



## INTRODUCCIÓN DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS EN LA GAMA COMERCIAL

ENTIDAD	ESPANICA S. COOP. MAD.
SECTOR DE ACTIVIDAD	Importación y distribución alimentaria
SITIO WEB	<a href="http://www.espanica.org">www.espanica.org</a>
LUGAR	España y Nicaragua
FECHA	Inicio en marzo de 2005, continúa en marcha.
TEMA	Protección del medio ambiente, mediante la certificación del cumplimiento de procesos productivos respetuosos con el entorno y ahorradores de recursos.
OBJETIVOS	<p>Relacionados con el <u>principio medioambiental</u> de la Carta Solidaria, los objetivos de la buena práctica son:</p> <p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Promover en Nicaragua la práctica agroecológica en el ámbito del cultivo del café.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Favorecer un modo sostenible de producción, tanto en términos económicos como medioambientales.</li><li>- Evitar el uso de pesticidas y fertilizantes de síntesis, promoviendo un entorno más saludable para los campesinos nicaragüenses</li><li>- Favorecer la biodiversidad del hábitat.</li><li>- Impulsar el ahorro de agua y de combustibles.</li><li>- Integrar los subproductos como recursos en el ciclo productivo, reduciendo su generación.</li><li>- Evitar la contaminación de acuíferos.</li><li>- Por último, pero no menos importante, promover un producto final que genere unos mayores ingresos a los productores nicaragüenses.</li></ul>
DESCRIPCIÓN	<p>Inicialmente, se trató de fomentar progresivamente la orientación agroecológica de la producción. En primer lugar, se colaboró en la adquisición de maquinaria más eficiente en términos de tiempo y de usos de agua y combustible.</p> <p>En España se estudió la reglamentación legal de importación, transformación y comercialización de los productos ecológicos, y se hicieron todos los trámites pertinentes.</p> <p>En Nicaragua se financió el proceso de certificación inicial de las cooperativas productoras.</p>

	Finalmente se implementó la estrategia de comercialización correspondiente.
RESULTADOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desde marzo del año 2005, se han vendido 35.000 kgs. de café ya tostado, lo que supone más de 42.000 kgs de café sin tostar.</li> <li>- Los productores han incrementado sus ingresos en un 35% sobre el precio del café convencional.</li> <li>- Las cooperativas productoras se han fortalecido ya que más campesinos se han integrado en ellas al percibir las ventajas y los beneficios de esta práctica.</li> </ul>
ANÁLISIS Y EVALUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La experiencia se valora positivamente tanto desde el lado del productor como por parte del consumidor final.</li> <li>- Los informes remitidos por las cooperativas productoras nos indican que cada vez un mayor número de ellas están adoptando esta forma de producción. Prueba de esta satisfacción es que se está extendiendo a otros productos distintos del café, como el caso del anacardo.</li> <li>- Por parte de los consumidores, conviene señalar que, en el plazo de tres años, el porcentaje de café ecológico dentro del total de las ventas ha pasado de un 7,5 % del primer año al 19 % actual.</li> </ul>
LECCIONES A APRENDER	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La producción ecológica puede ser rentable para los campesinos, si se enmarca en una relación comercial solidaria y no explotadora.</li> <li>- El consumidor no sólo busca productos ecológicos pensando en su salud, pues, en este caso, tratándose de un producto «seco» como es el grano de café, no le supone evitar sustancias de síntesis ni obtener un producto más sabroso. El beneficiado en este caso es el campesino nicaragüense, que promueve un entorno natural más saludable, a pesar de sus enormes dificultades económicas.</li> </ul>
CONTACTO	<p>ANDRÉS LARRINAGA ARECHAGA  C/ Puerto de Barcelona, 4 - 28821 Coslada, Madrid  Tlf: 91 6720905  Mail: <a href="mailto:andres@spanica.org">andres@spanica.org</a></p>
FOTO O IMAGEN	 <p>The image shows a promotional graphic for 'café de nicaragua' and 'ESPANICA'. It features a stylized illustration of a man with a mustache wearing a red hat and a white shirt, holding a red coffee packet. The text 'café de nicaragua' is in orange and black, and 'ESPANICA' is in orange. Below the illustration, the slogan 'JUSTO, COMO A TI TE GUSTA' is written in large, bold, white letters on a dark background.</p>
PRESENTADA POR	REAS MADRID – Red de Economía Alternativa y Solidaria