ Pertenecer al comité comunal de la asociación. ➤ Vigilar y procurar el progreso de la asociación. ➤ Cumplir con todos los convenios y contratos que establezcan. ➤ Entregar a la asociación todos aquellos productos agrícolas que ella pueda recibir. 	<p>No</p> <p>No</p> <p>No</p> <p>No</p> <p>No</p> <p>No</p> <p>No pero si puede vender productos orgánicos a la asociación y no ser socio</p>

Fuente: APPTA 1989.

ANEXO 19 Comparación de los niveles de productividad de Alta Talamanca con otras experiencias de producción orgánica y los principales países productores de cacao convencional.

Alta Talamanca	Producción (t)	Productividad (kg ha ⁻¹)
1999 ¹	97	88
2000 ¹	170	154
2001 ¹	28	25
Principales país productores (producción convencional)	Producción (‘000 t)	Productividad (kg ha ⁻¹)
Indonesia ²	288	869
Malasia ²	146	780
Costa de Marfil ²	1000	566
Otras experiencias de producción orgánica	Producción (t)	Productividad (kg ha ⁻¹)
EL CEIBO – Bolivia ³		350 – 450
SINMAC – Costa Rica ⁴ (en periodo de transición)		1800
Proyecto Pitter – Venezuela ⁵		150

Fuente: ¹ Elaboración propia con base en APPTA 1999, 2000a, 2001 (Manteniéndose constante las 1100 ha, registradas en 1999); ² FAO 2002d; ³ Somarriba *et al* 2002; ⁴ Hermelink 2002¹ y Ramírez 2002; ⁵ Loza 2002.

ANEXO 20 Superficie por cultivo en fincas indígenas de Talamanca-Costa Rica.

	Número de (ha)	CACAO (ha)	BANANO (ha)	PLATANO (ha)
Promedio Total	13,1 (±19,6)	1,9 (±1,3)	1,6 (±1,0)	1,0 (±1,4)
Promedio (0 – 5 ha)	3,2 (±1,4)	1,3 (±0,7)	1,2 (±0,6)	0,7 (±0,6)
Promedio (5,1 - 10 ha)	8,2 (±1,6)	3 (±1,5)	2,5 (±1,1)	1,6 (±2,3)
Promedio (10,1 – 30 ha)	19,4 (±8,8)	2,4 (±1,9)	2,2 (±2,2)	0,5 (±0,5)
Promedio (30,1 – 60 ha)	38,8 (±9,6)	1,2 (±0,8)	1,2 (±0,8)	
Promedio (>60 ha)	78,75 (±14,4)	1,75 (±0,5)	1 (±0,41)	

Fuente: Trabajo de campo

Nota: Promedio (Desviación estándar).

¹ Hermelink, H 2002. Empresas a nivel nacional (entrevistas). Guápiles, CR.