



Estudio sobre el entorno nacional de la agricultura orgánica en Costa Rica.

Solicitado por: Programa Nacional de Agricultura Orgánica.

Elaborado por: IBS Soluciones Verdes

Agosto 2013

Estudio realizado según los TDR: Elaboración del estudio sobre el entorno nacional de la actividad orgánica que contribuya al diseño de políticas y acciones para el fomento y control de esta modalidad de producción.

Índice

Siglas y abreviaturas.....	3
Introducción.....	6
Objetivos.....	7
Presentación.....	8
Componente 1: Reseña Histórica.....	10
Sistematización de la evolución de la actividad orgánica de Costa Rica en los últimos quince años.....	10
Objetivo	11
Metodología.....	11
Reseña histórica de la producción orgánica en Costa Rica	13
Componente 2: Valoración de la situación actual	26
Valoración de los mercados a nivel nacional, estudio rápido de la red orgánica nacional, situación actual de la oferta de servicios de apoyo y control	26
Objetivo	27
Metodología.....	27
Resultados Componente II	40
Componente 3: Implementación de la ley 8591	55
Realizar una valoración de los avances e impactos en la aplicación de la ley de Fomento a la Agricultura Orgánica.....	55
Objetivo	56
Metodología.....	56
Resultados Componente III	60
Conclusiones y recomendaciones generales	66
Conclusiones Componente I.....	66
Conclusiones Componente II.....	68
Red orgánica Nacional	70
Relaciones entre actores	71
Conclusiones Componente III.....	72
Recomendaciones Generales	73

Fuentes de información	77
Lista de cuadros	79
Lista de figuras	80
Lista de Anexos	81

Siglas y abreviaturas

ARAO: Acreditación y Registro en Agricultura Orgánica

ANAO: Asociación Nacional de Agricultura Orgánica

ANCH: Asociación Nacional de Chef

ASA: Agencia de Servicios Agropecuarios del MAG

APOETAR: Asociación de Productores Orgánicos y Ecológicos de Tapezco de Alfaro Ruiz

APODAR: Asociación de Productores Orgánicos de Alfaro Ruiz (Ahora Coope Zarcero)

APPTA: Asociación de Pequeños Productores de Talamanca

ANAI: Asociación Nacional de Asuntos Indígenas (Organización no gubernamental de origen norteamericano)

AFAORCA: Asociación de Familias Orgánicas de la Región de Caraigres

AUPA-UPA-NACIONAL: AUPA Asociación Centro de Capacitación del Agricultor Costarricense – UPANACIONAL Unión Nacional de Pequeños y Medianos productores Agropecuarios Costarricenses

APROCO: Asociación de Productores Orgánicos de Costa Rica

APOT: Asociación de Productores Orgánicos de Turrialba

BCEI: Banco Centroamericano de Integración económica

CANAPRO: Cámara nacional de productores y exportadores orgánicos

CANAECO: Cámara Nacional de Ecoturismo

CNAA: Cámara Nacional de Agricultura y Agroindustria (CNAA)

CENADA: Centro Nacional de Abastecimiento y Distribución de Alimentos

CEDECO: Corporación Educativa para el Desarrollo Costarricense

CECOECO: Centro para la Competitividad de EcoEmpresas del CATIE

CNP: Consejo Nacional de la Producción

COMEX: Ministerio de Comercio Exterior

COPROALDE: Red de Organizaciones Sociales y ONG con Proyectos Alternativos de Desarrollo Rural

CENAP: Centro Nacional de Acción Pastoral

CIMS: Centro de Inteligencia sobre Mercados Sostenibles

DANEA: División de Alimentación y Nutrición del Escolar y del Adolescente

DFPAO: Departamento de Fomento a la Producción Agropecuaria Orgánica

DPS: Departamento de Producción Sostenible

DSOREA: Dirección Superior de Operaciones Regionales y Extensión Agropecuaria

FECOPA: Federación de Cooperativas de Autogestión

FODEMIPYME: Fondo Especial para el Desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas

FOMIC: Fondo De Micro proyectos Costarricenses

FITTACORI: Fundación para el Fomento y Promoción de la Investigación y Transferencia de Tecnología Agropecuaria de Costa Rica.

FIA: Fundación Inter-Americana

GPO: Grupos de personas productoras orgánicas organizadas

ICAFE: Instituto del Café de Costa Rica

INS: Instituto Nacional de Seguros

INTA: Instituto Nacional de Innovación y Transferencia en Tecnología Agropecuaria

IMAS: Instituto Mixto de Ayuda Social

INAMU: Instituto Nacional de la Mujer

LAICA: Liga Agrícola Industrial De La Caña De Azúcar

MAG: Ministerio de Agricultura y Ganadería

MAOCO: Movimiento de Agricultura Orgánica Costarricense

MEIC: Ministerio de Economía, Industria y Comercio

MEP: Ministerio de Educación Pública

MINAET: Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicaciones

ONS: Oficina Nacional de Semillas

ONG: Organización No Gubernamental

OIRSA: Organismo internacional Regional de Sanidad Agropecuaria

PAI: Programa de Abastecimiento Institucional

PIMA: Programa Integral de Mercadeo Agropecuario

PPD: Programa Pequeñas Donaciones

PITTA: Programa de Investigación y Transferencia de Tecnología Agropecuaria

PNAO: Programa Nacional de Agricultura Orgánica

PNEA: Programa Nacional de Extensión Agropecuaria

PROCOMER: Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica

PTIC: Pastoral de la Tierra de la Iglesia Católica

TEPROCA: Taller Experimental de Producción y Comercialización Agrícola Alternativa R.L.

SEPSA: Secretaria de Planificación Sectorial Agropecuaria

SFE: Servicio Fitosanitario del Estado.

SPG: Sistema Participativo de Garantía.

MAOCO: Movimiento de Agricultura Orgánica Costarricense

UT: Unidad Técnica Para el Reconocimiento de Incentivos para la Agricultura Orgánica.

UCR: Universidad de Costa Rica

UNED: Universidad Estatal a Distancia

UNA: Universidad Nacional

Introducción

A mediados del año 2009 las autoridades del MAG crearon una comisión de trabajo que se encargaría de analizar la situación del sector orgánico costarricense y de elaborar una propuesta de “Plan de Acción para el Fomento de la Producción Orgánica”.

Entre las actividades consensuadas en dicho Plan se establece la formulación de una propuesta de políticas que favorecieran el desarrollo de la agricultura orgánica. Estas políticas serían ejecutadas por el Programa Nacional de Agricultura Orgánica (PNAO) bajo la orientación técnica del IICA. Dicha propuesta sería construida en forma participativa, para ser incorporada en el marco de la Política de Estado para el Sector Agroalimentario y el Desarrollo Rural en Costa Rica 2010-2021.

El estudio en su integralidad contempla la realización de una consulta nacional, un censo orgánico, un estudio del entorno internacional y un estudio del entorno nacional. Este último será el insumo para conocer la actividad desde un punto de vista cualitativo e identificar los factores que hasta la fecha han contribuido con su evolución, o que han limitado la misma, llevándola a la situación actual. Esta información permitirá extraer lecciones aprendidas y tomar las medidas correctivas necesarias, u otras que permitan potenciar el desarrollo de la actividad.

Objetivos

General

- Elaborar un estudio del entorno nacional de la agricultura orgánica que reúna una reseña de la evolución de la actividad de los últimos quince años y un retrato de la situación actual que describa mercados nacionales, servicios de apoyo, organización y el avance en la implementación de la ley 8591.

Específicos

- Sistematizar la evolución de la actividad orgánica en los últimos quince años rescatando lecciones aprendidas
- Elaborar una valoración rápida del mercado nacional de agricultura orgánica, descripción de las organizaciones de productores, instancias privadas, mixtas y servicios de control y apoyo a los actores de la cadena
- Elaborar un estudio que determine los avances, alcances e impactos de la implementación de la ley 8591.

Presentación

El presente estudio es una recopilación de la información obtenida mediante investigación, consulta y análisis a distintos sectores y actores involucrados en el mundo de la agricultura orgánica del país.

El fin primordial es construir una estrategia que permita crear políticas públicas que beneficien a la producción orgánica de Costa Rica, partiendo de bases conceptuales respaldadas por la ley y los actores directos.

La ejecución de dicho proceso, se realizó mediante el contrato de un equipo de consultores nacionales pertenecientes a la empresa IBS Soluciones Verdes, quienes con base en la solicitud del estudio presentado por el Programa Nacional de Agricultura Orgánica (PNAO) del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), llevaron a cabo el trabajo.

El grupo consultor se abocó a la tarea de realizar el estudio, siempre con base en los términos de referencia que proponía el estudio y en una metodología previamente aprobada por el PNAO.

Es así como el presente documento presenta los resultados finales de un proceso de investigación exhaustivo, en el cuál los diferentes actores más importantes de la agricultura orgánica de Costa Rica expresaron las condiciones actuales de la actividad, ya sea favorables y limitantes. Además se estudió la efectividad de la ley 8591 y cuáles han sido hasta ahora las acciones realizadas para su implementación.

El documento se divide en 3 componentes principales:

1. Reseña Histórica
2. Valoración de la situación actual
3. Implementación de la ley 8591

Cada componente tendrá su propio apartado, donde se podrá encontrar la metodología utilizada para recopilar y sistematizar la información, así como resultados y análisis de los datos.

Por último, se dan conclusiones y recomendaciones generales basadas en el análisis de los tres componentes. Éstas pretenden ayudar a marcar el camino por el cual la actividad de la producción orgánica de Costa Rica, debe seguir.

Componente 1: Reseña Histórica

Sistematización de la evolución de la actividad orgánica de Costa Rica en los últimos quince años.

Objetivo

- Realizar un sondeo rápido para sistematizar la evolución de la actividad orgánica en los últimos quince años. Identificar informantes clave, relacionar acontecimientos y vincularlos con la situación actual de la actividad en términos de organización, institucionalidad y desarrollo de mercados y evolución de la oferta.

Metodología

La metodología utilizada para la sistematización y recuento histórico de los principales acontecimientos en torno al desarrollo de la producción orgánica en Costa Rica, se fundamentó principalmente en la experiencia y conocimiento de más de quince años en el tema de gestión y desarrollo de mercados locales para productos orgánicos que tiene el equipo consultor.

Se realizó esta reseña histórica con base en espacios de trabajo y acciones realizadas en el pasado con la Corporación Educativa para el Desarrollo Costarricense (CEDECO), el Movimiento Orgánico Costarricense (MAOCO), la Cooperativa Sin Fronteras (CSF), el Foro Emaus, la Asociación para la Conservación y Desarrollo Sostenible de los Cerros de Escazú (CODECE), la Universidad Nacional Estatal a Distancia (UNED), El Programa de Apoyo a Mercados Orgánicos (PROAMO), El Foro Ecuménico para el Desarrollo Alternativo de Guanacaste, la Coordinadora de Proyectos Alternativos de Desarrollo (COPROALDE), la Oficina de Cooperación Belga para el desarrollo (VECO), y la comercializadora de productos orgánicos BIO-PRODUCTOS ORO VERDE, entre otros.

A partir de esta experiencia y conocimiento y del acceso a la documentación generada por estas instancias sobre el tema en este período, se logró identificar y ordenar los

acontecimientos más significativos que marcaron cambios sustanciales en el desarrollo de la producción orgánica nacional.

Asimismo, tanto para corroborar la información acumulada, como para actualizarla con nuevos datos, se procedió a realizar una revisión electrónica exhaustiva sobre la temática tratada en varios medios digitales.

Una vez recolectada y revisada la información pertinente, se procedió a su sistematización, a partir de la cual se realizó una matriz para facilitar su lectura y la asociación entre los diferentes eventos de importancia señalados.

Reseña histórica de la producción orgánica en Costa Rica

Según CEDECO (2001), la producción orgánica en Costa Rica inició a mediados de 1980, con la reseña productiva y comercial de hortalizas de los pequeños productores de TEPROCA en la provincia de Cartago, y de manera más formal a partir de 1984 con la experiencia hortícola de pequeños productores apoyados por una misión de cooperación japonesa que les ayudó en capacitaciones de agricultura orgánica, producción de abonos orgánicos, control de plagas y enfermedades. Estos productores formaron una de las organizaciones más importantes en el ámbito nacional, no sólo por la producción de hortalizas, sino también por su rol en la experimentación y capacitación de un gran número de agricultores, técnicos, consumidores y otros actores que pasaron por sus fincas. Estos productores que inicialmente conformarían APOETAR con su empresa Jugar del Valle S.A. posteriormente serían conocidos bajo el nombre de APODAR y hoy como Coope-Zarcero. (CEDECO, 2001).

Por su parte, García (1999) y Damiani (2002), coinciden en señalar la importancia de la agricultura orgánica en Costa Rica a partir de 1987, con la experiencia de APPTA, en la provincia de Limón, quienes con el apoyo la Asociación ANAI, establecieron contacto con el mercado de Estados Unidos y Europa, para comercializar cacao y banano orgánico certificado.

A partir de la experiencia de APODAR, algunas ONG's e instituciones estatales, se interesaron por la producción orgánica y comenzaron a gestionar programas y proyectos para su fomento, entre los que destacaron en 1990 el proyecto conjunto de capacitación para pequeños productores en agricultura orgánica (PAO), la Universidad de Costa Rica y el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) con sede en la Estación Experimental Fabio Baudrit; y en 1992, la creación de ANAO, con el propósito de apoyar la legislación y certificación orgánica en el país, siendo desde esta asociación, que se crea la primera agencia certificadora nacional, bajo el nombre de ECO-LOGICA, en el 2007.

En este contexto, según Samandú (2006), la Cumbre de la Tierra realizada en julio 1992 en Río de Janeiro, la caída de los precios del café en el plano internacional y la implantación de los programas de ajuste estructural en el ámbito nacional sirvieron para

la realización de un estudio conjunto entre COPROALDE y CEDECO, para la identificación y revisión de las experiencias de desarrollo rural alternativo en diferentes puntos de Costa Rica, cuyos resultados alimentaron la primera jornada realizada en el país sobre agricultura orgánica, así como el primer encuentro nacional de agricultura biológica y tecnología apropiada.

Seguidamente a finales de los 90's señala Samandú (2006), ONG's como la Fundación Güilombé, CENAP, ANAO, COPROALDE y CEDECO, se encargaron de difundir prácticas tradicionales y nuevos procedimientos para la agricultura orgánica, a través de la capacitación y la generación y comunicación de información, acerca de temas relacionados con la agricultura orgánica.

Cabe destacar también como pioneros en esta década, el papel de APOETAR en el tema de hortalizas, de AFAORCA en el de café y el de ARAO en el de diversificación de fincas, en el área de conservación Arenal.

Más adelante en 1999, fueron organizaciones como AUPA-UPA-NACIONAL, PTIC, el Foro Emaús, el PNAO y SEPSA, quiénes se interesaron con las ONG's citadas en el párrafo anterior, por la promoción y consolidación del MAOCO.

Con el pasar del tiempo, las diferentes labores desarrolladas por las ONG's, se fueron concentrando en el apoyo a nuevas experiencias de producción orgánica, el seguimiento de otras, la búsqueda de opciones de mercado, la elaboración de materiales didácticos y la generación de espacios para el intercambio y la discusión.

Según el Servicio Fitosanitario del Gobierno de Costa Rica (2012), la superficie bajo agricultura orgánica en el país entre el año 2005 y el 2010 sufrió altibajos que según Barquero (2010) fueron resultado de obstáculos "culturales y prejuicios" que se presentan en la producción y la comercialización de los productos orgánicos; mientras Amador y Cussianovich (2002), se lo atribuyen a la crisis económica mundial, y a los vaivenes de los precios de los productos orgánicos, en los mercados internacionales.

No obstante en nuestro criterio, más que de altibajos, se puede hablar de un estancamiento y reducción en su superficie, como consecuencia de la falta de recursos y servicios de apoyo tanto públicos como privados para su desarrollo, la necesidad de un cambio de enfoque más comercial que socio ambiental y la disminución del apoyo por parte de la cooperación internacional.

En el tema normativo e institucional, Costa Rica ha sido uno de los países latinoamericanos, que más ha avanzado en el desarrollo de instituciones, vinculadas a la agricultura orgánica, lo que valió el reconocimiento de “país tercero” en el 2008.

La normativa específica que rige la agricultura orgánica en Costa Rica, se encuentra en la siguiente legislación:

- Ley orgánica del ambiente 7554 de 1995
- Ley de protección fitosanitaria 7664 de 1997 y su reglamento
- Reglamento sobre la agricultura orgánica
- Decreto Ejecutivo 29782 del 2001, modifica al 25834 de 1997 y al 29067 de 2000 (La Gaceta Digital de Costa Rica, 2009).

Siendo los cuerpos gubernamentales con funciones centrales en agricultura orgánica, el PNAO y el ARAO del MAG.

En el tema organizativo, si bien en Costa Rica los pequeños productores han tenido logros importantes en el área productiva, las limitaciones más importantes se encuentran en el área empresarial, y en el bajo nivel organizativo de los productores y comercializadores, donde existen pocas alianzas en el sector dentro del ámbito nacional, y menos en el contexto regional (Álvarez y Granados, 2006).

En cuanto al desarrollo del mercado nacional para productos orgánicos, Chaves y Quesada (2002) señalan el año 1994 como su punto de partida, con la primera feria organizada en las instalaciones de FECOPA, en San Jerónimo de Desamparados.

Esta feria funcionó por siete semanas con un cierre al final, determinado por su lejanía

para los consumidores, la compleja logística para el traslado de los productos desde sus lugares de origen y el cese del apoyo de las instituciones promotoras de la actividad.

Entre 1995 y 1998 se dio una pausa en la evolución del mercado nacional para productos orgánicos, hasta que en 1999 se establece la primera feria urbana, en el centro comercial Los Colegios, en el cantón de Moravia, San José (trasladada los años 2001 y 2002 al parque del Este del mismo cantón), apoyada por CEDECO, con la participación de un promedio de 20 productores, representantes de diferentes organizaciones y regiones del país.

A partir de esta fecha, agencias de cooperación internacional como EED y Pan para el mundo de Alemania, OXFAM solidaridad, VECOMA de Bélgica, COORAIID e Hivos de Holanda, se constituyeron en importantes propulsores en la construcción de la oferta - demanda de productos orgánicos en Costa Rica; por un lado sustentando los principios básicos de una agricultura alternativa, hasta desarrollar la agricultura orgánica basada en la agroecología, como una opción productiva. Además apoyaron la investigación sobre las potencialidades de la oferta y demanda para la gestión de un mercado nacional, de donde se derivó la primera aproximación a la oferta de productos orgánicos en Costa Rica, realizada por CEDECO en 1998 y actualizada en el 2003. (Amador y Cussianovich, 2002).

Paralelamente a la feria de Moravia, durante el año 2000 funcionó una feria en las instalaciones de la UNED en La Paulina de Sabanilla, por iniciativa de sus empleados, y contando también con el apoyo de CEDECO (Chaves y Quesada, 2002).

A partir del 2003, la feria de Moravia se trasladó al Barrio El Carmen de Paso Ancho, San José, donde funciona hasta la actualidad con el nombre de “Feria Orgánica El Trueque”, con una participación regular de unos 19 productores, que fundaron APROCO para brindarle sostenimiento operativo a la feria, a través de la gestión de crédito y la asignación de cuotas de membresía entre sus socios; mientras al mismo tiempo, funcionaba la feria de APOT en Turrialba, Cartago (Chaves y Quesada. 2002).

Este tiempo fue propicio para la apertura de puntos de venta de productos orgánicos en

diferentes ferias del agricultor como Pérez Zeledón, San Ramón de Alajuela, San Isidro de Coronado, Guápiles, Pavas, Escazú; además de tiendas como Comercio Alternativo en Rohrmoser; verdulerías como “Toque el Timbre” en Cartago; ferias en finca como la de la Finca Orgánica San Luis en Grecia de Alajuela; o de pequeños mercaditos como el “Ecológico El Guayabo” en Nicoya.

En el 2004 se creó la empresa Bio Productos Oro Verde, para la distribución de productos orgánicos primero frescos y posteriormente procesados, a partir de la alianza establecida con la Cooperativa Sin Fronteras, ambas iniciativas de CEDECO, la primera para promover el comercio internacional de América Latina hacia Europa y la segunda para el mercado nacional y regional. Oro Verde fue en su momento competencia de la empresa Hortifruti, propiedad primero de la Corporación de Supermercados Unidos (Mas X Menos) y actualmente de Walmart.

No obstante, ambas empresas enfrentaron sin éxito enormes retos para desarrollar a más grupos de productores, que le garantizaran una oferta más amplia y estable, lo que produjo con la falta de visión y estrategia empresarial, el cierre de Oro Verde en el 2011. (ECOMERCADOS, 2005).

En el 2005, el PNAO estableció un punto de venta los días sábados en las instalaciones del CENADA, al tiempo que más de 20 supermercados de las cadenas Más X Menos, Auto-Mercados, Peri-mercados y Mega Súper, ofrecían productos orgánicos certificados, frescos y procesados, por medio de Hortifruti y Bio Productos Oro Verde; después de la fallida experiencia de la empresa Jugar del Valle (APOETAR) del 2001.

A pesar de la aparente expansión y crecimiento del mercado nacional durante este período, coincidimos con lo manifestado por Amador (2005), cuando señala que para ese momento, no se podía hablar como aún sucede, de un mercado de productos orgánicos en Costa Rica, sino solo un grupo creciente de consumidores que asiste a ferias y supermercados, y agricultores proveedores de una diversidad limitada de productos, que constituyen una oferta creciente en función de una demanda no estimada.

A partir del 2005 se presentaron una serie de altibajos en la oferta nacional, donde

sobresale la salida de la Cooperación Internacional ya sea del país, o del tema orgánico.

La Cooperación Internacional creó una fuerte dependencia, principalmente económica e ideológica (socio ambiental), en el proceso de desarrollo de la producción orgánica en el país, razón por la cual, una vez retirada y ante la falta de apoyo del Estado, indujo a la desarticulación de la frágil base organizativa y productiva existente, que se reflejó en la oferta para el mercado nacional.

Así mismo, la investigación, capacitación, sistematización de experiencias y en general la generación de información y documentación abundante hasta esta fecha sobre el desarrollo de la producción orgánica en el país, se volvió cada vez más escasa y dispersa.

Cuadro 1. Sinopsis histórica de los principales acontecimientos en el desarrollo de la producción orgánica de costa rica, en el marco de la gestión del mercado nacional para estos productos

AÑO	ACONTECIMIENTO	ACTORES QUE INTERVINIERON (DE MANERA GENERAL)	RELEVANCIA	COMENTARIOS
1980	Primera actividad colectiva de carácter productivo y comercial de producción orgánica registrada en el país	TEPROCA	Motivación de pequeños productores, ONG's, técnicos y la cooperación internacional en el tema	Propuesta inicial de producción alternativa a la producción convencional bajo un enfoque ambiental, social y político
1984	- Inicio de la intervención de la Cooperación Internacional en el tema de producción orgánica en el país - Fundación de Jugar del Valle S.A. primera empresa de productos orgánicos (hortalizas) para el mercado nacional (supermercados)	APOETAR, Agencia de Cooperación Internacional Japonesa (JAICA) y Jugar del Valle	Desarrollo de investigación, capacitación, intercambio y participación de información y conocimientos sobre producción orgánica a nivel de pequeños productores y técnicos	
1987	Formalización de la producción orgánica con	APPTA y ANAI	Interés y primeros vínculos de	Comercialización de banano y cacao

AÑO	ACONTECIMIENTO	ACTORES QUE INTERVINIERON (DE MANERA GENERAL)	RELEVANCIA	COMENTARIOS
	perspectiva internacional		pequeños y medianos productores con el mercado internacional	orgánico certificados hacia USA y la UE
1990	Proyecto conjunto de capacitación para pequeños productores en agricultura orgánica (PAO)	UCR, INA y APODAR	Se manifiesta interés de ONG's, la academia e instituciones del estado, por la gestión y desarrollo de programas y proyectos de capacitación para el fomento de la producción orgánica	
	Inicia la creación de políticas públicas e instrumentos, incluidos un conjunto de leyes y un programa nacional de agricultura orgánica			
1992	Estudio para la identificación y revisión de las experiencias de desarrollo rural alternativo en Costa Rica	COPROALDE y CEDECO	Resultados motivaron la primera jornada en el país sobre agricultura orgánica y el primer encuentro nacional de agricultura biológica y tecnología apropiada	
	Creación de ANAO		Creación de la primera agencia certificadora nacional Eco-lógica en el 2007	
	Constitución de la Asociación Nacional de Pequeños Productores Orgánicos (ANAPAO)	Pequeños productores orgánicos de San Carlos, Guanacaste, Región Central y Sur del país, Cartago y Talamanca	Otra organización pionera de la producción orgánica en el país	
1994	Primera feria orgánica: FECOPA, Desamparados	El Fondo de Micro Proyectos Costarricense (FOMIC), ANAPAO, COPROALDE, (conformada por TEPROCA, CICDDA, Fundación Güilombé, CODECE,	Inicio de la etapa comercial y de desarrollo del mercado nacional para productos orgánicos	Lejanía para los consumidores, la compleja logística para el traslado de los productos desde sus lugares de origen y el cese del apoyo de las instituciones promotoras de la

AÑO	ACONTECIMIENTO	ACTORES QUE INTERVINIERON (DE MANERA GENERAL)	RELEVANCIA	COMENTARIOS
		El Productor, CEDECO, ANAPAO y CENAP) y la Federación de Cooperativas de Autogestión (FECOPA)		actividad, fueron responsables de su cierre
	Creación del Programa Nacional de Agricultura Orgánica (PNAO).	MAG	Liderar el proceso de redacción y aprobación de la normativa que respalda el sistema de certificación de productos orgánicos a nivel nacional	
1997	Creación de la Dirección de Acreditación y Registro en Agricultura Orgánica (DARAO)	MAG	Regulación de la acreditación y registro de empresas certificadoras y operadores en producción orgánica en el país	En este momento, el país contaba con dos agencias de certificación nacionales: La Asociación Instituto Mesoamericano para la Certificación de Productos Orgánicos y Procesados (AIMCOPOP) y Eco-LOGICA
	Centro especializado en agricultura orgánica del INA en la Chinchilla de Cartago	INA	Primer y único centro de capacitación estatal en agricultura orgánica	
1995 - 1998	Pausa en la evolución del mercado nacional para productos orgánicos		Retroalimentación, análisis y evaluación de condiciones para el establecimiento de una nueva feria orgánica	
1998	Estudio aproximación a oferta de productos orgánicos en CR por CEDECO	CEDECO	Base para la aceptación de CR como país tercero ante la UE	
	Creación de sello nacional orgánico aprobado por el MAG	MAG	Sello de respaldo a la calidad y origen de los productos orgánicos certificados para el	

AÑO	ACONTECIMIENTO	ACTORES QUE INTERVINIERON (DE MANERA GENERAL)	RELEVANCIA	COMENTARIOS
			mercado internacional	
1999	Creación del MAOCO	Fundación Guilombé, CENAP, ANAO, COPROALDE, CEDECO, APOETAR, AFAORCA, ARAO, AUPA-NACIONAL, PTIC, Foro Emaús, PNAO, SEPSA	Principal articulación de organizaciones de productores orgánicos en el ámbito nacional Gestión e impulso a la ley de fomento de la producción orgánica hasta su aprobación	
	Primera feria urbana de Moravia	CEDECO	Activa y efectiva integración de agencias de cooperación internacional como EED y Pan para el Mundo de Alemania, OXFAM solidaridad, VECOMA de Bélgica y COORAIID e Hivos de Holanda a la construcción de la oferta - demanda de productos orgánicos en Costa Rica	
	Primer diagnóstico participativo para la identificación de las principales limitaciones y potencialidades de la producción orgánica nacional	PNAO, IICA, OIRSA y GTZ, productores	Elaboración del primer plan nacional de acción para el sector orgánico	
	Creación del Programa de Investigación y Transferencia de Tecnología Agrícola en Producción Orgánica (PITTA-P.O)	Grupo interdisciplinario representativo de universidades nacionales, ONG's, organizaciones de productores y el sector público agropecuario	Promoción del intercambio de conocimientos y experiencias, así como el desarrollo de alianzas entre productores experimentadores orgánicos e investigadores académicos y	Esto lo ha realizado por medio de la organización de giras de intercambio a proyectos productivos en todo el país, así como del I y II Encuentro Nacional de Investigadores en Agricultura Orgánica

AÑO	ACONTECIMIENTO	ACTORES QUE INTERVINIERON (DE MANERA GENERAL)	RELEVANCIA	COMENTARIOS
			técnicos	
Finales de los 90	ONG's y organizaciones de productores difundieron prácticas tradicionales y nuevos procedimientos para la agricultura orgánica	Fundación Guilombé, CENAP, ANAO, COPROALDE, CEDECO, AFAORCA, ARAO	Investigación, capacitación, intercambio y participación de información y conocimientos	
2000	Feria orgánica de la UNED	CEDECO, UNED	Primera feria institucional	
2001	Primera y fallida experiencia de comercialización de productos orgánicos en supermercados por Jugar del Valle	Jugar del Valle, APOETAR	Desarticulación de APOETAR	
1995 - 2001	Ley orgánica del ambiente 7554	MAOCO, PNAO, ARAO	Ley de fomento de la producción orgánica. PNAO y ARAO del MAG, cuerpos gubernamentales con funciones centrales en agricultura orgánica	
	Ley de protección fitosanitaria 7664			
	Reglamento sobre agricultura orgánica			
	Decreto ejecutivo 25834			
	Decreto ejecutivo 29067			
	Decreto Ejecutivo 29782			
2003	Actualización estudio aproximación a oferta de productos orgánicos en Costa Rica por CEDECO	CEDECO	Identificación de nueva oferta para el mercado nacional y de la situación de la producción orgánica respecto a su proceso de certificación	
	Traslado de la feria de Moravia a Bo. El Carmen de Paso Ancho bajo el nombre del Trueque	CEDECO, Productores	Motivo la creación de feria orgánica de APOT en Turrialba	
			Creación de puntos y venta de venta productos orgánicos en ferias del agricultor, tiendas especializadas, verdulerías, a domicilio y en línea	
		CEDECO, Productores	Creación de APROCO	Asociación de productores participantes en la feria el Truque para

AÑO	ACONTECIMIENTO	ACTORES QUE INTERVINIERON (DE MANERA GENERAL)	RELEVANCIA	COMENTARIOS
				promover su sostenibilidad económica y operativa
	Registro de Costa Rica como país tercero	PNAO, ARAO	Reconocimiento de las certificaciones orgánicas otorgadas en Costa Rica por la Unión Europea	
2004	Creación de la empresa distribuidora y comercializadora Bio – Productos Oro Verde	CEDECO	Primera experiencia formal de carácter empresarial desde la sociedad civil, para el desarrollo del mercado nacional de productos orgánicos	Importación, distribución y comercialización de productos orgánicos frescos y procesados en el ámbito nacional. Competencia de Hortifruti en el mercado formal de CR
	Cooperativa sin Fronteras		Liderato de una experiencia latinoamericana de mercado internacional para productos orgánicos	Iniciativa comercial gestada desde CR para la creación de una cooperativa virtual para la exportación de la producción orgánica de sus socios latinoamericanos a Europa
2005	Creación de punto de venta en CENADA	PIMA, CENADA, PNAO	Promoción de la oferta nacional en mercados mayoristas y motivación de pequeños productores para la producción para este tipo de mercado	
2006	Salida de VECOMA de CR		Inicio de salida del apoyo de la Cooperación Internacional a la fase productiva de la agricultura orgánica	
2005 -	Período de altibajos,		Desaceleración del	En términos generales

AÑO	ACONTECIMIENTO	ACTORES QUE INTERVINIERON (DE MANERA GENERAL)	RELEVANCIA	COMENTARIOS
2010	estancamiento y reducción de la superficie orgánica en el país		impulso al desarrollo del mercado nacional	a partir del 2005 comienza a decrecer el interés de la cooperación internacional en el tema orgánico en Costa Rica, redundando en una baja de la producción, reducción de las iniciativas comerciales locales y en la generación y difusión de información y conocimiento
2007	Creación de la certificadora nacional Eco-lógica	ANAO	Apertura de la competencia de las certificadoras nacionales a las internacionales	
	Firma de Ley para el Desarrollo, Promoción y Fomento de la Actividad Agropecuaria Orgánica, No. 8591	MAOCO, PNAO	Institucionalidad de la producción orgánica en el país	
	Creación del PROAMO	VECOMA, HIVOS, SSC	La estrategia y planificación aplicada a la gestión y el desarrollo de los mercados nacionales centroamericanos para productos orgánicos	
2008	Registro de exportaciones de productos orgánicos	PROCOMER	Registro de exportaciones orgánicas como rubro diferente a los productos convencionales	
	Creación de la Comisión Interamericana de Agricultura Orgánica (CIAO)	Ministros de Agricultura de Latinoamérica, a través del Comité Ejecutivo del IICA, autoridades	Contribuir al desarrollo de la actividad orgánica en los países de las Américas y facilitar el comercio de sus	

AÑO	ACONTECIMIENTO	ACTORES QUE INTERVINIERON (DE MANERA GENERAL)	RELEVANCIA	COMENTARIOS
		competentes del control de la agricultura orgánica	productos.	
2009	Promulgación del reglamento para la ejecución e implementación de la ley para el desarrollo, promoción y fomento de la actividad agropecuaria orgánica, No. 8591	PNAO	Reglamentación de la ley del 2007 que permitió crear políticas generales para el fomento de esta actividad	
2010	Creación de la Cámara Nacional de Exportadores y Productores Orgánicos (CANAPRO)	PROAMO y sector exportador orgánico	Organización de los exportadores de productos orgánicos para la búsqueda y obtención de beneficios comunes	
2011	Cierre de Bio-productos Oro Verde	CEDECO	Fin de una etapa de auge de la gestión y desarrollo del mercado formal para productos orgánicos	
2012	Cierre PROAMO	HIVOS, SSC	Fin de una etapa de apoyo de la Cooperación Internacional para el desarrollo de mercados nacionales orgánicos regionales bajo el concepto de consorcio de agencias cooperación	
2013	Unificación de normativa orgánica	Ministros de agricultura de la Región Centroamericana y República Dominicana	Países de la Región y Dominicana con normativa orgánica unificada	

Fuente: Elaboración propia. Estudio entorno producción orgánica nacional. Agosto 2013

Componente 2: Valoración de la situación actual

Valoración de los mercados a nivel nacional, estudio rápido de la red orgánica nacional, situación actual de la oferta de servicios de apoyo y control

Objetivo

- Realizar una valoración de los mercados orgánicos a nivel nacional, estudio rápido de la red orgánica y situación actual de la oferta de servicios de apoyo y control

Metodología

Para lograr el objetivo de este componente se llevaron a cabo diversas actividades que permitieron el desarrollo de cada uno de temas a valorar.

A continuación se apunta cada tema y se describe la metodología utilizada para la valoración actual de cada uno.

- 1) Sondeo de Mercados
- 2) Estudio rápido de la red orgánica nacional
- 3) Situación actual de la oferta de servicios de apoyo y control

1. Sondeo de Mercados:

El sondeo de mercado se realizó de manera minuciosa y detallada. Se contactó a todo el universo de operadores orgánicos certificados y en transición de Costa Rica durante el período actual 2012-2013, con el objetivo de obtener información precisa sobre el destino final del producto que manejan, así como otra información clave necesaria para llevar a cabo el estudio.

Además se realizaron entrevistas a los canales de comercialización que actualmente venden producto orgánico, con el fin de conocer las principales dificultades que enfrentan al distribuir estos productos, así como conocer el tipo de productos que vende, entre otros.

Entrevistas a Operadores Orgánicos

Para realizar entrevistas, se dividió el trabajo en las siguientes cuatro fases:

Fase I: Creación de base de datos

En vista de que el Programa Nacional de Agricultura Orgánica (PNAO) no contaba con una base de datos sistematizada de información de todos los operadores orgánicos certificados a nivel nacional, se procedió a crear una desde cero. Para esto se tomó como partida inicial los formularios de información que las agencias de certificación habían enviado anteriormente para el levantamiento del censo orgánico nacional.

Cabe recalcar que estos formularios tenían información sobre el nombre del operador y algunos datos de la unidad productiva, pero no contaban con la información de contacto y general, por lo que se llevó a cabo una investigación a través de la consulta a estas diferentes fuentes de información:

- Lista de operadores certificados publicada por ECO-Lógica
- Lista de operadores en transición registrados en ARAO
- Directorio de información sobre productores orgánicos publicado por PROAMO y SEFAS (ambos programas financiados por la Cooperación internacional)
- Directorio en línea sobre productores orgánicos certificados en Costa Rica. IBS Soluciones Verdes: <http://www.ibssolucionesverdes.com/directorios/productores>
- Información general en la web, en páginas y blogs

II Fase: Sistematización de la información de contacto

Se procedió a sistematizar la totalidad de la información en una hoja de excel que dio como resultado 102 operadores a entrevistar de los cuales 15 operadores están en transición y 87 certificados.

III Fase: Desarrollo de encuesta

Para el desarrollo de la encuesta se establecieron preguntas que aportarían insumos para el sondeo de mercados así como para los demás componentes.

A continuación las preguntas desarrolladas durante la entrevista:

- Nombre de la Organización
- Ubicación
- Área destinada a producción orgánica (tipo de cultivo)
- Estatus de certificación (orgánico o transición)
- Productos que actualmente produce/comercializa
- Mercado o destino final: internacional y nacional (puntos de venta)
- Expectativas del mercado (mercado nacional es importante o no)
- Vínculos y relaciones con sectores de apoyo en los últimos años
- Acceso a información sobre los servicios y recursos disponibles
- “Cuellos de botella” ó necesidades inmediatas que requieren actualmente para desarrollar su actividad

Algo importante de mencionar es que se estableció que la persona entrevistada tenía que ser el presidente, gerente o responsable del proyecto.

IV Fase: Aplicación de la encuesta

La aplicación de la encuesta se realizó de manera telefónica. Los resultados fueron detallados en una matriz previamente autorizada por el PNAO que contenida todas las preguntas antes citadas. Algunas de las encuestas fueron realizadas por dos técnicas que fueron previamente capacitadas por IBS para el tema, pero en su mayoría las realizó el equipo de IBS Soluciones Verdes como equipo consultor.

Existieron casos donde se enviaron las preguntas por correo electrónico a los operadores, ya que ellos así lo solicitaron y otros donde se realizaron entrevistas

personalmente. Esta última forma de aplicación de la encuesta se dio por situaciones coyunturales, donde los miembros del equipo consultor se encontraban con operadores orgánicos en actividades del sector y se aprovechaba para aplicar las entrevistas directamente.

Para el análisis de la información se procedió a realizar gráficos con los resultados más importantes del sondeo. Sin embargo hay que mencionar que se entrega una matriz con toda la información recopilada durante las entrevistas. Consideramos que esta información es muy valiosa para el PNAO, ya que en la matriz esta toda la información sistematizada del sector orgánico nacional, en cuanto a los operadores orgánicos registrados.

Resultados en la obtención de la información:

Cuadro 2. Número de operadores orgánicos entrevistados

Total operadores orgánicos registrados en CR	102
Operadores que ya no continúan como orgánicos	5
Operadores entrevistados con información completa	75
Operadores sin respuesta	22

De los 97 operadores existentes se obtuvo la información de 75, lo que representa un 77,3 % del universo total de los operadores orgánicos, el 22,7% restante es el conjunto de operadores que por las siguientes razones no se lograron obtener datos:

- No había interés para participar en el estudio. Algunos solicitaron la información por correo electrónico, sin embargo no existió respuesta de parte de ellos a pesar del seguimiento telefónico que se le dio.
- No fue posible hacer contacto con algunos. Los números telefónicos no correspondían o no existían en ninguna otra base de datos.

- En algunas ocasiones no se tenían los datos telefónicos, por lo que se procedió a enviar un correo electrónico para hacer contacto con las organizaciones, pero no se tuvo respuesta.

De los 22 operadores que no se obtuvo respuesta, 15 corresponden a operadores en transición y 7 a operadores orgánicos.

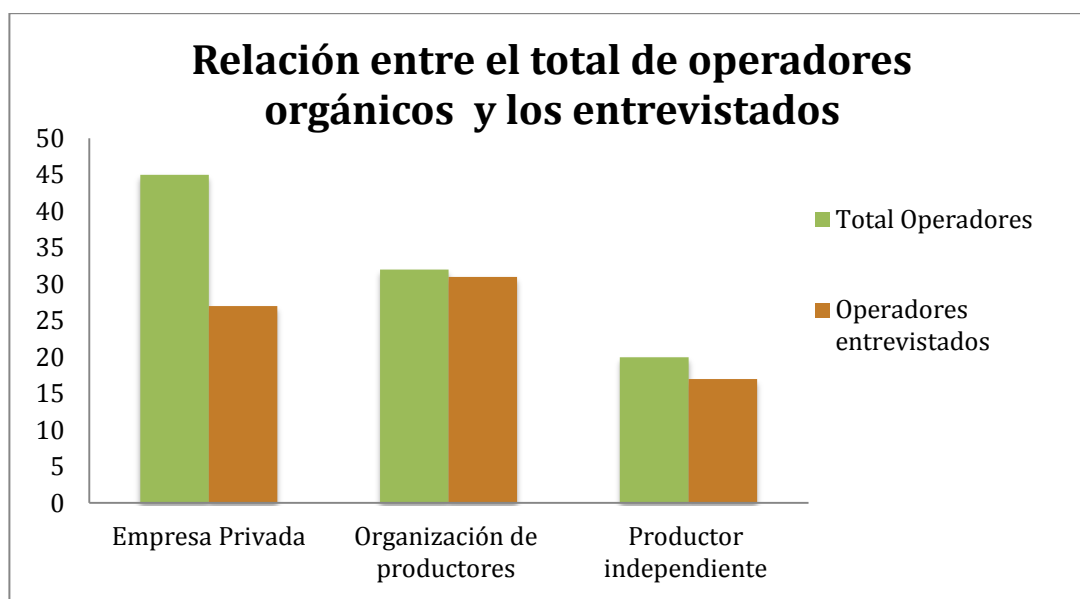


Figura 1. Relación entre operadores existente en CR y operadores entrevistados

Como se observa en el gráfico anterior la mayoría de operadores no entrevistados corresponden a empresas privadas, seguido de productores independientes y por último una organización de productores (Upacob).

Importante mencionar que este 22% de operadores sin respuesta corresponde solamente a 37 productores en total (16 por Upacob y 21 empresas independientes) de los 2150 productores que existen en el país. Por lo que a nivel de productores la muestra se considera representativa, con más de un 98 % de los productores representados.

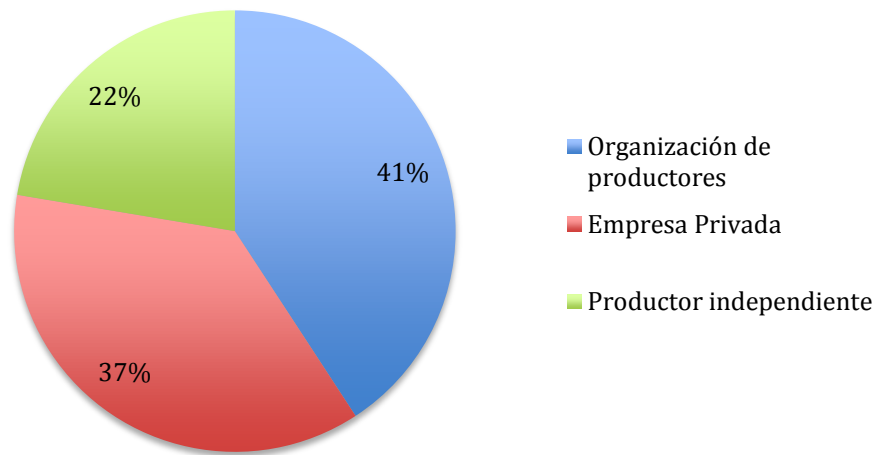


Figura 2. Porcentaje de operadores orgánicos entrevistados según categoría.

La figura 2 indica que las organizaciones de productores orgánicos son las que tienen una mayor presencia dentro de los resultados del estudio, siguiendo la empresa privada y por último los productores independientes.

Entrevistas a los canales de comercialización o puntos de venta

La metodología utilizada para las entrevistas a los puntos de venta fue similar a la de los productores. Ya que el PNAO tampoco manejaba información sistematizada sobre los puntos de venta que actualmente comercializan los productos orgánicos.

Fase 1: Desarrollo de la información para la entrevista de los puntos de venta

Para la formulación de la entrevista se tomaron en cuenta las siguientes preguntas:

- Nombre del punto de venta.
- Productos que ofrecen.
- Volumen aproximado de ventas.
- Dificultades que enfrentan en la comercialización.
- Proveedores
- Sector del país que atienden (Gobierno, sociedad civil, privado, turismo)

Fase II: Identificación de los puntos de venta

La identificación de los canales de comercialización se realizó de acuerdo con los resultados de la entrevista de los operadores al indicar donde vendían sus productos a nivel nacional. La identificación se concentró en los lugares que más diversidad y volumen de productos manejan además de la frecuencia de compra.

Para tener los datos de contacto de estos canales de comercialización se utilizaron las siguientes fuentes:

- Páginas en internet (Periódico El Financiero),
- Conocimiento del sector por parte de IBS.
- Páginas en Internet y Facebook.
- Consulta a una especialista en el tema. (Mayra López)

Al final se lograron identificar 30 puntos de venta, de los cuales 23 completaron la encuesta.

Fase III: Sistematización de la información

Luego de identificar los puntos de ventas, se procedió a realizar un documento para visualizar el nombre de la iniciativa, la ubicación, el horario y la persona o personas encargadas del proyecto para proceder con ellos al levantamiento de la información.

Fase IV: Aplicación de la encuesta

La aplicación de la encuesta se realizó de manera telefónica. Los resultados fueron detallados en una matriz (Anexo 1). La mayoría de las encuestas fueron realizadas por dos técnicas que fueron previamente capacitadas para el tema, siempre bajo la supervisión del equipo consultor.

Resultados en la obtención de la información:

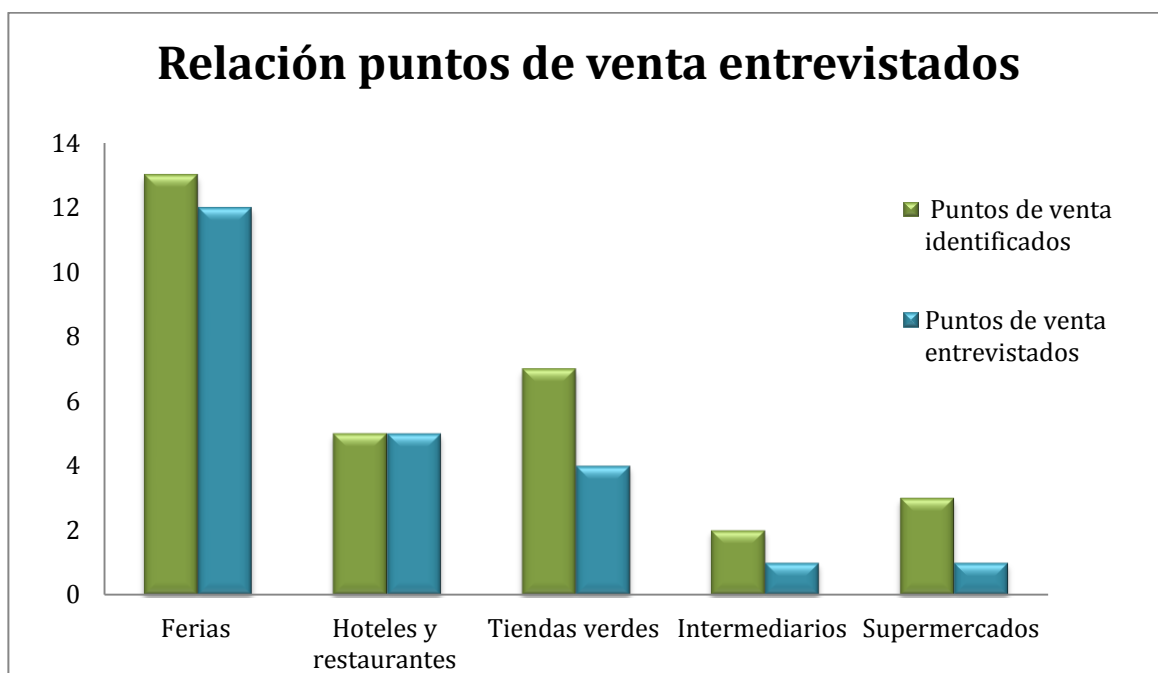


Figura 3. Relación entre punto de ventas identificados y entrevistados.

Como se observa en el gráfico anterior la mayoría de entrevistados que dieron respuesta, fueron los hoteles y restaurantes con un 100% de participación. Le siguen las ferias del agricultor, tiendas verdes, intermediario y por último los supermercados, ya que de 3 posibles, sólo uno contestó a nuestras preguntas.

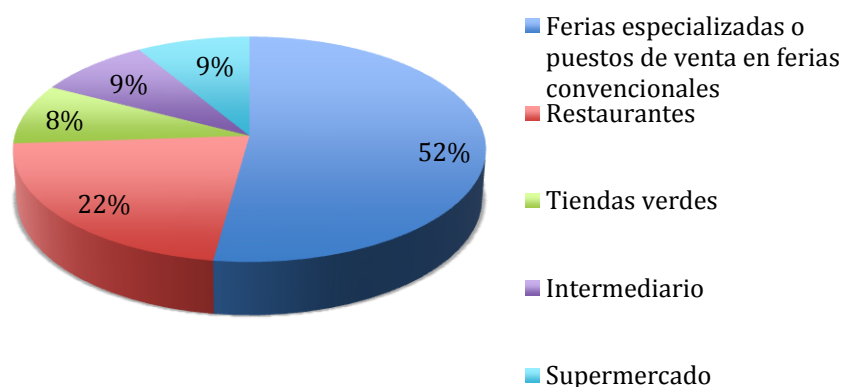


Figura 4. Tipo de canales de distribución entrevistados.

De los canales de comercialización entrevistados, son las ferias las que tienen mayor participación en el estudio, seguido de los restaurantes.

En el caso de las ferias es el canal con mayor participación en el mercado local, por lo que se considera que la información recolectada es altamente significativa.

2. Estudio rápido de la red orgánica nacional

Este punto se le llamará en adelante: “MAPA DE ACTORES” y fue desarrollado en dos fases:

Fase I: identificación de actores y sus competencias

Para identificar los principales actores y sus competencias, el equipo consultor se basó en dos componentes:

Revisión de documentos claves:

- Ley 8591
- Directorio de servicios y recursos PROAMO 2011
- Página web IBS Soluciones Verdes con mapa de actores del sector orgánico:
<http://www.ibssolucionesverdes.com/mapa-actores>

Entrevistas a personas claves involucradas en el medio:

- Entrevista con productores orgánicos (pregunta sobre la vinculación con los servicios de apoyo)
- Equipo Consultor IBS Soluciones Verdes (amplia experiencia y manejo de relaciones con actores claves del sector)

Todas las competencias y temas adjudicados a los actores se identificaron de acuerdo con las responsabilidades de cada quién. Así, se tomaron en cuenta los actores

institucionales mencionados por la ley 8591 y el tema que trabajan directamente con los productores (mencionados en la entrevista de los operadores), también los que se indican en los sitios web de cada uno de los actores y la información encontrada en el directorio de servicios y recursos publicado por PROAMO y SEFAS en el año 2011.

Al final de la fase se lograron identificar 68 actores claves dentro de la red nacional orgánica.

Fase II: Sistematización de la información

Los datos recolectados se sistematizaron en una tabla de Excel (**Anexo 2**) donde indica el nombre del actor y su competencia / tema en el que trabaja.

Los actores se clasificaron bajo estas 5 categorías:

- Institucional: Sector gobierno
- Privado: Sector empresa privada
- Academia: Universidades e instituciones académicas estatales y privadas que trabaja con temas relacionados a la AO
- Apoyo: Todo el sector ONG y privado que apoya el sector financiando proyectos y fomentando la actividad
- Gremial: Grupos de actores que conforman una organización para trabajar el tema

Cada categoría se dividió en dos grupos:

- Actores actuales: actualmente tienen relación con el sector orgánico y desarrollan alguna actividad en AO
- Actores potenciales: Son aquellos que durante el estudio se identificaron como actores que tienen la capacidad para apoyar y desarrollar actividades en beneficio del desarrollo el fomento o la promoción del sector orgánico.

Importancia o relevancia del actor: Se asignó un color a cada uno de los actores que los identifica como alta, baja y media, según lo indicado por la ley 8591 y por su participación actual en el sector.

3. Situación actual de la oferta de servicios de apoyo y control

Para el desarrollo de este apartado, se creyó pertinente realizar una valoración de las relaciones entre los actores clave que existen en el entorno nacional. Se diseñó la siguiente matriz para sistematizar los resultados:

Cuadro 3. Matriz para sistematizar los resultados de las relaciones entre los actores

Actores competentes		¿Existe relación?		Relación	Efectividad de la relación			Logros de la relación (productos logrados)	Comentarios
Actor 1	Relación 1	Sí	No		Buena	Regular	Mala		
	Relación 2								

La efectividad de la relación se clasificó en tres categorías:

Buena: Cumple de manera total con las funciones de la relación.

Regular: Cumple parcialmente con las funciones de la relación.

Mala: No cumple las funciones de la relación.

Las funciones de la relación son determinadas de acuerdo con las competencias y responsabilidades de cada uno de los actores. Estas competencias están directamente relacionadas con lo establecido en el reglamento a la ley 8591.

Para completar la matriz se procedió con las siguientes fases:

Fase I: Identificación de los actores

Se utilizaron las siguientes fuentes de información para identificar a los actores:

- Ley 8591. Identificación de acuerdo con las responsabilidades mencionadas en la ley, así como su reglamento
- Utilización del mapa de actores desarrollado durante el estudio
- Página web de cada una de las instituciones
- Entrevistas a los productores orgánicos (pregunta sobre la vinculación con los servicios de apoyo)

De acuerdo con una revisión exhaustiva de la información, se identificaron:

- 4 actores claves (actor 1) a relacionarse con
- 17 organizaciones (actor 2).

Todos mencionados por la ley y el reglamento. A estos actores clave se les llamó: “Actores Principales”

Por otro lado, se identificaron actores que la ley no los menciona pero que juegan un papel relevante en el apoyo al sector orgánico. Estos actores son tanto del gobierno, como del ámbito privado y de apoyo. A estos se les llamó “Actores secundarios”.

Fase II: Obtención de la información

Se realizaron entrevistas personales a los 4 actores principales, a continuación el departamento y la persona que fue entrevistada:

Cuadro 4. Actores principales entrevistados

Departamento	Persona entrevistada	Puesto
ARAO	Elizabeth Ramírez	Autoridad competente. Dirección de Acreditación y registro
DPS	Roberto Azofeifa	Encargado del departamento de

		Producción Sostenible
PNAO	Mauricio Chacón	Gerente del Programa Nacional de Agricultura Orgánica
DSOREA	Erick Quirós	Dirección superior de operaciones regionales y extensión agropecuaria

Las preguntas de las entrevistas estaban de acuerdo con la responsabilidad que tenía cada actor según la ley 8591.

Para los actores secundarios se realizaron entrevistas telefónicas.

Cuadro 5. Actores secundarios entrevistados

Institución	Personas entrevistada	Puesto
Banco Nacional	Yendry Herrera y Yeudin Sánchez	Dirección Banca Desarrollo
Banco Popular	Heiner González	Coordinador de Negocios de Desarrollo
Fundecoperación	Kathya Rojas	Encargada de promoción de crédito para el Desarrollo Sostenible.
CEDECO	Ligia Marchena	Directora Técnica de CEDECO
MAOCO	Rodrigo Crespo	Miembro Unidad Técnica
	Rocío Sánchez	Asistente administrativa
ICAFE	Jorge Ramírez	Gerente Técnico
IMAS	Hellen Alvarado	Jefe del Departamento de Planificación Administrativa

Fase II: Sistematización en la matriz

Todos los resultados fueron colocados en la matriz para su mejor interpretación (**Anexo 3**). En el caso de los actores principales (indicados por ley) la efectividad de la relación se midió de acuerdo con las actividades que deben realizar según corresponda y la relación

es entre departamento y no entre las personas que tienen a cargo el puesto como responsable.

Para el caso de los actores que no están considerados dentro de la ley, se tomaron en cuenta con quiénes se relacionaban y en qué tema lo hacían. La efectividad de la relación la midieron los entrevistados y no el equipo consultor, esto porque no hay ningún documento (reglamento o ley) que indique cuál debe ser su relación. Por el contrario las relaciones existentes son iniciativas de cada organización.

Resultados Componente II

- SONDEO DE MERCADOS
- MAPA DE ACTORES (RED ORGÁNICA NACIONAL)
- RELACIONES ENTRE ACTORES

Sondeo de mercados

Entrevistas a operadores:

La siguiente información representa los resultados obtenidos a partir de las entrevistas realizadas al 77,3 % del universo de los operadores orgánicos del país, lo cual representa el 98% de los productores orgánicos de Costa Rica. Estos resultados son extraídos del **Anexo 1** Información sistematizada de la encuesta a los operadores orgánicos y puntos de venta en Costa Rica.

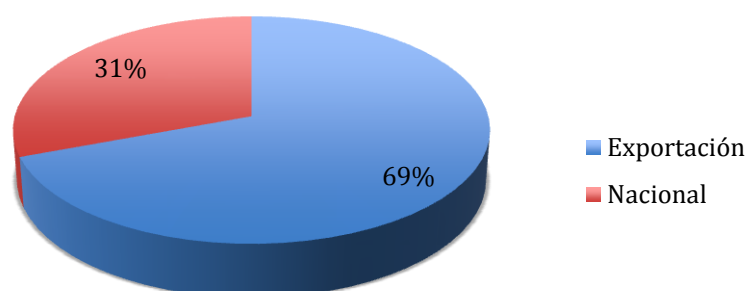


Figura 5. Mercado destino de la producción orgánica nacional

Según la figura 5, la producción orgánica nacional está orientada a la exportación con un 69% del total.

Siendo el fomento, la promoción y el desarrollo de la agricultura orgánica la función principal de la ley 8591, se debe considerar el desarrollo de estrategias nacionales que también contemplen el apoyo a la exportación y por otro lado desarrollar mecanismo propicios para la apertura del mercado nacional y así productos tanto frescos como procesados puedan estar disponibles para los consumidores locales.

Casos específicos son el azúcar y el banano. Estos productos son escasos en el mercado local a pesar de que según las estadísticas del SFE en el 2012 encabezaron la lista junto con la piña de los productos con mayor cantidad de kilos exportados (1,270,267.5 kilos de azúcar y 2,344,886.9 kilos de banano). Algunas de las empresas y organizaciones de productores que exportan, indican que: “están dispuestas a comercializar su producto a nivel local una vez que encuentren un mercado que quiera sus productos, ya que hasta el momento es un mercado muy tímido que desconoce los beneficios de los productos orgánicos y que por esto no están dispuestos a darle el valor que estos tienen”.

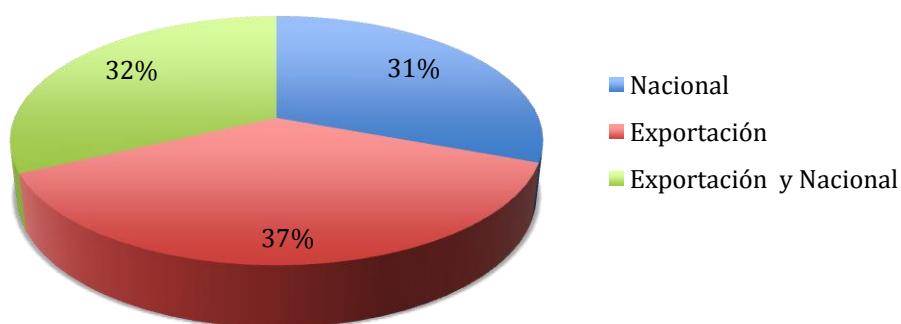


Figura 6. Distribución del mercado destino de la producción nacional

Es interesante ver como el 32% de los productos que están destinados a la exportación también se comercializan en el mercado local, esto es debido a dos razones fundamentalmente según los entrevistados:

- 1) Se colocan los productos que no califican con los estándares internacionales y
- 2) Los operadores tienen acceso al mercado nacional para una pequeña parte de sus productos (caso del café, la piña y el dulce granulado). Estos productos se comercializan tanto como orgánicos como convencionales.

Nuevamente se ve la importancia de desarrollar acciones que vayan orientadas al fomento de la comercialización de productos orgánicos a nivel nacional, ya que ese 32% de operadores que también colocan producto orgánico en el país, indican que “no dejan más producto a lo interno porque no tienen mercado”. En ese sentido, se considera que con políticas y acciones claras de fomento al consumo interno pueden verse favorecidos tanto los productores como los consumidores al tener a su disposición productos con calidad de exportación en el mercado local.

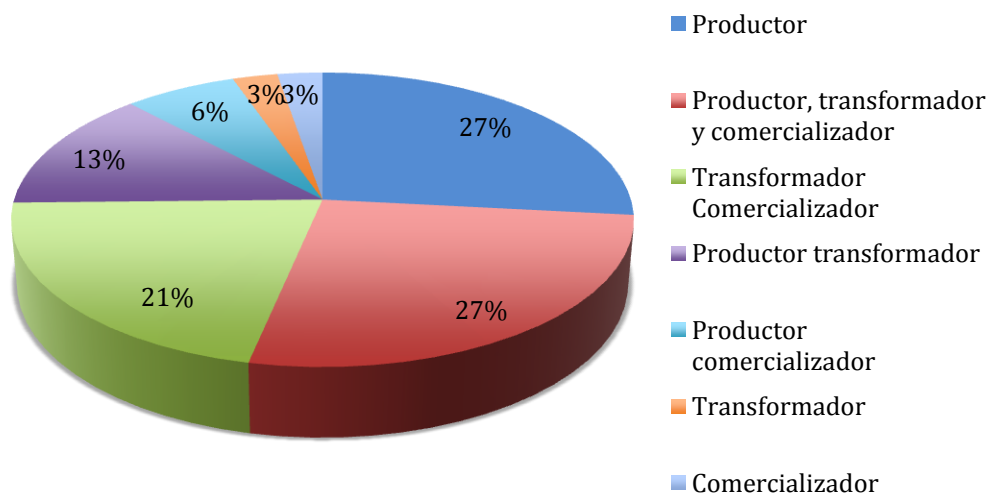


Figura 7. Tipo de operadores orgánicos en Costa Rica

A nivel de valor agregado para los productos orgánicos, un alto porcentaje de operadores (27%) todavía producen materias primas únicamente sin llegar a productos terminados; otros operadores importantes (27%) son aquellos que son productores-transformadores y comercializadores. En tercer lugar están los que son transformadores y comercializadores. Esto significa que el nivel de valor agregado en la agricultura orgánica todavía es un punto a desarrollar de manera importante en conjunto con los productores.

Las políticas de gobierno deben estar ligadas al apoyo de los productores para que tengan acceso al mercado y puedan comercializar sus productos ellos mismos, de igual manera transformarlos en productos con mayor valor agregado. Además de las políticas debe existir un ente que se encargue de ejecutarlas, ya que actualmente aunque exista la ley, no hay acciones concretas que apoyen la comercialización de productos orgánicos.

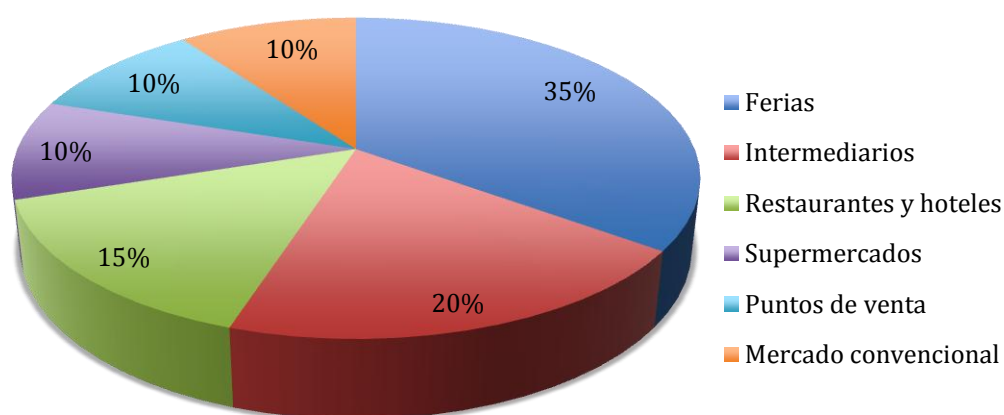


Figura 8. Canales de comercialización de productos orgánicos en el mercado nacional.

Según la figura 8, actualmente el principal canal de comercialización de productos orgánicos destinados al mercado nacional son las ferias, seguido de intermediarios. Como las ferias son el canal predominante, cobra relevancia el hecho de tener una referencia clara de precios y diferenciación de los productos orgánicos en los puntos de venta, ya que según los productores en muchos casos los productos orgánicos deben ofertarlos hasta al mismo precio de los convencionales o en varios casos se vende productos como orgánicos que no están debidamente documentados y certificados.

El segundo canal de comercialización son los intermediarios, por lo que se nota una oportunidad para que los productores logren una mayor ganancia en la venta de sus productos si pudieran comercializarlos de forma directa al mercado.

Cuadro 6. Presencia de productos orgánicos en los distintos canales de comercialización

Producto	Ferias	Supermercados	Intermediario	Restaurantes	Tiendas verdes	Mercado Convencional
Arroz				X		
Azúcar		X				
Banano						X
Cacao en polvo	X				X	
Café Cereza			X			
Café tostado	X			X	X	
Chocolates en barra				X	X	
Dulce granulado	X		X	X		X
Fresa	X					
Frijol	X					
Frutas (Arazá, Naranja, uva, limón)			X			
Harinas de arroz y plátano	X			X	X	
Hortalizas y vegetales	X	X	X	X	X	X
Limón y granadilla					X	
Mermeladas piña-papaya-		X				
Mora fresca	X		X			x
Mora congelada						X
Néctar de noni		X				
Piña deshidratada		X				
Piña fresca	X	X	X			

Tubérculos	X					
Infusiones (Té Verde-Manzanilla-Negro)		X				
Vinagre de banano	X	X				
Total	12	8	6	6	6	5

Según el cuadro, es en las ferias es donde se pueden encontrar la mayor variedad de productos orgánicos, seguido de los supermercados.

Vuelve a llamar la atención que los intermediarios tienen una fuerte participación en la comercialización, ofreciendo diversidad de productos orgánicos, por lo que se puede decir que hay una aceptación del mercado costarricense por tener una oferta diversa de productos orgánicos.

Por otro lado, es preocupante ver que algunos operadores están colocando producto orgánico en el mercado convencional y más preocupante ver que existan productos que solamente se comercialicen en este mercado. Los productores indican que esto ocurre por la inexistencia de un mercado que pueda reconocer el producto como orgánico y que esto es debido a la falta de estrategias de promoción que existen en el país.

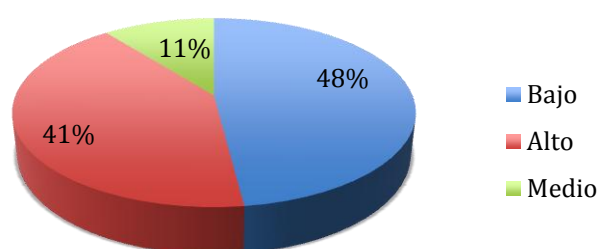


Figura 9. Importancia del mercado nacional para los operadores orgánicos

Durante las entrevistas a los operadores se les preguntó sobre la importancia que tiene el mercado nacional para su organización. Esto con el objetivo de medir las aspiraciones de la organización respecto al mercado, para que el MAG tenga mayores insumos y así

implementar políticas y acciones de promoción y fomento de la agricultura orgánica, de manera más acertada.

Los resultados de la encuesta indicaron que el 48% de los entrevistados consideran de importancia baja al mercado nacional. Este porcentaje corresponde a los operadores que tienen su producción con fines de exportación. Si comparamos este porcentaje contra el 69% de los operadores que producen para la exportación vemos que entonces existe alrededor de un 20% de estos operadores que están en la clasificación de relevancia alta y media, lo que indica que ven el mercado nacional como una gran opción para colocar sus productos.

En este sentido, se cree importante tomar en cuenta a estas empresas cuando se elaboren las políticas y estrategias a nivel nacional sobre agricultura orgánica, ya que por lo general estos operadores son excluidos por considerarse empresas con productos para la exportación y algunas cuentan con estructura, producto y logística que pueden ser muy útiles para desarrollar iniciativas de comercialización y abastecimiento de productos orgánicos a nivel local que requieren de volúmenes considerables (ejemplo mercado institucional), además del desarrollo de estrategias sólidas en la comercialización de productos orgánicos para el consumo de todos los costarricenses.

Entrevistas a los canales de comercialización:

La información que se presenta a continuación resume los resultados más importantes de acuerdo con las entrevistas realizadas a 23 canales de comercialización de los 30 identificados. Estos resultados son extraídos del **Anexo 1:** Base de datos con la información sistematizada de la encuesta los operadores orgánicos y canales de comercialización en Costa Rica.

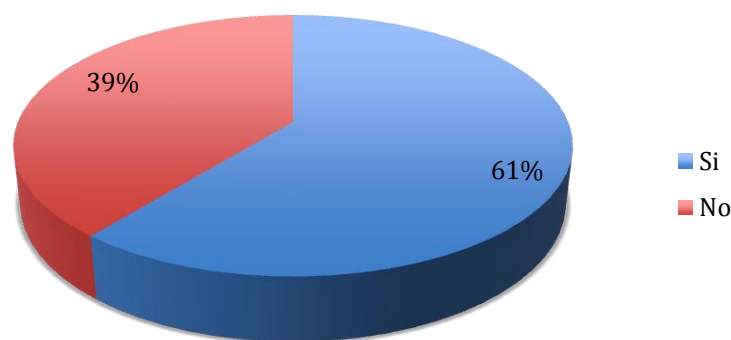


Figura 10. Puntos de venta que comercializan productos en transición en el mercado local

Un alto porcentaje (61%) de los puntos de venta indicaron que sí comercializan productos en transición, lo que significa que existe una oportunidad para los productores que están en el periodo de transición de poder colocar sus productos en un mercado diferenciado.

Por otro lado, es importante señalar que aunque no exista ninguna iniciativa de información y promoción de la agricultura orgánica a nivel nacional, el mercado acepta estos productos como parte del proceso de producción, por lo que se ve una gran oportunidad de crear mecanismos de información sobre la existencia y el proceso que llevan las etapas de transición para aumentar el porcentaje de canales o establecimientos que vendan estos productos y el interés de los productores por entrar a los sistemas de producción orgánica.

De los puntos de venta (canales de comercialización) entrevistados, el 78% indicaron que solicitan a los productores el certificado de los productos orgánicos para comercializarlos. El otro 22% indica que no lo solicita porque confía en sus proveedores.

Se considera que un 78% es un porcentaje alto y demuestra que la mayoría de puntos de venta manejan información necesaria para la comercialización de productos orgánicos, sin embargo se cree necesario que exista un mecanismo que regule esos comercios para

asegurar el cumplimiento de la normativa orgánica y proteger tanto al consumidor como al productor.

Dificultades en la comercialización

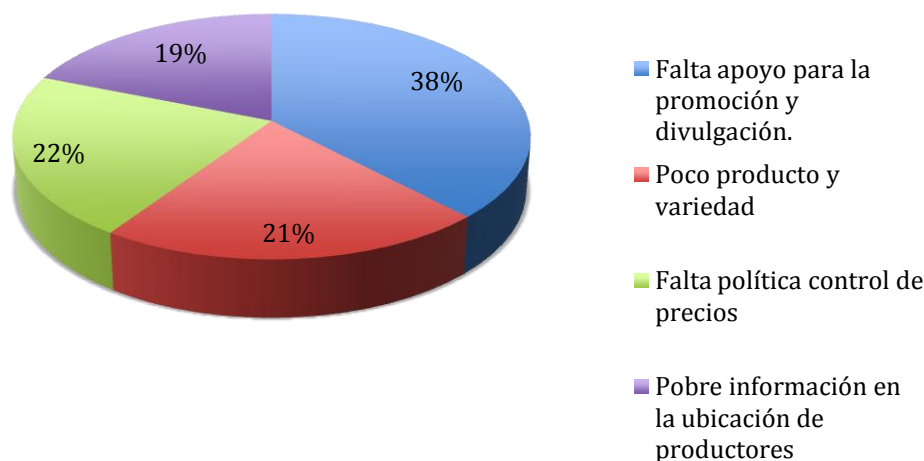


Figura 11. Principales dificultades que enfrentan los canales de comercialización en la venta de productos orgánicos

Según las entrevistas realizadas en los puntos de venta, el principal problema en la comercialización de productos orgánicos es la falta de apoyo en la promoción y divulgación de este tipo de producción por parte del gobierno, son pocos los consumidores que conocen los beneficios de estos productos y la ubicación de los puntos de venta donde los puedan encontrar. La falta de una política clara de precios para este tipo de productos, también es importante según lo indicado por los comercializadores.

Cabe señalar que en estos dos puntos concuerdan consumidores, comercializadores y productores, por lo que se debe considerar como puntos importante a tomar en cuenta en cualquier acción, plan, política o estrategia que se quiera desarrollar para el fomento de la actividad.

En esto definitivamente existe una oportunidad de mejora para la implementación de la ley por parte de los responsables de su ejecución.

Mapa de actores (red orgánica nacional)

El siguiente cuadro muestra en resumen el número de actores actuales y potenciales que se identificaron durante el estudio, así como la cantidad de actores con alta relevancia. Es importante indicar que se hace referencia a los actores identificados en esta investigación de acuerdo con las fuentes consultadas. Estos datos son extraídos del documento llamado: **Anexo 2 Mapa de actores en el sector orgánico de Costa Rica.**

Cuadro 7. Número de actores identificados según el sector al que pertenecen y su relevancia

	ACTORES ACTUALES (AA)		ACTORES POTENCIALES (AP)		Total (AA+AP)
	Total AA	Alta Relevancia	Total AP	Alta Relevancia	
Institucional	14	6	13	3	27
Privado	14	4	1	0	15
Academia	5	0	2	0	7
Apoyo	12	1	0	0	12
Gremial	3	1	4	0	7
Total	48	12	20	3	68
Porcentaje	71%	25%	29%	15%	

Según el cuadro anterior, actualmente existen 48 actores que trabajan en algún tema relacionado con la agricultura orgánica y 20 adicionales que tienen la estructura y las condiciones para ejecutar actividades en pro del fortalecimiento de la agricultura orgánica.

En los cinco sectores identificados se encuentran actores que están trabajando de alguna manera en el tema, por lo que partiendo de un plan estructurado, buena coordinación y articulación entre todos, es posible tener un mayor impacto en el desarrollo, fomento y promoción de la agricultura orgánica en el país.

Los sectores “institucional y privado”, son los que actualmente cuentan con un número mayor de personas o instituciones involucradas en el tema, y son los que tienen el número más alto de actores con relevancia alta. Es preocupante ver como el sector institucional carece de un actor con gran relevancia como lo es el DFPAO, quien es el encargado de la coordinación de actividades claves para la ejecución de la ley de desarrollo, fomento y promoción de la actividad orgánica en la ley 8591.

Por otro lado, se visualiza que el sector institucional (en este caso el MAG), no está aprovechando los recursos existentes a pesar del respaldo que le da la ley para articular los actores clave y trabajar de forma coordinada. Apenas el 20% de los actores encontrados son del sector institucional, cuando en realidad debería predominar su participación en el sector. Se considera que esto es debido a la evidente inexistencia del ente coordinador y dinamizador de las relaciones entre los actores responsables según la ley.

Adicionalmente, es importante mencionar que el sector clasificado como de “Apoyo” tiene una participación importante dentro del marco de la agricultura orgánica, sin embargo solo tiene una instancia (Fundecooperación) que ha sido de alta relevancia en el desarrollo del sector. De igual manera, el MAG puede aprovechar las actividades de apoyo que ofrecen estos actores.

Relaciones entre Actores

A continuación se presenta una síntesis de los resultados según lo encontrado en el estudio. El primer cuadro contempla las relaciones entre los actores que menciona la ley y el segundo son los actores seleccionados por la relevancia que tienen en el sector, estos últimos han sido mencionados dentro de las entrevistas de los productores como entes de apoyo.

La información completa y detallada se encuentra en el **Anexo 3**. Vinculación de los actores más importantes en el sector orgánico nacional.

Cuadro 8. Relaciones de los actores responsables del fomento, desarrollo y promoción de la actividad orgánica nacional según la ley 8591

Actores competentes (*)		Efectividad de la relación (**)			
		Buena	Regular	Mala	No existe
DPS (DFPAO)	PNAO		X		
	PITTA ORGANICO	X			
	INTA			X	
	ARAO		X		
	PROCOMER			X	
	MEP				X
	CNP				X
	Ministerio de Comercio exterior			X	
	INS				X
	ASA'S	X			
	Bancos estatales (decir nombre)		X		
	MEIC FODEMIPYME				X
	Ministerio de Hacienda	X			
	Agencias Certificadoras				
ARAO	PNAO				X
	DPS (DFPAO)		X		
	Certificadoras		X		
PNAO	DPS (DFPAO)		X		
	ARAO				X
FODEMIPYME	MAG- DPS				X
	PNAO				X
BANCO NACIONAL	MAG- DPS				X
	PNAO				X
BANCO	MAG-DSOREA				X

POPULAR	PNAO				X
Total		3	6	3	12

Cuadro 9. Relaciones de los actores más importantes involucrados actualmente en el desarrollo, fomento y promoción de la actividad orgánica nacional

Actores competentes (*)		Efectividad de la relación**			
		Buena	Regular	Mala	No existe
Fundecooperacion	MAG-DSOREA				X
	PNAO				X
CEDECO	PNAO		X		
	DPS				X
	PITTA ORGANICO		X		
	UCR	X			
	UNA				X
	MAOCO				X
	COOPERATIVA SIN FRONTERAS	X			
	BANCO NACIONAL	X			
MAOCO	PITTA- ORGANICO		X		
	UNIDAD TECNICA		X		
	UNED-Banco Nacional	X			
	PPD	X			
	INA			X	
	HIVOS REDES		X		
IMAS	Oficina de Extensionistas		X		
ICAFE	ARAO	X			
	DPS		X		

Total

6	7	1	5
---	---	---	---

(*) Las relaciones se hacen con base en las competencias de cada organización y no con base en las personas que trabajan en la institución.

(**) Buena: Cumple de manera total con las funciones de la relación / Regular: Cumple parcialmente con las funciones de la relación / Mala: No cumple las funciones de la relación

Según la investigación desarrollada, la mayoría de los actores principales, no tienen relaciones articuladas entre sí y las que tienen son de manera poco consistente provocando que no haya un impacto importante en el desarrollo, fomento y promoción del sector orgánico.

Las únicas relaciones identificadas como “Buenas” que se pueden mencionar son:

- El trabajo conjunto entre el DPS y el PITTA Orgánico
- DPS y las ASA's
- DPS y el ministerio de hacienda y las certificadoras

Sin embargo, dichas acciones en su mayoría son muy específicas y de carácter administrativo, lo que provoca un bajo impacto en el sector orgánico.

La relación entre el DPS y otros actores importantes como PNAO, ARAO, Bancos Estatales, el INTA, PROCOMER, Ministerio de Comercio Exterior, MEP, CNP, INS, MEIC-FODEMIPYME tienen grandes oportunidades de mejora para lograr un impacto mayor en acciones concretas para la ejecución de la ley.

Se hace necesaria una revisión profunda entre el MAG y los principales actores para detallar un plan operativo anual que permita con acciones concretas y articuladas un avance significativo en la implementación de la ley y provocar un impacto en el desarrollo, fomento y promoción del sector orgánico.

Por otro lado, existen actores que están al margen de la ley de fomento 8591, que actualmente realizan acciones específicas (y en algunas ocasiones) de manera muy efectiva para el sector orgánico. Estos actores deben estar incluidos como importantes y

a tomar en cuenta para mejorar la ejecución de la ley 8591 por parte del MAG. Entre estos actores están: Fundecooperación, CEDECO, MAOCO, IMAS e ICAFÉ.

Con el IMAS, ya se han establecido casos donde el apoyo económico para la mejora o construcción de infraestructura ha sido de gran beneficio para organizaciones de productores y productoras.

Fundecooperación, actualmente es la entidad de apoyo financiero que ofrece condiciones muy favorables para los productores en tiempos efectivos. Según indican ambas instituciones, están con toda la disposición para fortalecer y crear relaciones en pro del sector donde tanto las organizaciones como los productores se benefician.

Otro de los puntos a considerar es que actores importantes que están apoyando el sector actualmente tales como: Fundecooperación, Banco Nacional, Banco Popular, Fodemypime, IMAS y El ICAFE, indican desconocer la existencia del PNAO, lo que refuerza más el punto de la desarticulación existente en el sector y el desaprovechamiento de recursos para el desarrollo de planes de trabajo consensuados entre actores clave del sector y orientados hacia un mismo objetivo.

Componente 3: Implementación de la ley 8591

Realizar una valoración de los avances e impactos en la aplicación de la ley de Fomento a la Agricultura Orgánica.

Contempla:

- Acceso a incentivos.
 - Acceso al mercado institucional.
 - Fortalecimiento de la institucionalidad
-

Objetivo

Elaborar un estudio que determine los avances, alcances e impactos de la implementación de la ley 8591.

Metodología

Para valorar los avances e impactos que ha tenido la aplicación de la ley de Fomento de la Agricultura Orgánica, lo primero que se hizo fue hacer un resumen de la ley 8591, esto con el fin de identificar los principales puntos de acuerdo con los 3 ejes del estudio:

- 1) Acceso a incentivos
- 2) Acceso al mercado institucional
- 3) Fortalecimiento de la institucionalidad

A partir de esta tarea, se desarrollaron las siguientes fases:

- Identificación de las categorías por cada eje
- Identificación y desarrollo de las unidades de análisis
- Identificación de actores responsables
- Desarrollo de entrevistas a actores claves
- Análisis: Hallazgos, impacto, alcance

Identificación de las categorías:

Dentro de cada eje se identifican las categorías correspondientes para llevar un orden y así estructurar los resultados de acuerdo con cada tema.

Unidades de análisis:

Para hacer la valoración de la ley, se identificaron 5 unidades de análisis distintas:

1. Ley 8591 para el Desarrollo, Promoción y Fomento de la actividad Agropecuaria Orgánica
2. Reglamento a la ley 8591
3. Ideas fuerza de productores recopiladas en talleres nacionales realizados por el PNAO
4. Entrevistas a los productores, puntos de venta de productos orgánicos y actores clave del sector
5. Otras fuentes en línea o escritas.

Cada unidad de análisis fue desarrollada según tema correspondiente. En algunas ocasiones no existían datos dentro de la unidad de análisis que concordaran con la categoría identificada, en este caso sólo se mencionó en la casilla “No aplica”

Identificación de actores

Se identificaron los actores claves (según la ley y su reglamento) que son los responsables de implementar las acciones para la ejecución de la ley.

A continuación los actores identificados:

- DSOREA: Erick Quirós, Director
- SFE: ARAO: Elizabeth Ramírez, Autoridad competente
- PFAS ahora DPS : Roberto Azofeifa, Departamento de Producción Sostenible
- PNAO: Mauricio Chacón, gerente programa agricultura orgánica (2011 - Junio 2013)
- FODEMYPYME: Roger Conejo, director de Banca

Durante el desarrollo de las entrevistas con los productores se identificaron algunas personas o instituciones que en este momento están apoyando el sector y en ocasiones

incluso desarrollan funciones que le corresponden al MAG, por esta razón se creyó importante entrevistarlos. A continuación los actores que se entrevistaron:

- Banco Nacional: Yendry Herrera
- Banco Popular: Heiner González
- Fundecoperación: Kathy Rojas

Para desarrollar los hallazgos, alcances e impactos de la ley se tomaron distintas fuentes de información. A continuación se mencionan por categoría:

Hallazgos

Actores responsables según lo indica la ley, por parte del MAG:

- DSOREA: Erick Quirós, Director
- SFE: ARAO: Elizabeth Ramírez, Autoridad competente
- PFAS ahora DPS : Roberto Azofeifa, Departamento de Producción Sostenible
- PNAO: Mauricio Chacón, gerente programa agricultura orgánica (2011 - Junio 2013)

Otras instancias:

- FODEMYPYME: Roger Conejo, director de Banca
- Banco Nacional: Yendry Herrera
- Banco Popular: Heiner González
- Fundecoperación: Kathy Rojas

Desarrollo de las entrevistas:

Las entrevistas se realizaron de manera presencial a los actores responsables de la ejecución de la ley, y de manera telefónica a las otras instancias.

Los hallazgos se desarrollaron según los resultados obtenidos por cada una de la unidad de análisis. Se realizó un cruce de información entre todas las unidades siempre basado en lo indicado en la ley de acuerdo con cada eje y su categoría.

Alcances

Para medir los alcances que ha tenido la ley, se ha verificado el trabajo, los logros, relaciones y productos tangibles que se tienen actualmente. De ahí, se le dio una calificación para poder medir esos alcances:

- Sin alcance: No existe evidencia de avances o trabajos realizados
- Corto alcance: Existen pocas acciones sin resultados tangibles
- Mediano alcance: Más del 50% del trabajo establecido se ha realizado y existen resultados tangibles y comprobables.
- Alto Alcance: Todos las acciones se han realizado y existen resultados comprobables

Impacto

El impacto fue medido por medio de parámetros cuantitativos que permiten ver la cantidad de operadores orgánicos beneficiados o el número de convenios establecidos. De esta manera, se utilizó la siguiente numerología para definir el impacto que ha tenido la ley:

- Nulo: 0
- Muy bajo: 1-19%
- Bajo: 20-39 %
- Medio: 40-59%
- Alto: 60-79 %
- Muy alto: 80-100%

Una vez recopilada toda la información, se procedió con el desarrollo de la matriz (**Anexo 4. Valoración del impacto y alcance de la ley para el desarrollo, promoción y fomento**

de la actividad agropecuaria orgánica, No. 8591) con base en las 3 ejes de la ley que se tomaron como categorías principales (Acceso a incentivos, Acceso a mercados, Fortalecimiento Institucional)

Emergentes:

Durante el transcurso de la consultoría surgió el tema de acceso de la información como otra arista de la ley que no se estaba tomando en cuenta según los términos de referencia contratados. Este eje se le consideró relevante porque fue mencionado en las entrevistas de los productores y puntos de venta. Además que es de conocimiento de los consultores el difícil acceso a la información del sector.

Este tema se trató como un eje adicional con el mismo desarrollo que los demás ejes.

Resultados Componente III

Valoración de los avances e impactos en la aplicación de la ley de Fomento a la Agricultura Orgánica N° 8591 que contempla:

- Acceso a incentivos
- Acceso al mercado institucional
- Fortalecimiento de la institucionalidad (espacios público-privado-sociedad civil de la relación)
- Acceso a Información

Valoración de la ley N° 8591

Análisis de la información

Antes de iniciar con la discusión de los resultados se indica que el análisis se realiza con base en:

- El objetivo central de la ley 8591: “Fortalecer los mecanismos de control y promoción de productos agrícolas orgánicos, procurando su competitividad y rentabilidad”
- El análisis detallado del reglamento a la ley N° 8591 el cual indica cómo y por quién debe operativizarse la ley.
- La utilización de varias unidades de análisis: entrevistas a productores y a puntos de venta (Anexo 1)
- Entrevistas a actores principales en la ejecución de la ley N° 8591 (Anexo 5)

Estos son algunos capítulos de la ley y del reglamento que se quieren anotar por ser muy relevantes para el análisis de la implementación de la ley:

- CAP II. Art. 6. Corresponde al MAG la ejecución de la ley a través de DSOREA (Dirección Superior de Operaciones Regionales y Extensión Agropecuaria) y sus instancias operativas, en coordinación con ARAO (Oficina de Acreditación y Registro de Agricultura Orgánica) y la Gerencia del Programa Nacional de Agricultura Orgánica (PNAO)
- CAP II. Art. 8. Corresponde a DSOREA emitir directrices técnicas para orientar acciones de desarrollo, promoción y fomento de la actividad orgánica; dará seguimiento y evaluación a planes operativos. DSOREA dentro área de Producción Sostenible (PFAS), conformará DFPAO (Departamento de Fomento de la Producción Agropecuaria Orgánica)
- CAP II. Art. 10. Funciones específicas del DFPAO:
 - Elaborar plan anual operativo y su presupuesto, incluyendo acciones en capacitación, transferencia, investigación, intercambio experiencias, RBAO, inspección de fincas, seguimiento y evaluación y otras acciones prioritarias.
 - Coordinar con instancias públicas y privadas acciones para el fomento, transformación, comercialización nacional e internacional y consumo local de la producción orgánica.
 - En conjunto con PITTA Orgánico e INTA desarrolla investigaciones para resolver problemas técnicos.

- Elaborará periódicamente estadísticas sobre producción, exportación, consumo local.
- Generará mecanismos instituciones públicas para apertura a desarrollar acciones concretas a procesos productivos e industriales acorde con las condiciones y ventajas de la agricultura orgánica.
- Desarrollar, fomentar y realizar actividades para la suscripción de convenios entre instituciones de administración pública.
- Implementar servicio de inspección estatal. Coordinado con las direcciones regionales del MAG y la Agencia de Servicios Agropecuarios del MAG (ASA).
- Establecer mecanismos concretos con bancos públicos y banco popular para dotación de recursos financieros.
- Realizar convenios interinstitucionales, incluyendo organizaciones sin fines de lucro para lograr objetivos de la ley.
- Colaborar con la comisión para procesos de asignación incentivos en producción orgánica.
- Fiscalizar, en coordinación con la comisión, el buen uso de bienes exonerados, por medio de las ASA's.
- Fiscalizar, en coordinación con la comisión, el mantenimiento de las condiciones que permitieron el acceso a la exoneración, por medio de las ASA's.

Los resultados que se presentan a continuación son el extracto de la matriz llamada Valoración del impacto y alcance de la ley para el desarrollo, promoción y fomento de la actividad agropecuaria orgánica, N°. 8591 (anexo 4) donde se sistematizó toda la información obtenida durante la investigación.

Cuadro 10. Resultados de la valoración de avances e impactos en la aplicación de la ley de Fomento a la Agricultura Orgánica No 8591

EJE Y CATEGORÍA EVALUADA	ALCANCE				IMPACTO					
	Sin	Corto	Mediano	Extenso	Nulo	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
ACCESO A INCENTIVOS										
Financiamiento	X				X					
Reconocimiento Beneficios Ambientales AO			X						X	
Exoneración de impuestos			X			X				
ACCESO A MERCADOS										
Certificación de productos orgánicos			X				X			
Promoción en el mercado local		X				X				
Procesamiento, valor agregado a producción	X				X					
Promoción exportaciones		X					X			
Mercado estatal nacional	X				X					
Seguro de cosechas	X				X					
ACCESO A LA INFORMACION										
Estadísticas e información del sector		X				X				
Investigación y desarrollo		X					X			
FORTALECIMIENTO INSTITUCIONALIDAD										
Creación unidad ejecutora de la ley – DFPAO	X				X					
Convenios interinstitucionales	X				X					
Total	6	4	3	0	6	3	3	0	1	

Como se puede observar en el cuadro anterior, predominan las categorías que indican que no se ha tenido alcance y que el impacto ha sido nulo en la ejecución de la ley para el fortalecimiento del sector. De acuerdo con la información obtenida, esto se debe a que los responsables de su ejecución (los departamentos del MAG: “DSOREA, ARAO y PNAO”) desarrollan acciones paralelas para la implementación de la ley, sin tener un plan operativo anual coordinado y consensuado entre las partes que involucre a otras

instituciones (ya sea estatales o no) y esto debido a la inexistencia del DFPAO u otro ente que coordine y dinamice estas relaciones.

Estas acciones paralelas no permiten un impacto importante de la implementación de la ley para el desarrollo, fomento y promoción de la agricultura orgánica.

La organización estructurada y consistente, desarrollada a partir de un plan operativo anual de trabajo entre los diferentes departamentos obligados a la ejecución de la ley, debería ser una forma de lograr el control y la promoción de los productos orgánicos.

El acceso al financiamiento con condiciones favorables para la agricultura orgánica, el procesamiento o valor agregado a productos orgánicos, la promoción de los productos orgánicos para su consumo en las instituciones estatales, el seguro de cosechas y los convenios interinstitucionales no se logran actualmente porque no existe una articulación entre todos los miembros del equipo de ejecución de la ley, orientados por el departamento DFPAO, que según la investigación no existe o no se creó y actualmente sus funciones recaen en PFAS ahora DPS (Departamento de Producción Sostenible).

El hecho de que el DPS (Departamento de Producción Sostenible) haya asumido el rol de DFPAO, ha venido a sumar al porqué del bajo impacto en la ejecución de la ley, ya que el DPS actualmente no cuenta con los recursos de tiempo, personal ni de estructura necesarios para llevar a cabo toda la coordinación y articulación necesaria para que realmente la ley tenga un impacto en el sector.

Actualmente las personas que están asignadas a atender el sector de producción sostenible a nivel nacional son las mismas asignadas para ejecutar las acciones que le corresponden al DFPAO, por lo que las actividades que pueden desempeñar en su rol como ente dinamizador de la ley, son muy escasas.

Hasta ahora el DPS solo ha podido desarrollar acciones específicas que tienden a implementar de una forma adecuada la ley 8591, tal como es el caso del reconocimiento de los beneficios ambientales (RBAO) y el servicio de inspección estatal gratuito, ambas

actividades que le corresponden por ley al Departamento de Producción Sostenible en conjunto con la Unidad Técnica.

Es claro para los productores y usuarios de los servicios del Estado, que estas acciones mencionadas anteriormente son las más reconocidas en cuanto a su impacto en el fomento, promoción y desarrollo de la agricultura orgánica, sin embargo estas representan aproximadamente un 15 % de las acciones que deberían estar trabajando los responsables de los distintos departamentos del MAG para verdaderamente tener un impacto en el sector.

Los operadores indican desconocer un departamento en el MAG que les pueda orientar o informar sobre los fondos existentes para el desarrollo de proyectos de investigación y desarrollo para sus organizaciones, indican que la información está muy centralizada y que no sale del Ministerio. Esto evidencia como la información no es lo suficientemente canalizada hacia los productores y que los responsables de hacerla llegar no están cumpliendo con su trabajo.

Temas como la promoción del consumo de productos orgánicos en el mercado nacional, la promoción de exportaciones, el mantenimiento de estadísticas e información del sector de manera accesible a los diferentes interesados, la variedad de productos, volúmenes estables de producción y una política de precios que permita de una manera sólida y precisa diferenciar un producto orgánico de uno convencional, son puntos con un muy bajo impacto dentro de la implementación de la ley y que deberán ser retomados por los distintos departamentos responsables (DESOREA-DPS-PNAO y ARAO) coordinados por un agente dinamizador que pueda desempeñar el papel que le corresponde por ley al departamento hoy inexistente llamado DFPAO, de lo contrario las acciones seguirán siendo insuficientes para cumplir el objetivo de la ley.

Conclusiones y recomendaciones generales

Conclusiones Componente I

- La agricultura orgánica comienza a desarrollarse en Costa Rica a partir de 1983, como una propuesta productiva alternativa a la agricultura convencional promovida por el modelo de la Revolución Verde, bajo un enfoque ambiental, social y político contrario a formas empresariales, comerciales y de mercado tradicionales, para buscar formas más justas y solidarias para el intercambio de los productos, en el marco de una lógica de seguridad y soberanía alimentarias.
- A partir de ese año y hasta 1999 se crearon centros, departamentos e instrumentos importantes para el desarrollo de la actividad tales como: Centro especializado en agricultura orgánica del INA en la Chinchilla de Cartago, Asociación Nacional de Agricultura Orgánica (ANAO), Programa Nacional de Agricultura Orgánica (PNAO), Dirección de Acreditación y Registro en Agricultura Orgánica (DARAO), sello nacional orgánico aprobado por el MAG, Movimiento de Agricultura Orgánica Costarricense, Programa de Investigación y Transferencia de Tecnología Agrícola en Producción Orgánica (PITTA-P.O). Acciones y emprendimientos la mayoría de ellos desarticulados en el tiempo y el espacio, sin seguimiento y evaluación de su impacto y menos aún de su evolución y desarrollo.
- Las iniciativas comerciales como ferias y puntos de venta, surgen a partir del 1999, de las cuales a la fecha solo una permanece (Feria el Trueque). Esto ocurre por falta de una oferta de productos sostenida y diversificada, así como de apoyo

a la formación de capacidades básicas de organización y comercialización; cabe señalar además la alta incidencia y dependencia generada por las instancias de apoyo nacionales e internacionales en la gestión y desarrollo de los procesos autogestionarios de los productores (fuera duplicando o sustituyendo sus esfuerzos e iniciativas, antes que promoviendo su efectiva y activa participación, o bien sin considerar o someter a su juicio o consulta los alcances del apoyo a proveer)

- El mayor auge del sector orgánico nacional se presentó entre 1984 y el 2005, gracias al apoyo de la cooperación internacional. A partir de este año este apoyo decrece, redundando en una baja de la producción, la reducción de las iniciativas comerciales locales y la generación y difusión de información y conocimiento.
- En el balance de los aciertos, desaciertos y buenas intenciones que la cooperación internacional ha tenido con su intervención en el desarrollo de la producción orgánica en Costa Rica, debe reconocerse la importancia de su rol en el fomento, la gestión de experiencias comerciales locales y la documentación y sistematización de información, cubriendo las deficiencias que en este sentido ha presentado el Estado y sin las cuales no podríamos hablar de una producción orgánica en el nivel en que se encuentra en la actualidad.
- Del 2010 a la fecha han existido muy pocas acciones en beneficio del sector. Las acciones son aisladas e intermitentes, provocando la desmotivación de los productores orgánicos a nivel general, por el poco apoyo que están recibiendo actualmente, lo cual redundo en una caída de la oferta tanto para el mercado nacional como internacional, la superficie cultivada y el número de productores involucrados.

Conclusiones Componente II

- El 69% del universo de productores entrevistados está orientado a la exportación, mientras los mecanismos desarrollados para la promoción y fomento de la agricultura orgánica están orientados al mercado local.
- Más de la cuarta parte de operadores orgánicos dedican su actividad a la producción de materia prima, sin agregarle valor ni comercializarla directamente.
- Siendo la empresa privada un actor importante dentro del esquema de producción orgánica en el ámbito nacional, al contar con estructura, logística y recursos que pueden ser aprovechables para su desarrollo, su capacidad y opinión no son tomados en cuenta para la elaboración e implementación de políticas, estrategias y actividades del sector.
- Un 32% de los productores que destinan su producción a la exportación, coloca parte de su producto en el mercado nacional y mencionan estar dispuestos a colocar mayores cantidades, si este tiene las condiciones para hacerlo (volumen, promoción y precio). No obstante los exportadores como empresas privadas que son, deberían invertir mayores recursos y capacidades para cubrir no sólo sus necesidades de aprovisionamiento de productos, sino también la gestión y desarrollo de mercados nacionales; ya que difícilmente se den de manera espontánea, o por la acción de otro sector de la economía.
- El principal canal de comercialización de productos orgánicos en Costa Rica son las ferias orgánicas, seguido de los intermediarios, los hoteles y restaurantes; siendo en las primeras y en los supermercados, donde se pueden encontrar la mayor variedad de productos orgánicos. Esto parece indicar que los esfuerzos del gobierno dirigidos a la comercialización de productos orgánicos en el ámbito nacional, deberían estar dirigidos a fortalecer su presencia en las ferias del agricultor, o a la creación de ferias o espacios comerciales especializados para la venta de estos productos. Lógica que responde no sólo a la existencia de productores y ferias del

agricultor en todo el país, sino también a las experiencias existentes y exitosas como las de Coronado, Pavas, Escazú, Pérez Zeledón, entre otras.

Aunado a esto, se presentan otra serie de ventajas relacionadas con los circuitos cortos de comercialización y su incidencia en minimizar el impacto de huella de carbono, la venta directa y en general los menores costos de comercialización, entre otros.

- A pesar que el 41 % de los operadores indican que el mercado nacional tiene una alta importancia para su producción, no se identifican acciones individuales o colectivas públicas o privadas para su fortalecimiento; siendo uno de los principales síntomas de la desorganización y desarticulación que atraviesa el sector.
- El 78% de los puntos de venta solicitan certificado orgánico a sus proveedores para garantizarle a sus clientes el origen de sus productos; mientras el 22% restante, confía en la garantía orgánica de palabra de quién se los suministra.
- En el tanto que la distancia entre productor y consumidor se amplíe, la necesidad de un tercero que garantice el origen orgánico de los productos (sea este público o privado), continuará siendo necesaria. En este caso como en el de los sistemas de garantía participativa, su sostenibilidad operativa, administrativa, económica y estructural, así como su credibilidad y rigurosidad metodológica, el cumplimiento de los requisitos y condiciones de ley para su implementación, los bajos costos, y el nivel de simplicidad de la documentación para el productor, serán los aspectos que conduzcan a los productores a elegir entre uno u otro sistema de garantía. En todo caso, es necesario que exista un mecanismo que regule esos comercios para asegurar el cumplimiento de la normativa orgánica y proteger tanto al consumidor como al productor.
- La transición en la producción orgánica, ha sido entre otros, un factor limitante para el desarrollo de la actividad, sin embargo actualmente existe oportunidad de mercado para los productores que tiene producto en transición, pues un alto porcentaje (61%) de los puntos de venta entrevistados señala la posibilidad de venta de este tipo de productos.

- Productores convencionales acostumbrados a sembrar, cosechar y vender en un mismo año agrícola, han visto frustradas sus intenciones de producir orgánico, por el requisito de 3 años de transición, para poder comercializar sus productos como orgánicos, generando desmotivación y desinterés por la actividad. Vale decir entonces, que una forma de fomentar la producción orgánica, estaría en la facilitación de condiciones y el apoyo para que los productos en transición puedan ser comercializados en el mercado nacional con la información y distinción del caso.
- Los puntos de venta indican tener cuatro dificultades principales en la comercialización de productos orgánicos:
 - falta de apoyo para la promoción y divulgación de los productos orgánicos y sus beneficios,
 - falta de una política o punto de referencia para establecer precios de los productos orgánicos,
 - el poco producto y variedad que existe actualmente,
 - los sistemas de información que existen para ubicar a los productores con escasos por no decir que nulos

Todo lo anterior se resume en la necesidad de elaborar e implementar una estrategia dirigida a desarrollar el mercado nacional para estos productos, desde la perspectiva, situación y necesidades de los productores, con su activa y efectiva participación, y la facilitación de técnicos apoyados en recursos y servicios tanto públicos como privados

Red orgánica Nacional

- En el ámbito nacional, se identificaron 5 sectores como los de mayor incidencia en el tema orgánico, con un total de 68 actores que desarrollan actividades relacionadas con la agricultura orgánica, de los cuales el 71% trabaja actualmente en el tema o tiene relación con él.

Esta situación nos habla de las oportunidades y posibilidades existentes para el establecimiento de coordinaciones y alianzas concertadas y consensuadas entre los actores identificados, para el avance en el desarrollo de la producción orgánica nacional.

- Actualmente no existe dentro del MAG un ente dinamizador que articule a los departamentos para trabajar el tema de agricultura orgánica, a pesar de que la ley indica que debe existir.
- Sólo un 50% de los actores institucionales identificados, están trabajando en alguna actividad relacionada con el tema de agricultura orgánica; mientras existen 20 actores o entidades (de las cuales 13 son institucionales) que cuentan con la estructura y la capacidad para ofrecer servicios que aporten en el desarrollo del sector y que hasta ahora no están realizando ninguna acción en específico.
- La empresa privada juega un papel importante en la producción orgánica nacional (como lo refiere la cantidad de actores), semejante al sector gubernamental participando en diversas actividades; lo que supone que su inclusión de manera activa y efectiva al fortalecimiento del sector redundaría en un avance más rápido para su crecimiento.
- Actualmente no se aprovechan todos los recursos existentes que tienen los distintos sectores para el desarrollo y la ejecución de la ley 8591, por lo que el avance en el desarrollo del sector es muy bajo.

Aquí se evidencian dos aspectos:

- una falla en los medios y formas de difusión de la información, tal que le permita a los productores y beneficiarios de la ley, su conocimiento, uso y apropiación para sus propósitos
- la falta de organización del sector orgánico, producto de su desarticulación para ejercer presión en el cumplimiento de la ley.

Relaciones entre actores

- Las relaciones existentes entre los actores responsables del fomento y desarrollo del sector son escasas y de carácter administrativo, lo que ha provocado poco beneficio para el desarrollo del sector.

- No existe coordinación entre los diferentes departamentos del MAG que tienen responsabilidades compartidas en el tema del fomento de la agricultura orgánica.
- Actualmente existen actores que apoyan el sector por iniciativa propia y que tienen una mayor coordinación y acercamiento con los productores que los departamentos del MAG que son responsables por ley.
- Los actores importantes que actualmente apoyan al sector desconocen la existencia del PNAO como uno de los actores principales en el desarrollo y fomento del sector.
- La vinculación que existe entre los actores del sector es muy débil, la mayoría de los actores trabajan de forma paralela con actividades puntuales e intermitentes, provocando poco impacto en el desarrollo del sector.

Conclusiones Componente III

- Actualmente la implementación de la ley no ha sido ejecutada de manera consistente en todas sus aristas. Hasta la fecha el alcance en cuanto a la ejecución de la ley ha sido muy corto y el impacto ha sido muy bajo, debido a dos aspectos:
 - La poca capacidad del MAG para crear, fortalecer e implementar las condiciones suficientes y necesaria.
 - La desarticulación, falta de organización y de institucionalidad del sector productivo para hacer incidencia y lobby político para la implementación de la ley.
- A la fecha no se ha conformado el departamento que se encargaría de dinamizar, apoyar y articular a los diferentes actores para poder ejecutar la ley tal y como lo estable el reglamento.

- Existen amplias diferencias entre la ejecución de los incentivos y el acceso a mercados, información y el fortalecimiento de la institucionalidad. De estos tres solo el eje de acceso a incentivos es el que se ha ejecutado de manera importante y con resultados palpables, en el caso del reconocimiento de beneficios ambientales RBAO. Esto probablemente en razón de que el tema de incentivos es de carácter más administrativo que el de mercados o institucionalidad, que requieren de una mayor conjunción de esfuerzos y recursos.
- Actualmente los productores indican desconocer sobre fondos para el financiamiento de proyectos que ayuden a fomentar la actividad orgánica.
- Los departamentos del MAG trabajan de manera paralela y aislada en aspectos específicos de la implementación de la ley 8591. La implementación de la ley 8591 requiere la inclusión de manera proactiva de diferentes actores que no se están tomando en cuenta actualmente. Esto significa que existen varios actores en el sector orgánico nacional que no están siendo partícipes del proceso y por tanto las acciones que se toman son paralelas y disuasivas.
- La promoción del consumo de productos orgánicos debería ser un objetivo primario para las acciones a priorizar en la implementación de la ley. Sin consumidores que conozcan los beneficios de la producción orgánica no habrá mayor consumo y hay una fuerte posición del mercado acerca de la dificultad para comercializar los productos.

Recomendaciones Generales

- Para que verdaderamente exista un avance en el desarrollo de la agricultura orgánica del país, el sector debe organizarse, iniciando por un MAG que garantice de manera oportuna y decidida los recursos económicos, humanos y técnicos tanto para su organización interna al servicio del sector, como de coordinación y articulación con los diferentes actores que por ley, les corresponde trabajar en pro del fomento y promoción de esta actividad. La responsabilidad debe ser de

dedicación exclusiva a la actividad y definida por el DSOREA como instancia responsable de operativizar la ley 8591, de acuerdo con su reglamento.

- La producción orgánica debe contar con una estrategia de largo plazo, que derive en planes estratégicos y operativos de mediano y corto plazo como respuesta a la situación, condiciones, requisitos y necesidades de esta actividad en toda su extensión (hablamos aquí de temas como los de organización, investigación, tecnología, producción, industria, comercialización, mercados, empresarialidad, entre otros); en un diálogo consensuado de construcción, con la activa y efectiva participación y consulta con los productores y el resto de actores identificados e involucrados en la actividad en el marco de ley vigente.

Para garantizar mayores posibilidades en el éxito de esta estrategia, se podrían establecer dos cuerpos colegiados permanentes y autónomos, uno directivo conformado por representantes de los sectores identificados y el otro ejecutivo conformado por profesionales de amplia y reconocida trayectoria estratégica, propositiva y de experiencia práctica en el tema orgánico. En ambos casos, la selección de los elegibles sería abierta, recomendada por los respectivos sectores y sustentada en las correspondientes hojas de vida. Lo relativo a la sostenibilidad económica, administrativa y operativa de estos cuerpos colegiados, será su responsabilidad interna una vez estén conformados e inicien su labor.

- Para que realmente el plan pueda ser ejecutado adecuadamente, se cree que debe existir un compromiso real de parte de DSOREA (encargado de ejecutar la ley) para que lo respalde, avale y de seguimiento a todas las actividades que se planteen.
- En vista de que el PNAO cuenta con solo una persona (gerente) para el desarrollo del programa, se ve necesario que la gerencia tenga un rol más activo en el desarrollo y construcción de alianzas claves con los actores existentes y potenciales que le permitan desarrollar actividades en conjunto para el logro de los objetivos del programa. Las alianzas en el caso de actores no institucionales, se deben investigar con mayor detalle del accionar de cada una para plantear actividades que llamen su atención.

- Debido a que el 41 % de los operadores indican que el mercado nacional tiene una alta importancia para su producción y que el tema de la promoción de productos orgánicos es una necesidad tanto para los productores como para los comercializadores, se deben desarrollar mecanismos para el fortalecimiento del consumo y la comercialización de los productos orgánicos a nivel interno. Muchos de los mecanismos ya están contemplados en la ley, sin embargo temas como el manejo de los productos en los puntos de venta, etiquetas, intermediación, logística, transporte, almacenamiento entre otros, quedan con vacíos importantes y deben ser incluidos una vez que desarrollen la estrategia de comercialización de productos orgánicos a nivel nacional.
- Las empresas privadas deben ser tomadas en cuenta cuando se desarrollen planes, actividades, estrategias, etc., pues ellas tienen recursos valiosos como personal, estructura, logística, experiencia, etc., que pueden enriquecer mucho los procesos. En este sentido debe existir un acercamiento hacia ellos para establecer actividades de interés común y con esto lograr su participación.
- Es importante valorar la posibilidad de promover iniciativas orientadas a la transformación de productos orgánicos que generen valor al productor y consumidor, para provocar con esto posibilidades de abrir nichos de mercado que quizá anteriormente eran inaccesibles (ejemplo el mercado institucional). Esta recomendación estaría incluida dentro de la estrategia nacional, previendo inicialmente la gestión y el desarrollo de las condiciones previas y necesarias para promover estas iniciativas. Temas como tecnología, capacitación, insumos, equipo, materia prima, certificación, infraestructura, financiamiento entre otros, son aspectos a valorar dentro el desarrollo de estas condiciones iniciales.
- Desarrollar mecanismos de comunicación entre las agencias de extensión agropecuaria y el departamento asignado por DSOREA como el encargado de coordinar el sector para hacer llegar la información más relevante a los productores. Toda la información sobre plazos de apertura para propuestas, fondos disponibles, actividades, foros, resultados de investigaciones, entre otros

deben ser de conocimiento de los operadores y el sector, para que de esta forma todos los recursos se aprovechen al máximo y el alcance e impacto de la ley sea significativamente positivo.

Estos mecanismos de comunicación, los cuales podemos precisar como diversos medios y formas de difusión de información, deben responder a un plan elaborado a partir de las condiciones, necesidades, posibilidades y facilidades de los diferentes actores del sector, en un proceso metodológico de implementación acompañado, monitoreado y evaluado permanente, para la retroalimentación de su eficiente y eficaz funcionamiento.

Fuentes de información

- Álvarez, C; Granados, L. (2006). Situación actual y desafíos de la Agricultura Orgánica en Costa Rica. Disponible en:
<http://portal.mag.go.cr/Inforegionales/RegionCentralOriental/Documents/Agricultura%20Organica/Agricultura%organica%20en%20Costa%20Rica%202006.pdf>
- Amador, M; Cussianovich, P. (2002). Aproximación de la oferta centroamericana de productos orgánicos y situación de sus mercados. San José, C. R. IICA. Disponible en: <http://www.webiica.ac.cr/bibliotecas/replica/B0358E/B0358E.PDF>
- Barquero, M. 2010. Múltiples obstáculos retrasan avance de agricultura orgánica. Disponible en:
http://www.google.co.cr/#hl=es&sclient=psyab&q=Marvin+Barquero+agricultura+organica%2Bmayra+lopez+&oq=Marvin+Barquero+agricultura+organica%2Bmayra+lopez+&gs_l=serp.3...20357.34294.7.34661.13.13.0.0.0.5.332.2922.0j3j9j1.13.0.cappswebvhl..0.0...1.1.12.psyab.LuhJ0rvq6f8&pbx=1&bav=on.2,or.r_qf.&fp=5c878085164df731&biw=1152&bih=565
- CEDECO, 2001. Estudio de Factibilidad “Centro de Acopio de Hortalizas Orgánicas. CEDECO. Documento de uso interno.
- Chaves, J; Quesada, Y. 2002. Mercados locales: ferias de productos orgánicos y puntos de venta. Disponible en: <http://www.cedeco.or.cr/files/aportes126.pdf>
- Damiani, O. 2002. Pequeños productores rurales y agricultura orgánica:
- Lecciones aprendidas en América Latina y el Caribe. Disponible en:
<http://www.umoar.edu.sv/biblio/agricultura/agricultura%20orgánica/pequeños%20productores%20organicos%20rurales.pdf>
- ECOMERCADOS. (2005). Venta y distribución de alimentos en Centroamérica: Énfasis en alimentos orgánicos en Costa Rica y Nicaragua. Disponible en:
<http://www.ecomercados.org/publicaciones.es/14>
- García, J. 1999. La agricultura orgánica en Costa Rica. Disponible en:
<http://books.google.co.cr/books?id=YoloBbw-zRsC&pg=PP8&lpg=PP8&dq=Jaime+Garcia+agricultura+orgánica&source=bl&ots>

[=RM1JNFC2M&sig=RnOLveFqInaejE7YIZ_e4YUDBQM&hl=es&sa=X&ei=FEqJUfG2DMfH0wGxhoHIDw&ved=0CDoQ6AEwAQ](http://www.cedeco.or.cr/documentos/sist%20CEDECO.pdf)

- Samandu, L. (2006). Sistematización de experiencias en agricultura orgánica. Disponible en: <http://www.cedeco.or.cr/documentos/sist%20CEDECO.pdf>
- Servicio Fitosanitario del Gobierno de Costa Rica. (2012). Estadísticas de la producción orgánica en Costa Rica. Disponible en: http://www.sfe.go.cr//Agricultura%20Organcia/Estadisticas_Organica.html
- Directorio en línea sobre productores orgánicos certificados en Costa Rica. IBS Soluciones Verdes. Disponible en: <http://www.ibssolucionesverdes.com/directorios/productores>
- Programa de Reconocimiento de Beneficios Ambientales (2012). Disponible en: <http://www.mag.go.cr/circulares/dsorea-incentivos-ambientales-2.html>

Lista de cuadros

- Cuadro 1. Sinopsis histórica de los principales acontecimientos en el desarrollo de la producción orgánica de Costa Rica en el marco de la gestión del mercado nacional para estos productos
- Cuadro 2. Número de operadores orgánicos entrevistados
- Cuadro 3. Matriz utilizada para sistematizar los resultados de las relaciones entre los actores
- Cuadro 4. Actores principales entrevistados
- Cuadro 5. Actores secundarios entrevistados
- Cuadro 6. Presencia de productos orgánicos en los distintos canales de comercialización
- Cuadro 7. Número de actores identificados de acuerdo al sector que pertenecen y su relevancia
- Cuadro 8 Relaciones de los actores responsables del fomento, desarrollo y promoción de la actividad orgánica nacional según la ley 8591
- Cuadro 9. Relaciones de los actores más importantes involucrados actualmente en el desarrollo, fomento y promoción de la actividad orgánica nacional
- Cuadro 10. Resultados de la valoración de avances e impactos en la aplicación de la ley de Fomento a la Agricultura Orgánica No 8591

Lista de figuras

- Figura 1. Relación entre operadores existente en CR y operadores entrevistados
- Figura 2. Porcentaje de operadores orgánicos entrevistados según categoría.
- Figura 3. Relación entre punto de ventas identificados y entrevistados.
- Figura 4. Tipo de canales de distribución de distribución entrevistados.
- Figura 5. Mercado destino de la producción orgánica nacional
- Figura 6. Distribución del mercado destino de la producción nacional
- Figura 7. Tipo de operadores orgánicos en Costa Rica
- Figura 8. Canales de comercialización de productos orgánicos en el mercado nacional.
- Figura 9. Importancia del mercado nacional para los operadores orgánicos
- Figura 10. Puntos de venta que comercializan productos en transición
- Figura 11. Principales dificultades que enfrentan los canales de comercialización en la venta de los productos orgánicos

Lista de Anexos

- Anexo 1. Información sistematizada de la encuesta a los operadores orgánicos y puntos de venta en Costa Rica.
- Anexo 2. Mapa de actores en el sector orgánico de Costa Rica.
- Anexo 3. Vinculación de los actores más importantes en el sector orgánico nacional
- Anexo 4. Valoración del impacto y alcance de la ley para el desarrollo, promoción y fomento de la actividad agropecuaria orgánica, No. 8591
- Anexo 5. Entrevistas a actores principales en la ejecución de la ley No 8591
- Anexo 6. Operadores orgánicos beneficiarios de los incentivos por servicios ambientales. 2009-2012
- Anexo 7. Proyectos financiados por Fittacori